



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

**Bachiller en Dirección Hotelera  
Bachiller en Administración y Dirección de Negocios**

**PRESENTADO POR:**

Bruno Villanueva, Mariana Andrea - Dirección Hotelera  
Cloutier Gálvez, Alexandra Jesús - Dirección Hotelera  
Vasquez Bobadilla, Paola Vanessa - Administración y Dirección de Negocios

**ASESOR:**

Quijano Aranibar, Iván Ernesto

LIMA-PERÚ

2025

## Asesor y miembros del jurado

### Asesor:

Quijano Aranibar Iván Ernesto

### Miembros del jurado

Ortiz Clarke, Dafne Ivette

Saco Vertiz Osterloh, Sandra Elizabeth

Huertas Valladares, Eduardo Jose

### Declaración jurada de originalidad

Yo, Bruno Villanueva, Mariana Andrea Identificado (a) con DNI N° 72623588 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor el Sr(a) Iván Ernesto Quijano Aranibar, identificado (a) con DNI N° 45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

Yo Cloutier Gálvez, Alexandra Jesús. Identificado (a) con DNI N° 76224369 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor el Sr(a) Iván Ernesto Quijano Aranibar, identificado (a) con DNI N°:45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

Yo, Vasquez Bobadilla Paola Vanessa Identificado (a) con DNI N° 42226565 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Iván Ernesto Quijano Aranibar, identificado (a) con DNI N° 45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

#### **DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:**

a) Somos los autores del documento académico titulado “Percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025”

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 asesor ha revisado minuciosamente el trabajo de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.

d) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 25% de similitud.

e) 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: 24, febrero, 2025

**Firmar de los autores**

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Mariana Andrea	Bruno Villanueva	72623588		
Alexandra Jesús	Cloutier Gálvez	76224369		
Paola Vanessa	Vasquez Bobadilla	42226565		

**Firma del Asesor**

Nombre	Apellido	Dni	Firma	Huella
Iván Ernesto	Quijano Aranibar	45144294		

## Índice

<b>Asesor y miembros del jurado</b>	<b>2</b>
<b>Declaración jurada de originalidad</b>	<b>3</b>
<b>Índice</b> .....	<b>5</b>
<b>Índice de tablas</b>	<b>.9</b>
<b>Índice de figuras</b>	<b>10</b>
<b>Resumen</b>	<b>11</b>
<b>Abstract</b>	<b>12</b>
<b>Introducción</b>	<b>13</b>
<b>I. Información general</b>	<b>14</b>
1.1. Título del Proyecto:	14
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario:	14
1.3. Actividad económica en la que se aplica la investigación aplicada	.15
1.4. Localización o alcance de la solución:	15
<b>II. Descripción de la investigación aplicada</b>	<b>16</b>
2.1. Planteamiento del problema	16
2.1.1. Problemas de investigación	16
2.1.1.1. Problema general	17
2.1.1.2. Problemas específicos	17
2.2. Justificación	17
2.2.1. Justificación teórica	17
2.2.2. Justificación metodológica	18
2.2.3. Justificación práctica	18
2.3. Marco referencial	19
2.3.1. Antecedentes de investigación	19
2.3.1.1. Antecedentes nacionales	19
2.3.1.2. Antecedentes internacionales	20
2.3.2. Marco teórico	21
2.3.2.1. Inteligencia Artificial (IA)	21
2.3.2.2. Tecnología	22
2.3.2.3. Tipos de tecnología	22
2.3.2.4. Calidad de servicio	23
2.3.2.5. Automatización e Interacción Humana	23
2.3.1. Glosario de términos	24
2.4. Resumen ejecutivo	25
2.5. Características técnicas del proyecto	26
2.6. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas.	27
2.7. Objetivo general y específico: propósito del proyecto	28
2.7.1. Objetivo general	28
2.7.2. Objetivos específicos	29

---

2.8. Componentes del proyecto	29
2.9. Resultados generales	31
2.10. Plan de actividades del proyecto	33
2.11. Metodología de la investigación	37
2.11.1 Hipótesis de investigación	37
2.11.2. Operacionalización de Categoría	37
2.11.3. Enfoque de investigación	38
2.11.4 Tipo de investigación	38
2.11.5. Diseño de investigación	39
2.11.6. Niveles de investigación	39
2.11.7. Población	39
2.11.8. Muestra	40
2.11.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.11.9.1 Técnica de recolección de datos	40
2.11.9.2 Instrumento de recolección de datos	40
2.11.10. Validez y confiabilidad	41
<b>III. Estimación del costo del proyecto</b>	<b>41</b>
3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación	41
<b>IV. Resultados de investigación</b>	<b>45</b>
4.1. Análisis de resultados descriptivos	45
<b>V. Desarrollo de la propuesta de innovación</b>	<b>58</b>
5.1. Alcance esperado del mercado	58
5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial	59
5.3. Descripción de la propuesta de innovación	62
5.3.1. Diagnóstico situacional	62
5.3.2. Propuesta de valor	65
5.3.3. Fuentes de ingresos	65
5.3.4. Canales de distribución	66
5.3.5. Estrategia de penetración en el mercado	67
5.3.6. Actividades productivas propias y externas	68
5.3.7. Alianzas	70
5.3.8. Wireframe	70
<b>VI. Conclusiones y recomendaciones</b>	<b>71</b>
6.1. Conclusiones	71
6.1.1. Conclusiones generales	71

---

6.1.2. Conclusiones específicas	72
6.2. Recomendaciones	73
6.2.1. Recomendaciones generales	73
6.2.2. Recomendaciones específicas	74
<b>VII. Referencias bibliográficas</b>	<b>77</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>82</b>
8.1. Informe Turnitin	82
8.2. Registro de impactos y resultados	83
8.3. Matriz de consistencia	85
8.4. Matriz de operacionalización de variable	86
8.5. Instrumentos de recolección de datos	88
8.6. Validación de expertos	89
8.7. Otros que se consideren pertinente	90

## Índice de tablas

Tabla 1 Atributos de un proceso – Sistema de IA de Recomendaciones .....	25
Tabla 2 Características entre el Sistema de Inteligencia Artificial para Recomendaciones Personalizadas .....	27
Tabla 3 Cronograma de actividades para la implementación de una aplicación de recomendaciones. ....	32
Tabla N°4 Estimación de costos necesarios para la implementación de la IA .....	40
Tabla 5 Estimación de gastos necesarios para el actual desarrollo de la tesis .....	41
Tabla 6 Resultados de la pregunta 1 .....	43
Tabla 7 Resultados de la pregunta 2 .....	44
Tabla 8 Resultados de la pregunta 3 .....	45
Tabla 9 Resultados de la pregunta 4 .....	46
Tabla 10 Resultados de la pregunta 5 .....	47
Tabla 11 Resultados de la pregunta 6 .....	48
Tabla 12 Resultados de la pregunta 7 .....	49
Tabla 13 Resultados de la pregunta 8 .....	50
Tabla 14 Resultados de la pregunta 9 .....	51
Tabla 15 Resultados de la pregunta 10 .....	51
Tabla 16 Contexto de Mercado .....	56
Tabla 17 Clientes Potenciales .....	58
Tabla 18 Análisis FODA de la propuesta de implementación de un Sistema de Recomendación basado en IA. ....	60

## Índice de figuras

Figura 1 Organigrama de palabras .....	52
Figura 2 Flujo de opciones de la aplicación para recomendaciones .....	68
Figura 3 Prototipo de pantallas de la aplicación para recomendaciones .....	69
Figura 4 Consentimiento informado .....	88
Figura 5 Formato con preguntas de entrevista .....	89
Figura 6 Nube entrevista No1 .....	91
Figura 7 Gráfico de barras entrevista No 1 .....	91
Figura 8 Nube entrevista No 2 .....	92
Figura 9 Gráfico de barras entrevista No 2 .....	92
Figura 10 Nube entrevista No 3 .....	93
Figura 11 Gráfico de barra entrevista No 3 .....	93
Figura 12 Nube entrevista No 4 .....	94
Figura 13 Gráfico de barras entrevista No 4 .....	94
Figura 14 Nube entrevista No 5 .....	95
Figura 15 Gráfico de barras entrevista No 5 .....	94
Figura 16 Nube entrevista No 6 .....	95
Figura 17 Grafico de barras entrevista No 6 .....	95

## Resumen

**Introducción.** El presente estudio surge en respuesta a las percepciones sobre los trabajadores de un hotel 5 estrellas con base en una propuesta de implementación de Inteligencia Artificial en sus áreas de trabajo. **Objetivo.** Se busca conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.

**Metodología.** El enfoque utilizado en esta investigación es cualitativo, el diseño. Se elaboró una guía de entrevista validada por juicios de expertos y se empleó la entrevista estructurada por medio de videollamadas. La muestra está conformada por 6 trabajadores pertenecientes a áreas operativas del hotel. **Resultados.** La propuesta de IA para

recomendaciones personalizadas en un hotel 5 estrellas, generaría mejoras muy positivas en la experiencia del huésped, la eficiencia del personal operativa y la rentabilidad. La app móvil optimizaría la atención mediante recomendaciones precisas, aumentando la satisfacción de los comensales. **Conclusiones.** Las percepciones sobre la propuesta del uso de la inteligencia artificial en un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, son en su mayoría positivas, ya que se reconoce que la herramienta agilizaría procesos, reduciría tiempos de espera y mejoraría la calidad del servicio. Asimismo, su implementación fortalecería la imagen del hotel al ofrecer un servicio más dinámico, adaptado a las preferencias del cliente, lo que genera una mejor valoración en plataformas digitales. Además, se considera que el sistema contribuiría a una experiencia más exclusiva, lo que incrementa su satisfacción y fidelización. Por último, para potenciar los beneficios, se propuso capacitar al personal, integrar a la tecnología y que ellos mismos supervisen el posible impacto.

**Palabras clave:** Inteligencia Artificial (IA), percepciones, hotel 5 estrellas, tecnología, operativo, servicios, atención al cliente, satisfacción, huéspedes, procesos.

### Abstract

**Introduction.** This study arises in response to the perceptions of workers in a five-star hotel based on a proposed implementation of Artificial Intelligence in their work areas. **Objective.** The research aims to understand perceptions regarding the proposed use of Artificial Intelligence to improve service quality for operational staff in a five-star hotel in San Isidro, Lima, in 2025. **Methodology.** This study follows a qualitative approach. A validated interview guide was developed through expert judgment, and structured interviews were conducted via video calls. The sample consists of six workers from the hotel's operational areas. **Results.** The proposed AI system for personalized recommendations in a five-star hotel would significantly enhance guest experience, staff efficiency, and profitability. The mobile app would optimize service by providing precise recommendations, increasing guest satisfaction. **Conclusions.** Perceptions of the proposed use of Artificial Intelligence in a five-star hotel in San Isidro, Lima, are mostly positive, as the tool is recognized for streamlining processes, reducing wait times, and improving service quality. Additionally, its implementation would strengthen the hotel's image by offering a more dynamic service tailored to guest preferences, leading to better ratings on digital platforms. Moreover, the system is expected to contribute to a more exclusive experience, increasing guest satisfaction and loyalty. Finally, to maximize benefits, it was proposed to train staff, integrate technology, and have employees oversee its potential impact.

**Keywords:** Artificial Intelligence (AI), perceptions, five-star hotel, technology, operations, services, customer service, satisfaction, guests, processes.

## Introducción

En la actualidad, la Inteligencia Artificial (IA) se ha consolidado como una herramienta clave en la mejora de diversos sectores, y la industria hotelera no es la excepción. Su implementación en hoteles de alta categoría busca optimizar procesos, mejorar la eficiencia operativa y elevar la calidad del servicio brindado. No obstante, su introducción en el ámbito laboral genera diversas percepciones entre los trabajadores, especialmente en el personal operativo, quienes pueden experimentar tanto expectativas positivas como inquietudes sobre su impacto en sus funciones diarias.

En el sector hotelero, la calidad del servicio constituye un pilar importante para la satisfacción del cliente y la competitividad del negocio. La incorporación de IA en las áreas operativas podría contribuir a la automatización de tareas, la optimización de los tiempos de respuesta y la personalización de la experiencia del huésped. Sin embargo, su implementación también podría generar inquietudes en los trabajadores respecto a la estabilidad laboral, la adaptación a las nuevas herramientas tecnológicas y el impacto en la interacción con los clientes.

Dado este contexto, el presente estudio tiene como objetivo conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima en estudio. Buscando así, la postura de los colaboradores ante la implementación de la IA en el servicio, destacando los factores claves en su aceptación o resistencia. Y estos hallazgos contribuirán a facilitar la adopción de nuevas tecnologías en la industria de lujo beneficiando tanto a la empresa como al bienestar y adaptación de sus trabajadores.

En consecuencia, la presente investigación se ha organizado en cinco capítulos:

En el capítulo I, se presenta la información general, el área estratégica de desarrollo prioritario, la actividad económica en la que se aplicaría la innovación y alcance de solución

En el capítulo II se describe la investigación que se está realizando, el cual expone la problemática que se busca resolver, la justificación por la cual estamos realizando este trabajo y el marco teórico que mostrará los diversos antecedentes que permitirá contextualizar, fundamentar y mostrar la evolución del tema sobre el estudio presentado. Por otro lado, el objetivo general y específico mostrarán el propósito que se quiere llegar con el proyecto y la metodología planteada que indicará el enfoque, el tipo, el diseño y el nivel el cual direcciona este trabajo de investigación; por supuesto, se presenta la

población, muestra y los instrumentos por las cuales se recopilará y procesará la información, empleando en este caso entrevistas.

El capítulo III presenta la estimación de los costos que el proyecto tendrá para la implementación necesaria de esta IA y del proyecto. Se mostrarán tablas que especificará cada ítem, y luego de ello, la interpretación que permitirá comprender cuáles serían estos gastos y que empresas se estarían considerando para esta estimación.

En el capítulo IV, se exponen los resultados de la investigación, obtenidas luego de haber utilizado la herramienta propuesta para este estudio: la entrevista. Se mostrarán 10 tablas, cada una de ellas con su ítems o preguntas respondida respectivamente, junto con sus códigos y las citas de entrevistas correspondientes. De igual manera, al final se encontrará la interpretación por cada tabla realizada, de manera conjunta para saber lo que piensan los participantes y si es que hay unanimidad u opiniones diferentes.

El capítulo V enfoca el desarrollo de la propuesta de innovación, en este caso, sobre la implementación de un sistema de recomendación personalizada usando la IA. De manera que presentaremos el alcance que se espera en el mercado con dicha innovación y la descripción del mercado objetivo potencial, mostrado en tablas y análisis de forma que se pueda comprender de una manera sencilla. Por otro lado, mediante un análisis FODA, se podrá verificar en qué puntos esta propuesta ayudaría a mejorar como hotel 5 estrellas, tanto internamente como externamente. Los puntos que le siguen reflejarán el valor agregado que nuestro planteamiento tiene, el medio por el cual se haría la distribución y las actividades que se realizarán para su ingreso al mercado.

Finalmente, en los capítulos VI, VII y VIII se exponen las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos, los cuales detallan los instrumentos desarrollados y validados para cumplir con los objetivos planteados.

## I. Información general

### 1.1. Título del Proyecto:

Percepciones sobre una propuesta del uso de la Inteligencia Artificial para mejorar la calidad del servicio para el personal operativo de un hotel cinco estrellas en San Isidro, Lima, 2025.

### 1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario:

Este proyecto de investigación se posiciona dentro del ámbito de estudios sobre Transformación Digital y la Innovación Tecnológica en el rubro hotelero. La propuesta de aplicar la herramienta Inteligencia Artificial en la industria hotelera, según las percepciones de trabajadores del sector, responde a la necesidad de mejora en la calidad de servicio, optimizar los procesos operativos y garantizar una excelente experiencia para los clientes. De igual manera, el proyecto se alinea con las tendencias tecnológicas globales derivadas a la hospitalidad y con los propósitos de modernización del sector turístico peruano.

### 1.3. Actividad económica en la que se aplica la investigación aplicada:

La investigación se desarrolla en el sector hotelero, de manera específica en la industria de hoteles luxury y turismo de alta gama. Esta actividad económica es vital para la economía peruana, contribuyendo significativamente al Producto Interno Bruto y generando mayor oportunidad de empleo. En Lima, los hoteles de 5 estrellas atienden un tipo de público más exigente, compuesto por empresarios, turistas internacionales, viajeros por negocios y clientes de alto mando o poder de adquisición. Bajo este contexto, la calidad del servicio es un factor clave el cual diferencia de otros establecimientos.

La propuesta de aplicar la IA, según las opiniones de trabajadores del sector, podría significar una mejora en la gestión de reservas, la atención al cliente, la logística interna y la opción de un servicio personalizado, generando una ventaja en comparación a otros hoteles que no posean o busquen adoptar estas tecnologías.

#### **1.4. Localización o alcance de la solución:**

La finalidad de este estudio tiene como objetivo recolectar percepciones u opiniones de trabajadores de un hotel 5 estrellas, el cual se ubica en el distrito de San Isidro, Lima, una de las zonas más comerciales y exclusivas de la ciudad. Este alberga una gran cantidad de establecimientos de lujo que compiten por incorporar o atraer clientela internacional. Si bien la investigación se enfoca en un hotel específico, los resultados podrían derivarse hacia otros hoteles, con un semblante similar, en la ciudad de Lima y otras localizaciones del Perú. La Inteligencia Artificial en el ámbito hotelero podría replicarse en otro tipo de locales, dependiendo de sus objetivos estratégicos y sus necesidades.

En el futuro, este trabajo de investigación podría ampliarse para analizar, según las apreciaciones de los mismos trabajadores del establecimiento, cómo la IA genera impacto en la rentabilidad de la marca y en las opiniones de los clientes, consolidando así un ejemplo de innovación para la industria hotelera luxury en el Perú.

## **II.Descripción de la investigación aplicada**

### **2.1. Planteamiento del problema**

#### **2.1.1. Problemas de investigación**

La industria hotelera se enfrenta a un entorno competitivo donde la calidad del servicio es crucial para satisfacer las expectativas de los clientes, especialmente en hoteles de alta gama como los de 5 estrellas. Sin embargo, el personal operativo a menudo se ve limitado por la falta de herramientas tecnológicas avanzadas que optimicen los procesos y mejoren la eficiencia del servicio.

En particular, la inteligencia artificial ha demostrado ser una herramienta útil en diversas áreas de la hospitalidad, desde la automatización de tareas repetitivas hasta la mejora en la predicción de las necesidades de los huéspedes (González & Martínez, 2022). Esto es especialmente relevante para el personal operativo, que juega un papel clave en la satisfacción del cliente, ya que, al incorporar tecnologías como la IA, se pueden liberar de tareas rutinarias para enfocarse en interacciones más personales y de alto valor (Pérez, 2024).

En el contexto específico del hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, la implementación de IA podría representar un avance importante para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Según García y Rodríguez (2025), la integración de la inteligencia artificial en los procesos internos de un hotel permite no solo optimizar el trabajo del personal, sino también elevar la calidad de los servicios ofrecidos, adaptándose mejor a las demandas de los huéspedes.

Por lo tanto, el problema que se plantea es la falta de implementación de tecnologías avanzadas como la IA en el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, lo cual puede estar afectando la calidad del servicio que se ofrece a los clientes.

#### **2.1.1.1. Problema general**

¿Cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?

#### **2.1.1.2. Problemas específicos**

PE1: ¿Cuáles son las percepciones sobre la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia en la atención al cliente del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?

PE2: ¿Cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la reputación del hotel para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?

PE3: ¿Cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar el nivel de satisfacción del cliente para el personal operativo de un del hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?

## **2.2. Justificación**

### **2.2.1. Justificación teórica**

Actualmente, la Inteligencia Artificial ha demostrado ser una herramienta eficaz para optimizar todo tipo de tareas, procedimientos en diferentes ámbitos o rubros. En el caso del rubro hotelero, se aplica de la misma manera ya que permite personalizar de una manera más precisa la experiencia del cliente y aumenta la eficiencia en los quehaceres diarios. Diversos estudios teóricos respaldan que la implementación de esta herramienta en Hotelería contribuye significativamente a una mejor toma de decisiones basadas en datos precisos y fortalece la comunicación con los huéspedes. Por ello, nuestra investigación se basa en la adopción de la Inteligencia Artificial en el rubro hotelero y la relación con la calidad del servicio, desde la perspectiva del personal operativo. En este caso, se escogió un establecimiento en específico: un hotel 5 estrellas en San Isidro. El estudio se enfoca en la opinión de trabajadores de áreas operativas claves, en las cuales se considera que la interacción con la tecnología sería más adecuada. Con ello, se busca entender como la herramienta se vincularía con la percepción del servicio, la satisfacción del personal y la adaptación en el esquema organizacional del hotel, lo cual aportaría a la literatura sobre gestión hotelera y el cómo se genera esta transformación digital en el ámbito luxury en el Perú.

### **2.2.2. Justificación metodológica**

En nuestro caso, utilizamos el enfoque cualitativo, el cual nos permitirá una comprensión y análisis más profundo acerca de las percepciones o experiencias de los trabajadores (personal operativo) de un hotel 5 estrellas en San Isidro. Realizando una investigación más exhaustiva, el establecimiento no cuenta con la implementación de esta herramienta, por lo cual recolectamos respuestas que manifiestan cómo sería la nueva dinámica de los trabajadores con la aparición de Inteligencia Artificial en sus funciones diarias. Para ello, mediante una guía de entrevista, la cual ha sido validada por un juicio de expertos, se obtendrán estas mismas perspectivas detalladas que demostrarán oportunidades y desafíos en la integración tecnológica. Este proceso facilita capturar diversas matrices subjetivas de cada individuo, asegurando un amplio panorama sobre la aceptación de la IA y cómo se relaciona con la calidad de servicio (desde un punto de vista humano y operativo). Asimismo, todo lo recopilado será posiblemente utilizado en futuras investigaciones.

### **2.2.3. Justificación práctica**

El estudio propuesto brindará información importante para la gestión de un hotel 5 estrellas en San Isidro, ya que se identificarán percepciones y posibles desacuerdos de parte del personal hacia la posible implementación de esta herramienta en áreas operativas claves del establecimiento. Los resultados conseguidos podrían usarse con el fin de comprender las percepciones de nuestros entrevistados, obtener presuntos o supuestos sobre la interacción humano-tecnología y el fortalecimiento de la calidad del servicio. De igual manera, estos mismos hallazgos servirán como ejemplo para otros hoteles 5 estrellas o establecimientos de lujo en el país, que busquen implementar este tipo de recurso sin comprometer la experiencia personalizada que caracteriza a este sector.

## **2.3. Marco referencial**

### **2.3.1. Antecedentes de investigación**

#### **2.3.1.1. Antecedentes nacionales**

Balboa, et al (2021) en el estudio titulado "Inteligencia artificial y la atención al cliente en el departamento de recepción de los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Puno - 2021", presentado en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú, analiza cómo la inteligencia artificial influye en la atención al cliente en los departamentos de recepción de hoteles de cuatro estrellas en la ciudad de Puno. Los resultados del estudio, llevado a cabo en 2012, destacan que la implementación de IA puede mejorar notablemente la eficiencia y eficacia del servicio al cliente, siempre que su uso sea supervisado por personal humano.

La investigación de Balboa et al. (2021) examina cómo la inteligencia artificial influye en la atención al cliente en las recepciones de hoteles de cuatro estrellas en Puno. Mediante un enfoque descriptivo y cuantitativo, se recolectaron datos a través de encuestas y observaciones en los hoteles seleccionados, comparando aquellos que han adoptado IA con los que aún no la utilizan. Los hallazgos indican que la implementación de inteligencia artificial mejora la eficiencia y efectividad del servicio, agilizando los tiempos de respuesta y minimizando errores en la gestión de reservas y consultas. No obstante, el estudio subraya la relevancia de la supervisión humana, ya que la interacción personal sigue siendo un aspecto esencial para asegurar una experiencia satisfactoria para los clientes.

Velásquez (2022), como parte de la Universidad de San Martín de Porres en Lima, en su estudio "Impacto de la implementación de tecnologías de información y comunicaciones en la limpieza de habitaciones de un hotel 5 estrellas, Lima, Perú, 2022",

evalúa cómo la adopción de estas tecnologías influye en la eficiencia de los procesos de limpieza en un hotel de alta categoría.

La investigación empleó una metodología cualitativa con un enfoque fenomenológico, utilizando entrevistas estructuradas, observación directa y revisión documental para la recolección de datos. La muestra estuvo compuesta por 17 colaboradores del área de housekeeping del hotel en estudio. Las entrevistas se diseñaron para explorar la percepción y experiencia del personal respecto al uso de las tecnologías de información y comunicación en sus labores diarias. La observación permitió analizar de manera directa los procesos de limpieza y el uso de dichas tecnologías en el entorno laboral. Finalmente, la revisión documental incluyó el análisis de reportes generados por las herramientas tecnológicas implementadas en el departamento de housekeeping.

La investigación concluye que dichas tecnologías contribuyen significativamente a mejorar la productividad y la satisfacción del cliente al optimizar tanto los procesos de limpieza como el control de calidad.

Asalde et al. (2022), en el estudio titulado "Cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021", presentado en la Universidad Privada del Norte, Lima, Perú, es una investigación cualitativa que analiza el impacto de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio hotelero. Los resultados muestran que la adopción de tecnologías avanzadas en las operaciones de hoteles de 5 estrellas en San Isidro contribuye significativamente a mejorar la satisfacción de los clientes y a fortalecer la competitividad de los establecimientos. En resumen, la adopción tecnológica en hoteles de 5 estrellas en San Isidro ha fortalecido la competitividad y ha contribuido a ofrecer un servicio de mayor calidad a los huéspedes.

### **2.3.1.2. Antecedentes internacionales**

Ivanov y Webster (2019), en su investigación *Adoption of Artificial Intelligence in Hospitality and Tourism: Literature Review and Future Research Agenda*, realizada en el Reino Unido, exploran el impacto de la inteligencia artificial (IA) en la industria hotelera, especialmente en establecimientos de lujo. Su estudio resalta cómo esta tecnología contribuye a mejorar la personalización del servicio y la eficiencia operativa en hoteles de cinco estrellas, lo que se traduce en una mejor experiencia para los clientes y un aumento en la calidad percibida del servicio.

Para llevar a cabo su análisis, los autores realizaron una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre la adopción de IA en el sector hotelero y turístico. Examinaron estudios previos, informes especializados y casos prácticos, utilizando un enfoque cualitativo para identificar las principales tendencias en la implementación de esta tecnología y su influencia en la personalización del servicio y la gestión operativa.

Los hallazgos del estudio indican que la IA está transformando significativamente el sector hotelero, facilitando una mayor personalización en la atención al cliente y optimizando la administración de los establecimientos. Sin embargo, los investigadores advierten sobre desafíos como la resistencia al cambio entre los empleados y las preocupaciones en torno a la privacidad de los datos de los huéspedes. Como recomendación, sugieren que futuras investigaciones se enfoquen en la interacción entre humanos y sistemas de IA en el ámbito hotelero, con el objetivo de maximizar los beneficios de esta tecnología.

Tussyadiah (2020), en su estudio titulado *A Review of Artificial Intelligence Applications in Hospitality: Enhancing Customer Experience and Operational Efficiency*, analiza aplicaciones de inteligencia artificial, como chatbots y sistemas de recomendación, en hoteles de lujo en Estados Unidos. Mediante una revisión sistemática de literatura y el análisis de estudios de caso, el trabajo examina cómo estas tecnologías han sido implementadas en la industria hotelera. La investigación concluye que la inteligencia artificial no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también optimiza la gestión de recursos, impactando positivamente en la calidad del servicio ofrecido.

Lu y Zhang (2021), en su estudio realizado en China titulado *Artificial Intelligence in Luxury Hotels: Impacts on Service Quality and Guest Retention*, llevaron a cabo una investigación cuantitativa utilizando encuestas a clientes de hoteles de cinco estrellas que implementaron tecnologías de IA, como asistentes virtuales y sistemas de análisis predictivo. La muestra se centró en huéspedes que habían interactuado con estas tecnologías durante su estadía, lo que permitió evaluar la percepción de la calidad del servicio antes y después de la implementación de la IA. Para analizar los datos, los investigadores utilizaron métodos estadísticos, como regresión múltiple, para identificar la relación entre el uso de la IA, la calidad percibida del servicio y la fidelización del cliente. El estudio de Lu y Zhang (2021) concluye que la implementación de la inteligencia artificial (IA) en los hoteles de lujo, particularmente a través de asistentes virtuales y análisis predictivo, tiene un impacto positivo en la calidad del servicio y en la fidelización de los clientes.

## **2.3.2. Marco teórico**

### **2.3.2.1. Inteligencia Artificial (IA)**

La Inteligencia Artificial (IA), con el correr del tiempo, ha sido definida y explicada de muchas maneras. Según Morandin-Ahuerma (2024), la IA es la capacidad de un aparato o sistema informático para simular y realizar tareas que normalmente requerirían de inteligencia humana, como el razonamiento lógico, el aprendizaje y la resolución de problemas. También bajo esta misma línea, Pérez-Ugena (2024) amplía dicha definición al considerar que la IA no sólo es una herramienta tecnológica capaz de procesar información y tomar decisiones, sino también como un suceso que plantea desafíos éticos y jurídicos en su regulación. Por otro lado, Giletta et al (2020) resaltan que la definición de IA puede debatirse y que su concepto varía dependiendo del enfoque desde el cual se analice, ya sea desde una perspectiva informática, filosófica o de ciencias sociales.

Podemos decir que, en conjunto, desde las perspectivas de estos tres autores, permiten comprender la IA como una disciplina en constante evolución, con implicancias, tanto de manera tecnológica como social.

### **2.3.2.2. Tecnología**

La descripción de tecnología ha sido discutida en su mayoría desde diversas perspectivas o puntos de vistas. Según la Universidad Internacional de Valencia (2017), la tecnología se puede comprender como el conjunto de conocimientos, técnicas y herramientas que permiten modificar el entorno para facilitar la vida del humano y mejorar procesos en diferentes ámbitos. Por otro lado, Bijker (2006) afirma que la tecnología no solo implica herramientas y dispositivos, sino que también se consideraría como un fenómeno social que influye en la manera en la que las comunidades se desarrollan y evolucionan. Algo parecido es lo que nos comparte Borromeo García (2023) resaltando que la tecnología es un producto del ingenio humano, el cual permite la resolución de problemas, mejorar la eficiencia y transformar la realidad mediante la innovación continua.

Estas 3 definiciones, destacan que la tecnología no solo es un grupo de herramientas, sino un proceso dinámico de creación, adaptación y cambio que impacta totalmente en la sociedad.

### **2.3.2.3. Tipos de tecnología**

Los tipos de tecnología se pueden organizar de diversas maneras según su función y aplicación en los diferentes sectores. Según la Universidad Internacional de Valencia

(2024), la tecnología se puede dividir en categorías como tecnología dura, que incluye herramientas y dispositivos físicos, y tecnología blanda, asociada con procesos, metodologías y conocimientos. En el ámbito de educación como ejemplo, Barajas Virrarruel (2009) clasifica los medios tecnológicos en educación a distancia en función de la interacción y alcance, diferenciando entre tecnologías sincrónicas, que acceden a comunicación en tiempo real, y tecnologías asincrónicas, que posibilitan el acceso a la información en cualquier momento. Por otra parte, León-Garrido y Barroso-Osuna (2023) analizan los modelos educativos basados en tecnología y destacan que su evolución ha dado lugar a modalidades híbridas y completamente digitales, evidenciando la transformación constante de los sistemas de enseñanza.

Es por ello, que, en base a estas tres perspectivas en conjunto, muestran que los tipos de tecnología no solo varían según su método de aplicación, sino también según el impacto en diferentes áreas del conocimiento y la sociedad.

#### **2.3.2.4. Calidad de servicio**

El significado de calidad de servicio ha sido ampliamente estudiado e investigado en distintos ámbitos, siendo influenciado tanto en la impresión y satisfacción del cliente. Según Cardozo (2021), la calidad de servicio se define como el nivel de cumplimiento de las expectativas del consumidor en relación con la atención recibida, considerando factores como la eficiencia, accesibilidad y transparencia en los procesos. Desde una perspectiva enfocada en la satisfacción del cliente, Molina (2014) señala que la calidad del servicio está cercanamente ligada a la experiencia del comensal, la cual se puede ver influenciada por aspectos como la rapidez en la atención, la amabilidad del personal y la personalización del servicio brindado. En el hotelaría, Bustamante (2015) resalta que la calidad del servicio no solo genera impacto en la satisfacción del huésped, sino que también influye en su fidelidad hacia la marca, evidenciando la necesidad de mantener los estándares altos en cuanto a la atención y así garantizar dicha lealtad.

En su totalidad, estas definiciones nos permiten comprender que la calidad de servicio es un concepto multidimensional, basado en la apreciación del consumidor y en la capacidad de las organizaciones para responder efectivamente a sus necesidades.

#### **2.3.2.5. Automatización e Interacción Humana**

La automatización e interacción humana ha sido objeto de estudio en diferentes ámbitos debido a su gran impacto en el trabajo, la sociedad y las relaciones interpersonales. Según Beytelmann (2023), la automatización ha generado un cambio en

la forma en que los seres humanos se relacionan con las máquinas, pues los robots y sistemas inteligentes han asumido papeles que antes eran exclusivamente humanos, afectando la dinámica de comunicación y cooperación. Desde un punto de vista laboral, la Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo (2024) señalan que la interacción humano-robot modifica los procedimientos en los espacios de trabajo, ya que las tareas automatizadas requieren una adaptación del capital humano para convivir con sistemas tecnológicos avanzados, lo que conlleva desafíos en términos de confianza y aceptación. Es por esa misma línea donde Acosta (2024) destaca que la incorporación de la automatización en los entornos laborales no solo transforma los procesos productivos, sino que también redefine la manera en que los colaboradores interactúan con la tecnología, enfatizando la necesidad de establecer un balance entre la eficiencia automatizada y la conexión humana.

Es por ello que dichos enfoques nos enseñan que la automatización no solo optimiza procesos, sino que también plantea desafíos en la interacción humana, haciendo imprescindible una adecuada administración de la relación entre tecnología y personas.

#### 2.3.1. Glosario de términos

**Adaptabilidad laboral:** la mayoría de los empleados enfrentan cambios y desafíos en el curso de su trabajo. La adaptabilidad es una habilidad blanda que le permite a la persona ser flexible y aceptar los cambios fácilmente (Indeed, 2024).

**Atención al Cliente:** la atención al cliente puede entenderse como el servicio que prestan las empresas que ofrecen servicios y/o comercializan productos a los clientes para la satisfacción de sus necesidades (Torres, 2018).

**Calidad de servicio:** la calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades (Molina, 2014).

**Eficiencia en la atención al cliente:** en la atención al cliente, el concepto de “eficiencia” también se aplica de la misma manera. La idea es poder atender a la mayor cantidad de clientes posibles, sin sacrificar la calidad y sin que haya un mayor gasto (Callbell, 2024).

**Eficiencia Operativa:** la eficiencia operativa es un concepto fundamental en el ámbito empresarial que se refiere a la capacidad de una organización para utilizar de manera óptima sus recursos y procesos con el fin de lograr resultados superiores. Es un

factor clave que influye en la rentabilidad y el éxito a largo plazo de una empresa (Baena, 2023).

Hotel 5 Estrellas: un hotel de 5 estrellas es un establecimiento pensado para clientes muy exigentes. Para obtener una designación de cinco estrellas, un hotel debe ofrecer alojamiento lujoso y muchas comodidades diferentes: gimnasios, spas, restaurantes gourmet y más. Los hoteles de cinco estrellas también ofrecen un nivel de servicio muy alto, personalizado según las necesidades específicas de cada huésped (Barten, 2024).

Inteligencia Artificial (IA): la inteligencia artificial o IA es una especialidad dentro del campo de la investigación y la informática. Mediante mecanismos lógico-matemáticos, se programan órdenes a las máquinas, con el objetivo de que estas satisfagan las necesidades de las personas (Galán, 2024).

Personal operativo en hoteles: los miembros del equipo operativo son los ojos y oídos de tu hotel. Al interactuar directamente con los huéspedes, son quienes mejor pueden evaluar su satisfacción y también tienen el poder de mejorarla. Descubre formas sencillas de mejorar la experiencia de los huéspedes. El personal operativo se asegura de que las operaciones funcionen sin problemas y de que las tareas diarias se realicen de manera eficiente (Lacalle, 2023).

Reputación del hotel: se refiere al conjunto de percepciones, valoraciones y expectativas que se tiene hacia la marca de una empresa o hacia la propia empresa (Room Cloud, 2024).

## 2.4. Resumen ejecutivo

Título: Percepciones del uso de la Inteligencia Artificial para mejorar la calidad del servicio para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025. Procedencia: Tesis de bachiller por San Ignacio de Loyola – Escuela ISIL. Objetivo: Se quiere conocer si es viable una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, Perú. Metodología: Aplicando un enfoque cualitativo y mediante una entrevista estructurada por medio de ZOOM, se conocieron las percepciones de 6 trabajadores para comprender qué opinan sobre la implementación de la inteligencia artificial en el hotel y cómo afectaría en sus labores del día a día. Resultados: Los trabajadores testifican que tienen expectativas de que la IA puede optimizar procesos y mejorar la eficiencia en el servicio. Sin embargo, algunos expresan preocupación por la posible reducción del

personal y la necesidad de capacitación para adaptarse a la nueva tecnología. Conclusión: Las percepciones sobre la propuesta de implementación de IA en el hotel sostienen que se podría mejorar la calidad del servicio, al mejorar procesos y reducir los tiempos de espera de los huéspedes. Sin embargo, el éxito dependerá de una adecuada capacitación y comunicación interna para reducir el temor de la automatización y garantizar su aceptación por parte de los colaboradores operativos.

## 2.5. Características técnicas del proyecto

El sistema de recomendación personalizado basado en inteligencia artificial, debe ser de interés personalizado adaptado al huésped, basándose en sus preferencias previas, historial de estancias y actividades favoritas. Debe ser adaptable a las necesidades del huésped a lo largo de su estancia y permitir la interactividad con él para que pueda confirmar o descartar las sugerencias que el sistema da. Además, debe ser multiplataforma (móvil y tablet) y el dispositivo instalado en las habitaciones, y las recomendaciones deben mostrarse de manera clara y fácil de entender. El sistema debe dar recomendaciones precisas y basadas en datos, ser escalable para manejar grandes volúmenes de datos, actualizarse en tiempo real a medida que el huésped interactúa con él y cambia sus preferencias, y ser altamente personalizado para ofrecer recomendaciones que sean relevantes y útiles, mejorando así la experiencia del huésped.

**Tabla 1**  
*Atributos de un proceso – Sistema de IA de Recomendaciones*

Atributos	Descripción
¿Es fácil de usar?	El sistema de IA será intuitivo, permitiendo a los huéspedes navegar fácilmente entre las recomendaciones generadas, visualizando opciones relevantes sin complicaciones.
¿Es confiable?	El sistema de IA ofrecerá recomendaciones confiables, basadas en un análisis preciso y datos actualizados del huésped, asegurando sugerencias apropiadas.
¿Es seguro?	La IA garantizará la seguridad de los datos personales del huésped, cumpliendo con las normativas de privacidad y protección de datos.
¿Es preciso?	La IA generará recomendaciones precisas basadas en un análisis adecuado de los datos históricos y actuales del huésped, adaptándose a sus preferencias.

---

¿Es rápido?	El sistema de la IA proporcionará recomendaciones de forma rápida y eficiente, sin largas esperas ni interrupciones del servicio.
¿Se puede personalizar?	La IA permitirá personalizar recomendaciones en función de los gustos e intereses del huésped, como preferencia de cocina, actividades anteriores o el estilo de viajar.

---

Fuente: Elaboración propia

## 2.6. Análisis comparativo de características

La inteligencia artificial (IA) está revolucionando la industria hotelera, como se ha estado presentando anteriormente, permitiendo así la mejora en la experiencia del huésped con soluciones totalmente innovadoras, tal como es el caso de Alfred Smart. Este sistema de domótica (utilización de la tecnología para automatizar y controlar distintos aspectos de un espacio) permite la automatización y personalizar el ambiente de la habitación, optimizando comodidad y eficiencia.

Sin embargo, la personalización va mucho más allá del control del entorno. Con la propuesta que plantea este estudio, un Sistema de Inteligencia Artificial para Recomendaciones Personalizadas, busca ofrecer sugerencias adaptadas a cada comensal en función a su historial, preferencias y cambios en tiempo real. Y a diferencia de Alfred Smart, enfatiza interactividad, actualización dinámica y escalabilidad.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo que resalta las características claves entre ambas soluciones.

**Tabla 2**

Características entre el Sistema de Inteligencia Artificial para Recomendaciones Personalizadas

Características	Alfred Smart	Sistema de IA para Recomendaciones Personalizadas	Diferencias/Mejoras Propuestas
Facilidad de uso	Diseño fácil de usar para controlar la habitación y sus servicios.	Plataforma de uso sencillo con recomendaciones claras y accesibles en diferentes dispositivos.	Los 2 son sencillos de usar. Sin embargo, el Sistema de IA enfatiza más la interactividad y flexibilidad para ajustar preferencias.
Seguridad	Gestión segura de los datos personales y control de accesos digitales.	Protección de datos personales bajo las normativas de privacidad.	Ambos enfatizan la seguridad, pero el Sistema de IA podría incorporar un enfoque más avanzado en la encriptación de datos.
Precisión de recomendaciones	Según las preferencias de los huéspedes y automatización del entorno.	Basados en preferencias anteriores, historial de estancias y ajuste en tiempo real.	El Sistema propuesto amplía la precisión al integrar fuentes de datos y un aprendizaje continuo.
Velocidad de respuestas	Respuestas ágiles mediante IA integrada en domótica (casas inteligentes).	Sugerencias en tiempo real con IA optimizada.	Ambos son veloces, pero el Sistema presentado pretende optimizar la flexibilidad para gestionar grandes volúmenes de información.
Personalización	Personaliza los servicios según el huésped, con énfasis en la domótica.	IA personalizada en su totalidad, permitiendo así la confirmación o descarte de recomendaciones.	Esta propuesta mejora la adaptabilidad al permitir una mayor interacción del huésped con sus preferencias.
Accesibilidad	Se administra principalmente desde la habitación del hotel.	Disponibilidad en múltiples plataformas: móvil, tablet y dispositivos de la habitación.	El Sistema de IA permite la expansión del acceso omnicanal, permitiendo la interacción inclusive antes de la llegada al hotel.

vs. Alfred Smart.

Fuente: Elaboración propia.

## 2.7. Objetivo general y específico: propósito del proyecto

### 2.7.1. Objetivo general

Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.

### 2.7.2. Objetivos específicos

Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia en la atención al cliente para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.

Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la reputación del hotel del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.

Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar el nivel de satisfacción del cliente para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.

### 2.8. Componentes del proyecto

Desarrollo y diseño de la aplicación móvil:

- Investigación sobre tecnologías de inteligencia artificial para la personalización de recomendaciones.
- Desarrollo de la arquitectura y estructura de la aplicación móvil, que estará disponible en los iPads de las habitaciones y en los dispositivos móviles personales de los huéspedes.
- Implementación de algoritmos de IA para ofrecer recomendaciones personalizadas (internas y externas) basadas en las preferencias y comportamientos de los huéspedes.

Integración con los sistemas internos del hotel:

- Evaluación y análisis de la infraestructura tecnológica actual del hotel (sistemas de gestión de reservas, pagos, CRM).
- Diseño e implementación de la integración de la IA con los sistemas internos del hotel para facilitar la sincronización y ofrecer una experiencia coherente y fluida.
- Realización de pruebas para garantizar la compatibilidad y eficiencia de la integración.

Diseño de la experiencia de usuario (UX) e interfaz (UI):

- Diseño de una interfaz intuitiva y fácil de usar, tanto para los dispositivos iPads en las habitaciones como para los móviles personales de los huéspedes.

- Creación de una experiencia visual atractiva y de fácil navegación para los usuarios, asegurando que las recomendaciones sean accesibles y comprensibles.
- Realización de pruebas de usabilidad para mejorar la interacción del usuario.

Desarrollo de manuales y documentación:

- Redacción de un manual detallado para los empleados del hotel sobre cómo utilizar la aplicación, gestionar las recomendaciones generadas por la IA y solucionar posibles problemas técnicos.
- Creación de documentos de soporte técnico que expliquen el proceso de integración y el mantenimiento continuo de la aplicación.

Capacitación del personal:

- Desarrollo de un plan de formación para capacitar al personal del hotel en el uso de la aplicación y cómo interactuar con los huéspedes sobre las recomendaciones generadas por la IA.
- Entrenamiento sobre cómo aprovechar las recomendaciones para mejorar la satisfacción del cliente y optimizar los servicios dentro del hotel.

Análisis de rendimiento y ajustes en la IA:

- Implementación de herramientas de monitoreo para analizar la eficacia y rendimiento de la aplicación.
- Generación de informes periódicos sobre las interacciones de los huéspedes, la popularidad de las recomendaciones, y los ingresos generados por las reservas de servicios sugeridos.
- Ajuste continuo de los algoritmos de IA en base a los resultados obtenidos para mejorar las recomendaciones y la personalización.

Estrategia de marketing y promoción:

- Diseño de una estrategia de marketing para promocionar la nueva aplicación entre los huéspedes, destacando la personalización de la experiencia.

- Desarrollo de materiales de comunicación, como folletos, videos y anuncios, para enseñar a los huéspedes cómo usar la aplicación y disfrutar de las recomendaciones personalizadas.
- Cada uno de estos componentes abarca varias actividades específicas que, juntas, permitirán la creación, implementación y optimización de la IA de recomendaciones para el hotel 5 estrellas en San Isidro Lima, garantizando una experiencia del cliente más personalizada y eficiente.

## 2.9. Resultados generales

Resultados generales: componentes del proyecto de IA de recomendaciones para un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima.

Aplicación móvil de inteligencia artificial personalizada: Un sistema de recomendación inteligente implementado en una aplicación disponible tanto en los iPads de las habitaciones como en los dispositivos móviles personales de los huéspedes. La aplicación sugerirá actividades dentro del hotel, como restaurantes, spa y eventos, además de opciones externas como tours turísticos, restaurantes locales y transporte, todo basado en las preferencias individuales del huésped.

Mejora en la experiencia del cliente: Un aumento significativo en la satisfacción y fidelización de los huéspedes debido a la personalización del servicio, que les permite disfrutar de recomendaciones adaptadas a sus intereses y necesidades, tanto dentro del hotel como fuera de él, durante toda su estancia.

Manual de funcionamiento e integración de la IA: Un manual detallado que explica el diseño, desarrollo, y uso de la aplicación de recomendaciones, así como el proceso de integración con los sistemas internos del hotel (gestión de reservas, pagos, CRM, etc.). Este manual servirá tanto para el personal del hotel como para los equipos de soporte técnico para asegurar el buen funcionamiento del sistema.

Entrenamiento del personal del hotel: Capacitación completa para los empleados del hotel sobre cómo utilizar la aplicación, cómo gestionar las recomendaciones generadas por la IA y cómo optimizar la experiencia del cliente a través de esta nueva tecnología.

Informe de rendimiento y análisis de datos: informe periódico para analizar el rendimiento de la aplicación, incluyendo las recomendaciones, la tasa de interacción de los huéspedes con la app, y los ingresos generados a través de las reservas de servicios

recomendados, esto que permitirá medir la efectividad del sistema y realizar mejor los ajustes continuos para mejorar la experiencia con el cliente.

Aumento de ingresos adicionales: Generación de nuevos flujos de ingresos a través de la venta de servicios internos del hotel (como cenas y tratamientos de spa) y actividades externas recomendadas (como tours y transporte), impulsados por las recomendaciones automatizadas de la aplicación.

Estos resultados transformarán la experiencia de los huéspedes en el hotel, posicionando al hotel como un líder en innovación tecnológica dentro del sector hotelero de lujo, al mismo tiempo que mejoran la eficiencia operativa y la rentabilidad del hotel.

Resultado Final:

Sistema de Recomendación Personalizada Basado en IA funcional, con acceso a través de dispositivos móviles y tabletas con recomendaciones precisas y personalizadas a los huéspedes, ayuda a la mejora de experiencia con el cliente, optimiza la gestión operativa y aumenta la lealtad de los huéspedes para hacer que su estancia sea de acuerdo a su perfil.





---

Descripción del cronograma: El plan de tiempo del proyecto de implementación del sistema de recomendación personalizada basada en IA consta de varias fases a lo largo de 8 meses. En abril (sem.1-4) serán llevadas a cabo las reuniones con el cliente para definir los requisitos del sistema. También se analizarán los sistemas existentes como el PMS y CRM para asegurarse de que el sistema se integre correctamente en la estructura del hotel. En mayo (sem 5-8) se creará el plan de trabajo y el plan de tiempo. Además, se creará el diseño inicial del algoritmo de recomendación basado en IA y se realizará la programación del primer prototipo del sistema. En junio (sem.9-12) se desarrollará el software completo del sistema e introducirá la IA en el sistema con los datos de historia del hotel ya recogidos. En julio (sem. 13-16) se integrará el sistema con PMS y CRM. Se realizarán los ajustes necesarios y se realizarán las pruebas de integración para asegurarse de que todo funciona correctamente. Por último, también se realizará la capacitación del personal para usar el sistema. En agosto (sem.17-20) se crearán los materiales de respaldo y manuales para el personal. Además, se instalará el sistema en las instalaciones de los clientes y se realizarán las pruebas finales del sistema. En septiembre (sem.21-24) se realiza la verificación del rendimiento del sistema en tiempo real, efectuando ajustes finales según el feedback recibido. Durante octubre (semana 25-28), se ejecutan campañas de publicidad relacionadas con la implementación, se prepara contenido gráfico y audiovisual, y se inicia el monitoreo continuo del sistema. Finalmente, en noviembre (semana 29-32), se lleva a cabo una evaluación del impacto del sistema en la calidad del servicio y una revisión final del proyecto, ajustando detalles según el feedback del cliente. Este cronograma permite asegurar un seguimiento detallado de cada fase para garantizar el éxito en la implementación del sistema

## 2.11. Metodología de la investigación

### 2.11.1 Hipótesis de investigación

#### 2.11.1.1. Hipótesis general

No requiere

#### 2.11.1.2. Hipótesis específicas

No requiere

### 2.11.2. Operacionalización de Categoría

Categoría 1: Uso de Inteligencia Artificial

Es una especialidad dentro del campo de la investigación y la informática. Mediante mecanismos lógico-matemáticos, se programan órdenes a las máquinas, con el objetivo de que estas satisfagan las necesidades de las personas. Entre las principales aplicaciones de la IA destaca la investigación en todas sus formas. Ciencia, I+D+i, innovación y uso de las nuevas tecnologías, que se aplican a todo tipo de situaciones. También en lo cotidiano (Galán,2024).

Subcategorías:

Tecnología: se define usualmente como el conjunto de herramientas hechas por el hombre, como los medios eficientes para un fin, o como el conjunto de artefactos materiales. Pero la tecnología también contiene prácticas instrumentales, como la creación, fabricación y uso de los medios y las máquinas; incluye el conjunto material y no-material de hechos técnicos; está íntimamente conectada con las necesidades institucionalizadas y los fines previstos a los cuales las tecnologías sirven (Rammert, 2001).

Productividad: la productividad es el indicador que nos va a medir la eficiencia. Es decir, nos mide la producción que estamos obteniendo con los factores productivos que estamos utilizando. Es una medida que nos indica el rendimiento de los factores productivos (Martínez, 2024).

Engagement: se refiere a la capacidad de una marca o empresa para conectar de manera profunda y significativa con su audiencia. Es la medida de cuánto se involucran y se comprometen los seguidores o clientes con el contenido, productos o servicios ofrecidos por tu marca (AceleraPyme, 2023).

Categoría 2:

Calidad de servicio: consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades (Molina,2014).

Subcategorías:

Eficiencia en la atención al cliente: en la atención al cliente, el concepto de "eficiencia" también se aplica de la misma manera. La idea es poder atender a la mayor cantidad de clientes posibles, sin sacrificar la calidad y sin que haya un mayor gasto (Callbell, 2024).

Reputación del hotel: se refiere al conjunto de percepciones, valoraciones y expectativas que se tiene hacia la marca de una empresa o hacia la propia empresa. (Room Cloud, 2024).

Satisfacción del cliente: la medición de la satisfacción del cliente revela no únicamente el nivel de satisfacción, sino que también proporciona información respecto a los factores que influyen a esta variable. El interés de su medición se ha ampliado desde el nivel empresarial hasta otros sectores como el público y de los servicios; el método más utilizado para medir la satisfacción está basado en las encuestas (Quispe & Ayaviri, 2016).

### **2.11.3. Enfoque de investigación**

El enfoque empleado para la presente investigación será la cualitativa. Esto es debido a que permite explorar las percepciones y posibles experiencias del personal sobre el uso de la inteligencia artificial, dándole contexto dentro de la cultura hotelera local. Este enfoque proporciona datos detallados, favorece la interpretación de comportamientos y actitudes, y facilita el desarrollo de teorías relevantes. Además, la flexibilidad en la investigación cualitativa se alinea bien con la naturaleza dinámica del tema, permitiendo adaptarse a nuevas preguntas y proponer mejoras prácticas basadas en las necesidades identificadas.

Según Hernández et al. (2014), la investigación cualitativa "es flexible, utiliza recolección de datos no estandarizada y se basa en la interpretación subjetiva de los fenómenos sociales, más que en mediciones numéricas" (p. 366).

#### **2.11.4 Tipo de investigación**

Para el presente trabajo, se tiene como tipo elegido la investigación aplicada. Esto hace referencia sobre la inteligencia artificial y de qué manera influencia en la atención al cliente de un hotel de 5 estrellas en Perú. Se centrará en explorar cómo estas tecnologías afectan la calidad del servicio, la experiencia del cliente y las operaciones del personal. La investigación está enfocada a los empleados del hotel en San Isidro, Lima, lo que implica que el objetivo principal es entender cómo ellos podrían percibir y experimentar el uso de la inteligencia artificial (IA) en su trabajo diario y cómo este uso influye en la calidad del servicio que ofrecen a los huéspedes. Según Lozada (2014), “la investigación aplicada tiene como objetivo generar conocimiento que se pueda aplicar directamente a problemas sociales o del sector productivo. Este se apoya en los descubrimientos tecnológicos obtenidos a partir de la investigación básica para vincular la teoría y la práctica” (p.34).

#### **2.11.5. Diseño de investigación**

El diseño de investigación es no experimental de corte transversal, porque no se busca manipular las variables en estudio y los datos son recolectados en un solo período de estudio (Hernández & Mendoza, 2023), específicamente en el año 2025.

#### **2.11.6. Niveles de investigación**

Este estudio descriptivo busca detallar el uso actual de la Inteligencia Artificial (IA) para mejorar la calidad del servicio en un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima. Se enfoca en observar los procesos operativos del personal y explorar cómo la IA podría optimizar la eficiencia sin intervenir directamente en las operaciones. El objetivo es proporcionar una visión clara del contexto actual para futuras propuestas tecnológicas.

Según Hernández et al. (2014), los “estudios descriptivos: buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 92). Lo que indica que se enfoca en detallar las características y propiedades de un fenómeno sin modificarlo. Su objetivo es describir tendencias y patrones dentro de un grupo o población, proporcionando una visión clara de cómo se manifiesta un fenómeno en su contexto. No busca explicar causas, solo observar y reportar.

### **2.11.7. Población**

La población está compuesta por 250 los empleados del hotel 5 estrellas en San Isidro, los cuales han manifestado sus percepciones sobre la propuesta de implementación de la herramienta de Inteligencia Artificial (IA) en el establecimiento, ya sea como parte de sus tareas diarias o como usuarios de la tecnología en el hotel, durante el año 2025.

Por su parte, los empleados del hotel son personas que trabajan en áreas como recepción, atención al cliente, housekeeping, tecnología de la información, marketing, etc., quienes podrían utilizar sistemas basados en IA en su trabajo diario o tienen algún conocimiento de cómo la IA mejora en el servicio y la operativa del hotel.

### **2.11.8. Muestra**

Se emplea una muestra no probabilística por conveniencia debido a la naturaleza cualitativa de la investigación, ya que no se pretende generalizar a toda la población, sino obtener perspectivas profundas y detalladas de los empleados clave. La selección de los empleados será basada en los siguientes criterios de inclusión:

- Diversidad de departamentos: Se elegirá empleados de diferentes áreas del hotel (recepción, rubro de alimentos y bebidas, tecnología, etc.) para recolectar una variedad de opiniones sobre cómo la Inteligencia Artificial impacta distintos procesos y servicios.
- Experiencia en el hotel: Se considerará a colaboradores con diferente nivel de experiencia (nuevos colaboradores, colaboradores con varios años de servicio, practicantes) para obtener opiniones variadas sobre la integración de la Inteligencia Artificial en sus actividades diarias.

Por lo tanto, la muestra está constituida por 10 empleados del hotel 5 estrellas en San Isidro durante el año 2025. Asimismo, se buscará alcanzar el punto de saturación, es decir, cuando no se obtengan nuevas ideas o temas relevantes en las respuestas.

### **2.11.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **2.11.9.1 Técnica de recolección de datos**

Para la presente investigación, la técnica aplicada es la entrevista estructurada, donde se construyeron 20 micro categorías esenciales. Para la categoría en estudio, se

empleó 10 preguntas la cual nos permitió conocer la percepción de 6 empleados del hotel 5 estrellas en San Isidro 2025.

#### **2.11.9.2 Instrumento de recolección de datos**

Se plantea realizar entrevistas, la circulación de la herramienta consta de una reunión vía ZOOM o presencial con nuestros entrevistados, la cual será grabada para documentar de manera más verídica las respuestas, se adjuntará el documento firmado “Consentimiento informado para participar en la investigación”. la información será grabada en los servicios en la nube de Google Drive para tener un archivo de las grabaciones y Google Docs para realizar la transcripción de las entrevistas una vez finalizadas. Para el análisis cualitativo de datos y como técnica de procesamiento de estos datos, se utilizará la plataforma ATLAS.ti. Este software permite asignar etiquetas a fragmentos de texto o datos que representan conceptos, temas o categorías relevantes para la investigación, accediendo así a explorar los patrones que se evidenciaron en las entrevistas.

#### **2.11.10. Validez y confiabilidad**

Para la presente investigación se realiza la validación de las herramientas a través de un juicio de expertos, donde un experto en la materia, revisa y evalúa críticamente el instrumento de recolección de datos, en este caso, la entrevista estructurada mencionada. Esto determina si las preguntas son adecuadas, claras y pertinentes para el objetivo del estudio. El experto, quien cuenta con 8 años en el ejercicio de la profesión y en la docencia universitaria, evalúa lo realizado y a partir de sus recomendaciones se ajusta el instrumento para garantizar la validez correspondiente y mejorar la precisión de los datos recopilados.

### **III. Estimación del costo del proyecto**

#### **3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación**

**Tabla N°4**

*Estimación de costos necesarios para la implementación de la IA*

<b>Naturaleza del Gasto</b>	<b>Producto o Servicio</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cant</b>	<b>Precio Unitario (USD)</b>	<b>Precio Total (USD)</b>	
Personal	Capacitación del Personal	X Mes	3	\$ 270.00	\$ 810.00	
Tecnología	Desarrollo de Software de IA	Unidad	1	\$ 33,000.00	\$ 33,000.00	
	Infraestructura Tecnológica	Mes	12	\$ 4,200.00	\$ 50,400.00	
	Dispositivos	Unidades	450	\$ 1,500.00	\$ 675,000.00	
	Licencias de software y herramientas de IA	Unidad	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
	Diseño de la experiencia de usuario (UX/UI)	X Mes	1	\$ 500.00	\$ 500.00	
	Integración con los sistemas internos	X Mes	1	\$ 700.00	\$ 700.00	
Servicios	Soporte, Mantenimiento y actualización de la app	X Mes	1	\$ 540.00	\$ 540.00	
	Monitoreo de rendimiento y ajustes de IA	X Mes	1	\$ 540.00	\$ 540.00	
	Empresa de Consultoría: Innova Consulting	X Mes	1	\$ 550.00	\$ 550.00	
	Marketing y Estrategia de Penetración	1	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	
	Manuales y documentación técnica	1	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
					Personal	\$ 810.00
					Tecnología	\$ 760,600.00
					Servicios	\$ 6,630.00
					<b>TOTAL</b>	<b>\$ 768,040.00</b>

**Tabla 5**

*Estimación de gastos necesarios para el actual desarrollo de la tesis*

Naturaleza del Gasto	Producto o servicio	Cantidad	Precio Unitario (PEN)	Precio Total (PEN)
Tecnología	Software de diseño	3	S/ 40.00	S/ 120.00
	almacenamiento en la nube	2	S/ 27.00	S/ 54.00
	licencia de Microsoft	3	S/ 10.00	S/ 30.00
Servicios Adicionales	Transporte	5	S/ 5.00	S/ 25.00
	Asesoría externa	2	S/ 150.00	S/ 300.00
	Impresión de material	1	S/ 10.00	S/ 10.00
	Gastos de reuniones	3	S/ 30.00	S/ 90.00
<b>RESUMEN</b>				
			Tecnología	S/ 204.00
			Servicios Adicionales	S/ 425.00
			<b>TOTAL</b>	S/ 629.00
<b>Total, por integrante (3)</b>				S/ 209.67

Interpretación: La tabla de estimación de costos para la posible implementación de la IA en un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, refleja una inversión considerable en tres grandes áreas (denominadas Naturaleza del gasto, como se observa): Personal, Tecnología y Servicios. El gasto en el aspecto Personal se posiciona en \$810, el cual corresponde a la capacitación del equipo a través de la adquisición del servicio en la consultora peruana César & Henao, la cual ofrecerá sesiones mensuales para garantizar una integración tecnológica colectiva.

Por otra parte, la inversión más significativa le corresponde al aspecto Tecnología, la cual se fija en un aproximado de \$760,600, lo cual evidencia la importancia de contar con una infraestructura amplia para el desarrollo y operación del sistema. Entre los costos principales destacan el Desarrollo del Software, el cual arroja un resultado de \$33,000, el Almacenamiento en la Nube con Microsoft Azure, el cual fija un plan de suscripción por un año de \$50, 400, la adquisición de 450 iPads Pro M4 para habitaciones y repuestos (350 por el número total de habitaciones más 95 de repuesto) la cual arroja un resultado de \$ 675,000. Además, se consideran las Licencias de Software (\$1,000) , Integración de Sistemas Interno ( \$700) y consultorías en UX/UI para una experiencia más óptima por parte de los huéspedes. Además de licencias de software, integración con sistemas internos y consultorías en UX/UI (\$500) para asegurar una experiencia óptima para los usuarios.

Por último, el aspecto Servicios representa un costo de \$6,630, el cual se enfoca en mantenimiento. monitoreo de rendimiento, consultorías externas de IA y estrategias de marketing/publicidad. La inversión de soporte técnico y monitoreo, liderado por empresas como INTCOMEX Perú y Rockdata, permitiría garantizar el correcto funcionamiento y actualización del sistema, garantizar el correcto funcionamiento y actualización de la IA. Ambos arrojan resultados de \$ 540. Por otra parte, el marketing digital, con un presupuesto de \$ 4,000, asegurará la adecuada entrada del sistema al mercado hotelero. Asimismo, se contempla la redacción de manuales y documentación técnica, también de empresa de consultoría externa, por un valor de \$ 1,000 y \$ 550, respectivamente, lo cual es esencial para la operatividad y capacitación del personal. En conjunto, esta inversión total se fija en aproximadamente \$ 768,040.00. Esto permitirá que elevar al hotel con infraestructura de Inteligencia Artificial avanzada, la cual optimizará permitirá dotar al hotel de una infraestructura de IA avanzada que optimizaría la experiencia del huésped en un nivel mayor. A todo esto, se consideran los cálculos y reiteraciones de las consultorías a partir de un estimado por los primeros meses entre la transición de la

implementación de la IA y el proceso de adaptación. Asimismo, al ser empresas peruanas, los costos se encuentran en moneda nacional, la cual ha sido convertida a dólar. Se estiman costos aproximados.

Por otra parte, el presupuesto estimado sobre nuestros gastos necesarios para el desarrollo de la tesis se divide en dos categorías principales: tecnología y servicios adicionales. En la primera área, se han considerado gastos asociados a herramientas esenciales para la investigación, como licencias de Microsoft para el uso de programas de ofimática (S/ 120), una suscripción premium a Canva Pro para diseño gráfico (S/ 54) y almacenamiento adicional en Google Drive (S/ 30). En total, el desembolso en tecnología asciende a S/ 204, reflejando la necesidad de contar con software adecuado para la gestión y presentación de la información recopilada.

Asimismo, los servicios adicionales suman S/ 425 e incluyen gastos logísticos y operativos clave. Entre ellos, el transporte al establecimiento para realizar las entrevistas (S/ 25), asesorías metodológicas externas para mejorar la calidad del trabajo (S/ 300), impresión de materiales de apoyo (S/ 10) y reuniones presenciales del equipo con refrigerios incluidos (S/ 90). En total, el costo del proyecto es de S/ 629, lo que representa un gasto individual de S/ 209.67 por integrante del equipo.

#### IV.Resultados de investigación

##### 4.1. Análisis de resultados descriptivos

**Ítem 1:** ¿De qué manera la inteligencia artificial transformaría la manera en que realizas tu trabajo en el hotel? ¿Por qué?

**Tabla 6**

*Resultados de la pregunta 1*

Códigos a posteriori	Citas de entrevista
Inteligencia Artificial (IA)	<p>“Si se implementa por ejemplo en la conserjería, sería de gran ayuda para el pasajero, sería una ventaja para el mismo personal, ya que con su duda en la IA se podría tener una respuesta más rápida” (Entrevista N°1)</p> <p>“Claro. A ver, yo creo que hay ciertas, ciertos trabajos en el cual la inteligencia artificial puede ayudar un poco más a comparación de otros” (Entrevista N°1)</p> <p>“yo creo que seguro la inteligencia artificial no tanto enfocado al face-to-face con el cliente, sino con la</p>

	parte de atrás que nos pueda ayudar para dar un buen servicio, ¿no?” (Entrevista N°1)
Procesos	“Yo veo que la inteligencia artificial es muy predictiva, entonces de alguna manera ya tiene una base de datos automática.” (Entrevista N°3) No encontraría en la recepción una forma de usar la IA para facilitar el <u>proceso</u> con el cliente. (Entrevista N°2)
Servicio	“El tema de la personalización de <u>servicio</u> , de seguro puede ser un poco dejado por el lado, dejarlo por el lado humano...” (Entrevista N°1)
Hotel	“En este caso, en Back of the House vendría a ayudar mucho a que pueda dar en nosotros un buen <u>servicio</u> ” (Entrevista N°1) “En ciertas áreas del hotel sería necesario, por ejemplo, en el área de limpieza ya que las personas realizan mucho esfuerzo físico para realizar este tipo de labor.” (Entrevista N°4)

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 2:** ¿Cómo percibirías si se realizara la integración de la inteligencia artificial dentro de la infraestructura tecnológica del hotel? ¿Qué ventajas o limitaciones crees que tendrá?

**Tabla 7**

*Resultados de la pregunta 2*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Inteligencia Artificial (IA)	“En la recepción no encontraría una manera de utilizar la <u>IA</u> ...” (Entrevista N°2)  “Porque si nosotros tenemos una gerencia de sistemas y de IT, va a requerir un personal creo adicional para que pueda gestionar esta inteligencia artificial.” (Entrevista N°3)  “Yo no sé si actualmente, eso no lo conozco, si actualmente hay personas que, digamos, del rubro hotelero se encargan de una inteligencia artificial. No sé si aún hay este producto. Eso sí puede ser una limitación si acá en el Perú no hay los soportes necesarios todavía.” (Entrevista N°3)
Procesos	“Por un lado, considero que ayudaría, al realizar un check in rápido y eficaz de acuerdo con los estándares del hotel” (Entrevista N°4)
Servicio	“Entonces ese sistema puede llevar a cabo un mejor impacto en el servicio.” (Entrevista N°2)  “Y me imagino también tener algún proveedor que nos pueda dar ese tipo de servicio.” (Entrevista N°3)

Sistema	“Entonces eso podría ser una gran ayuda a nivel de <u>sistema</u> .” (Entrevista 1)
Implementar	“el hecho de poder <u>implementar</u> la Inteligencia Artificial, una de las limitaciones quizá podría ser es el hecho de que si esa Inteligencia Artificial falla, al momento de poder buscar más allá de culpables o de un problema, alguna solución y demás, como que no se debería...” (Entrevista N°1)

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 3:** ¿De qué manera crees que el uso de la inteligencia artificial afectaría tu productividad en el trabajo? ¿Podrías dar ejemplos?

**Tabla 8**

*Resultados de la pregunta 3*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Inteligencia Artificial (IA)	<p>“pero de seguro en ese lapso de horas poder ayudarnos con la <u>inteligencia</u> en el momento de, por ejemplo, si tenemos que ordenar, tenemos que hacer algún inventario...” (Entrevista N°1)</p> <p>“Pero con la ayuda de un automata o de algo que nos ayude a gestionar, podemos de repente gestionar experiencias más rápido, ¿no?” (Entrevista N°3)</p> <p>“Obviamente, yo sí pienso que la <u>inteligencia</u> tiene que ir de la mano con quien alguien la... O sea, una guía, como tú dices, es humana, ¿no? Porque hay un componente que sí, de repente, no lo puede enlazar directamente. Igual es una máquina, ¿entiendes?” (Entrevista N°3)</p>
Procesos	<p>“Mejoraría el rendimiento y eficiencia. Por ejemplo, en recepción son muchos documentos que uno tiene que verificar al momento del registro” (Entrevista N°4)</p>
Servicio	<p>“...ayudaría mucho para poder tener un mejor <u>servicio</u>...” (Entrevista N°1)</p> <p>“Yo creo que nosotros en el día a día que trabajamos mucho en <u>servicio</u>, nos usamos mucho por generar la mejor experiencia, ¿no?” (Entrevista N°3)</p> <p>“Yo creo que podría ser más rápido, tal vez. O sea, el volumen de personas que le generamos este buen <u>servicio</u> se incrementa.” (Entrevista N°3)</p>
Satisfacción	<p>“Yo creo que puede elevar la satisfacción de servicio al cliente, ¿no?” (Entrevista N°3)</p>
Humano	<p>“...pero siempre teniendo en cuenta de que no va a reemplazar mi trabajo, sino de que yo como ser <u>humano</u>, poder, bueno, no solamente yo, sino creo que todos los <u>seres humanos</u> pueden dar un mejor servicio al cliente.” (Entrevista N°1)</p>

Tecnología “lo que puede ser una tecnología, que no la desacredito, pero yo creo que me enfocaría más por el lado del back...” (Entrevista N°1)

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 4:** ¿De qué forma la inteligencia artificial facilitaría en las operaciones de tareas en el día a día?

**Tabla 9**

Resultados de la pregunta 4

Códigos a posteriori	Citas de entrevista
Inteligencia Artificial (IA)	“La inteligencia artificial facilita en las operaciones, porque claro, estamos hablando del back, así que podríamos decir en las operaciones del día” (Entrevista N°1).
Huéspedes	“Facilitaría en el tema de ciertos temas operativos, como responder e-mails, dar respuesta a los huéspedes de inmediato. O ayudando a la persona que lo hace, de alguna manera, como un asistente virtual.” (entrevista N°5).  ““Hay muchas personas asiduas, muchas personas que van muy seguido, que ya se conocen, nombres y demás, yo creo que ahí estaría el macho y el gancho, para ellos va a ser mucho más sencillo y mucho más fácil también.” (Entrevista N°3)
Procesos	“En recepción facilitaría que el <u>proceso</u> sea mucho más rápido el tema de documentación y pagos.” (entrevista N°4).
Efectividad	“Sí, de todas maneras, el tiempo está directamente vinculado con la efectividad, y sobre todo con la efectividad percibida por el cliente, que es al final lo que nosotros queremos lograr, ¿no? Que el cliente se vaya satisfecho” (entrevista N°6).
Hotel	“pero yo creo que sería solamente en temporada donde el <u>hotel</u> , la operación, esté en alta ocupación...” (Entrevista N°1)
Eficiente	“...porque a nivel de finanzas, de contabilidad, pues no va a ayudar mucho a lo que es los ingresos del <u>hotel</u> ” (Entrevista N°1) “Entonces yo creo que sería mucho más <u>eficiente</u> en momentos de fechas especiales, como Navidad, Año Nuevo, o donde sabemos de qué va a haber, por ejemplo, en el restaurante donde soy, una cena de, claro, exacto, de 50 personas, entonces sabemos de qué, podemos en esos momentos implementarlo” (Entrevista N°1)
Implementar	“De seguro ahí podríamos implementar el uso de las mismas...” (Entrevista N°1)  “...por ejemplo, implementarlo en momentos de enero, febrero, en un hotel corporativo, es un poco más complicado, no porque no queramos usarlo, sino porque a nivel de finanzas, de contabilidad...” “Podemos en esos momentos <u>implementarlo</u> , pero si lo puedo hacer todo eso en un día de imprimido de cortar, por ejemplo, porque no hay nadie en el restaurante, pues lo puedo asumir yo.”

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 5:** En tu opinión, ¿Considerarías que la inteligencia artificial podría involucrar más al personal en la creación de experiencias personalizadas para los huéspedes? ¿Por qué?

**Tabla 10**

*Resultados de la pregunta 5*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Inteligencia Artificial (IA)	<p>“...con la Inteligencia Artificial esto se podría agilizar y llegar a una respuesta más concreta.” (Entrevista N°2)</p> <p>“Tendríamos una herramienta muy poderosa. Yo creo que, por ahí, por ahí un poco va el tema.” (Entrevista N°3)</p>
Huéspedes	<p>“Podría ayudarlos con información más asertiva al requerimiento del pasajero...” (Entrevista N°2)</p> <p>“Yo creo que sí, y habría que enfocarlo de seguro para... De seguro no para todos los <u>huéspedes</u>, pero para algunos.” (Entrevista N°1)</p> <p>“porque ya sabemos que los <u>huéspedes</u> que están en el hotel son personas que el tiempo es muy importante, cuentan con muy poco tiempo. (Entrevista N°5)</p>
Procesos	<p>“Ok, quizá en el sentido de que tenga una recopilación y constante análisis de las tendencias en el sector hotelero, de las tendencias entre los mismos hoteles de gama alta, qué es lo que está siendo bien recibido, qué es lo que no lo está haciendo tanto...” (entrevista N°5)</p>
Servicio	<p>“Y no todo el servicio, sino como que un servicio, así como que más. Como que detallado, no que sea todo así.” (Entrevista N°1)</p>
Tecnología	<p>““Porque si ese cliente, por ejemplo, es una persona ya de tercera edad, que no le gusta estar con tanta <u>tecnología</u>.” (Entrevista N°2)</p>
Implementar	<p>“Entonces se podría <u>implementar</u>, yo creo, en esos casos el tema de, por ejemplo, la clásica Alexa. O de acuerdo a las necesidades que podamos ver que ese cliente tiene.” (Entrevista N°2)</p> <p>“Entonces yo creo que de seguro implementarlo en determinadas categorías de habitaciones. Hablando de la parte de Room Division.” (Entrevista N°1)</p> <p>“Para poder implementar incluso no solamente un beneficio para ellos, sino un beneficio para nosotros a nivel financiero.” (Entrevista N°1)</p>
Hotel	<p>“...De ese tipo de experiencia, suma a la experiencia que puede tener con el <u>hotel</u>” (entrevista N°5).</p>
Innovación	<p>“...pero sabemos que la inteligencia artificial nos sorprende día a día, y que cada vez los diseñadores, los programadores salen con cada <u>innovación</u> que quizá en un futuro, quizá yo no lo imagino, pero sí sea dable.” (entrevista N°6).</p>

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 6:** ¿Crees que la inteligencia artificial contribuiría a crear un ambiente más dinámico y receptivo tanto para los empleados como para los huéspedes? ¿Por qué?

**Tabla 11**

*Resultados de la pregunta 6*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Inteligencia Artificial (IA) Huéspedes	“sí puede influir en el clima laboral y en la interacción entre empleados y <u>huéspedes</u> . ¿Se siente ese cambio en la eficiencia y la calidad de las interacciones? Claro, cuando el cliente está feliz, tiende a ser más amable.” (entrevista N°6)
Procesos	“Sí y no. O sea, sí para una persona que diga, ok, yo tengo muy poco tiempo, tengo la necesidad que me lo hagan rápido, y voy al sitio donde está el servicio con inteligencia artificial, y que me lo haga dos o tres minutos más rápido que lo que me hace el servicio de un ser humano, ¿me entiendes? Puede ser una experiencia agradable...” (entrevista N°5).
Experiencia	“si el colaborador está confiado, que desde la reserva ya el cliente sí llegó una buena experiencia y una experiencia efectiva...si termina y resulta en un servicio efectivo, el cliente está feliz y trata bien al colaborador y el colaborador sabe que ha hecho un trabajo que habla muy bien de su productividad.” (Entrevista N°6)
Satisfacción	“Hay otro tipo de personas que, aun así, sea el servicio como sea, le gusta la interacción humana. Entonces, si a una persona le gusta la interacción, la calidad humana, realmente hay un tema que la inteligencia artificial nunca va a poder replicar, que es la calidez.” (Entrevista N°5)
Servicio	“En lo que sí es atención al cliente o servicio que tenemos, yo creo que sí habría una nueva ventana, una posibilidad de ser, como te dije, más productivos, de ser más receptivos, de ser más intuitivos.” (Entrevista N°3)
Clientes	“ya que haría que el <u>cliente</u> esté pendiente de consultar...” (Entrevista N°2)
Interacción	“si la inteligencia artificial la usáramos como una herramienta de <u>interacción</u> ...” (entrevista N°5)
Implementar	“...hay que ser muy sabios en poder <u>implementarlo</u> , en qué fechas, en qué momentos, sin dejar que estas mismas reemplacen lo que es el trabajo de nosotros en el hotel, hablando de lo que es robótica.” (Entrevista N°1) “Entonces, <u>implementarlo</u> , seguro, no quieren gastar tanto, entonces podemos implementar de rango a rango, para poder ir ejecutando mejor las reservas, y seguro incluso pueden venir aún más reservas, pero manejándolas bien.” (Entrevista N°1)

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 7:** ¿En qué situaciones específicas crees que la inteligencia artificial optimizaría el servicio que brindas al cliente, en comparación con los métodos tradicionales?

**Tabla 12**

*Resultados de la pregunta 7*

Códigos a posteriori	Citas de entrevista
Inteligencia Artificial (IA) Huéspedes	“Al tener información certera y concreta con los requerimientos o dudas que haya tenido.” (Entrevista N°2) “Sí, un marketing gratis entre los huéspedes y van a venir más clientes y demás, pero qué tanto esto va a llegar al punto de poder yo invertir en esto y que me genere el doble de inversión, ¿no?” (Entrevista N°1)
Procesos	“Facilitaría al momento que uno ingresa al sistema para ubicar al huésped y también al momento de realizar los pagos, tema de facturación.” (Entrevista N°4)
Servicio	“Exactamente, o el momento de finalizar el servicio, los petit fours que se llevan también, y ya luego el mesero se acercará con la cuenta, entonces son como que pequeños momentos que, si está el restaurante lleno, ayudaría mucho...” (Entrevista N°1) “Y aparte que sea diferente, el servicio es diferente, lleva mucho la atención, pero hay que ver un pro y un contra, ¿no? O sea, este pro de llamar la atención, incluso la publicidad boca a boca que se genera, pero también ver qué tanto dinero podemos invertir en el uso de robótica” (Entrevista N°1)
Satisfacción	“que destinemos todo nuestro enfoque y toda nuestra atención en lo esencial. En lo más importante, que es atender a los clientes con carisma, con seguridad, y poderles hacerles las recomendaciones que tanto nos exigen en nuestros estándares de calidad del LQA...” (Entrevista N°3)
Tecnología	“Yo creo que si por ahí también, cuando se introduce esta nueva forma tecnológica, y por ahí las leyes también se flexibilizan un poco, los tiempos van a ser muy cortos. Yo creo que nos van a servir mucho, mucho, mucho, mucho.” (Entrevista N°3)
Implementar	“Entonces, como te decía, es más que todo por el lado de momentos así de alta, ¿no? Por ejemplo, Año Nuevo, Navidad, sería muy bueno, ¿no?, este, el momento de implementarlo.” (Entrevista N°1)

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 8:** ¿Cómo crees que el uso de la inteligencia artificial podría influir en la percepción que los huéspedes tienen sobre la modernidad y la innovación del hotel 5 estrellas?

**Tabla 13**

Resultados de la pregunta 8

Códigos a posteriori	Citas de entrevista
Inteligencia Artificial (IA)	“...estoy en un lugar que es muy tecnológico y que seguro si tengo algún requerimiento en especial, incluso esa <u>inteligencia artificial</u> lo puede ayudar a generar, a cumplirla, algo así.” (Entrevista N°1)
Huéspedes	“Entonces, yo creo que se influiría de manera muy positiva, exactamente en el momento de la percepción del cliente, del <u>huésped</u> .” (Entrevista N°1)
Tecnología	<p>“ir de la mano con la <u>tecnología</u>, hacerlo ver más moderno usando estas opciones...” (Entrevista N°2)</p> <p>“me sentiría muy... muy dichosa de estar en un lugar que sea muy <u>tecnológico</u>, pero que también sea, por lo menos, sostenible, para que haya un equilibrio tal cual” (Entrevista N°1)</p> <p>“...Ayudaría mucho en esa percepción de que estoy en un lugar que es muy <u>tecnológico</u>...” (Entrevista N°1)</p> <p>“De repente, no sé si es incómodo, pero acostumbrarse a esa nueva <u>tecnología</u>, yo creo que es como que lo verían como que, oye, mira lo que están haciendo, qué interesante, qué bueno.” (Entrevista N°3)</p>
Modernidad	“... hacerlo ver más moderno usando estas opciones, sería más agradable a los ojos del pax.” (Entrevista N°2)
Satisfacción	“Lo tomarían de la mejor forma ya que en su mayoría de los huéspedes son europeos y capaz ya hayan tenido esta experiencia en alguno de sus destinos.” (Entrevista No 4)
Hotel	<p>“Claramente haría ver al <u>hotel</u> ir un paso adelante...” (Entrevista N°2)</p> <p>“Por ejemplo, acá en Perú no es como que haya tantos <u>hoteles</u> en sí que tengan esa inteligencia artificial, somos de los pocos países en sí que no suelen usar mucho.” (Entrevista N°1)</p> <p>“Mira, viéndolo desde el punto de vista de que somos un <u>hotel</u> muy corporativo, gente que trabaja, son ejecutivos, y gente que son cargos más que todo de elección, y que a ellos el tiempo, a ellos el tiempo y la velocidad con que hacen las cosas es vital, yo creo que lo tomarían de una muy buena manera, ¿no?” (Entrevista N°3)</p>

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 9:** ¿Cómo piensas que la implementación de la inteligencia artificial afectaría la satisfacción general de los huéspedes que visitan el hotel?

**Tabla 14**

Resultados de la pregunta 9

Códigos a posteriori	Citas de entrevista
Inteligencia Artificial (IA)	<p>“Entonces, yo creo que va a depender mucho de la ejecución de la IA, o sea, porque al fin y al cabo se puede equivocar también en los programas y demás. Y poder darle seguimiento, darle seguimiento a lo que está pasando.” (Entrevista N°1)</p> <p>“Incluso entre nosotros mismos no usamos IA, pero damos seguimiento a, OK, ¿qué se echó en mi horario partido? Para ver qué falta, ¿no? Y así yo continuarlo, etcétera.” (Entrevista N°1)</p> <p>“...el sistema no logra grabar una reserva y es una reserva de 10 y el restaurante está lleno, pues obviamente el cliente no se va a llevar una buena impresión de la IA, ¿no?” (Entrevista N°1)</p>
Huéspedes	<p>“Como lo mencione anteriormente, podría afectar en tema de ser empáticos con los huéspedes, mostrar amabilidad y servicio.” (Entrevista No 4)</p>
Calidez	<p>“Al quitar el contacto con el personal para obtener información podría volver el ambiente frío, ya que la <u>calidez</u> la brinda el personal.” (Entrevista N°2)</p>
Satisfacción	<p>“Yo creo que, si todo está bien preparado y si todo funciona bien en términos de darle velocidad y agilidad, yo creo que la <u>satisfacción</u> podría, de por sí es muy elevada la que tenemos, y podríamos de repente alcanzar un éxito excepcional, podríamos alcanzar un 100%.” (Entrevista N°3)</p>
Hotel	<p>“...por ejemplo, hay <u>hoteles</u> en la parte de Asia que se han implementado el tema de los robots y todo, pues es muy llamativo...” (Entrevista N°1)</p>
Innovación	<p>“Que no desacredita la primera, pero es como que llama mucho más la atención por la innovación, por lo que dices. La verdad es como que son cosas que no ves.” (Entrevista N°1)</p>
Tecnología	<p>“hace falta expectativa como que se sienten muy satisfechos porque ya no es un hotelería como la clásica, sino un hotelería más tecnológico.” (Entrevista N°1)</p>

Fuente: Elaboración propia

**Ítem 10:** ¿Crees que la inteligencia artificial facilitaría una comunicación más efectiva con los huéspedes, contribuyendo a su satisfacción general?

**Tabla 15**

Resultados de la pregunta 10

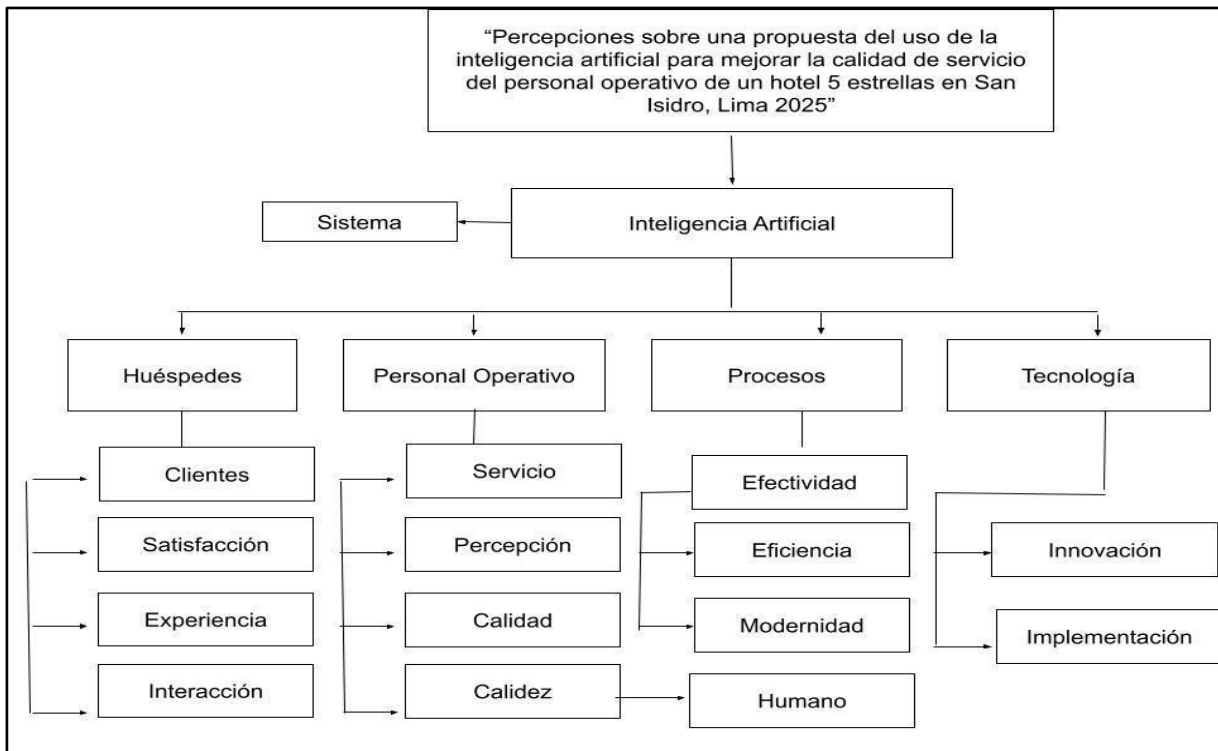
Códigos a posteriori	Citas de entrevista
Inteligencia Artificial (IA)	<p>“...poder dar un seguimiento en ese aspecto. Que no solamente ya se encarga de la IA, sino también incluso el personal, viendo qué es lo que hay que mejorar.” (Entrevista N°1)</p> <p>“Yo considero que es una herramienta poderosa y que nosotros podemos, si la usamos correctamente y la sabemos guiar, definitivamente vamos a tener una mejor comunicación, unos mejores canales también receptivos.” (Entrevista N°3)</p>

Huéspedes	“Entonces de ahí a poder ir dando seguimiento y seguro haciendo algunas estadísticas de ver qué <u>cliente</u> se fue mejor que el otro, cuál es ese rango o ese cabo vacío que hay que saber de por qué un <u>cliente</u> no puso excelente y puso bueno, por ejemplo, algo así, y poder dar un seguimiento en ese aspecto.” (Entrevista N°1)
Eficaz	Sería más fácil para el cliente en absolver sus dudas de una manera rápida y eficaz (Entrevista N°2) “de repente eso lo puede hacer más rápido, lo puede hacer la comunicación más rápida, más eficiente, más limpia también, reducir errores, impactos por ahí.” (Entrevista N°3)
Satisfacción	“Todas esas necesidades se las transmite y ellos nos las transmiten y nosotros les damos el servicio que ellos quieren. Si fuera un servicio focalizado, genial. Porque le estás dando lo que él te está pidiendo” (Entrevista N°5)
Hotel	“Si tiene una inteligencia artificial que se dedique para una habitación específica con sus requerimientos, con sus necesidades, para que la inteligencia artificial nos lo transmita a nosotros y nosotros poderles dar el servicio es genial” (Entrevista N°5)
Calidad	“ ya que permitirá efectuar un servicio más ágil.” (Entrevista N°4)

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Organigrama de palabras



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 1, el personal entrevistado considera que la IA agilizaría la atención al cliente, proporcionaría respuestas rápidas y mejoraría la experiencia. Asimismo, sería útil en procesos internos o tareas diarias. No obstante,

algunos manifiestan que en *Front Desk* no aportaría el mismo valor que en otras áreas, ya que la hospitalidad de lujo se basa en personalizar el servicio. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3 y N°4

**En la Tabla 2**, se percibe que la IA optimizaría procesos clave como el check-in, reduciendo tiempos de espera. Además, fortalecería el sistema tecnológico del hotel; sin embargo, la implementación requeriría un personal especializado en IT. Asimismo, existen dudas sobre si el sector hotelero del Perú cuenta con estos tipos de soportes adecuados. También, se señala el factor acerca de errores o fallas del sistema, lo que generaría problemas operativos y usar protocolos de contingencia. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3 y N°4

**En la Tabla 3**, se manifiesta que la herramienta permitiría agilizar procesos operativos como gestión de inventarios y documentación, reduciendo la carga laboral manual. Asimismo, ayudaría a personalizar la experiencia del huésped y mejoraría la productividad en el equipo. No obstante, se hace énfasis en que la IA debe estar bajo supervisión, ya que no brinda el mismo servicio que se añade con el toque humano. No posee calidez ni intuición como tal. Se sugiere que se use para tareas internas y sea un complemento en las labores, sin reemplazar el toque humano. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1,, N°3 y N°4.

**En la Tabla 4**, se puede observar que la IA facilitaría beneficiosamente las operaciones diarias del hotel, como la gestión de correos o los asistentes virtuales que responderían de manera ágil a los huéspedes. Por otro lado, también mejoraría la personalización del servicio al tener en una base de datos las preferencias de aquellos clientes frecuentes y optimizaría el tiempo en el área de recepción cuando se quiera realizar documentación o pagos. No obstante, su impacto con el tema financiero sería menor y se recomendaría que se use en temporadas de alta ocupación, donde la demanda es mayor. Por ende, podemos concluir que su implementación debe ser estratégica y no debe reemplazar la interacción y calidez humana. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°3, N°4; N°5 y N°6.

**En la Tabla 5** se comenta que la herramienta agilizaría la creación de experiencias personalizadas y acordes a las necesidades del huésped, siendo más precisas en los requerimientos. Se destaca la capacidad de recopilar datos y analizar tendencias, lo que ayudaría a ajustar la oferta. Sin embargo, no se considera que cualquier perfil estaría de acuerdo o dispuesto a usarlo, tal el caso de los adultos mayores. Se recomienda integrar por categorías de habitaciones específicas con asistencia virtual, lo que beneficiaría la

experiencia y la rentabilidad. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3 y N°5.

**En la Tabla 6,** se considera que la IA realizaría procesos más dinámicos, facilitando interacciones y aumentando la productividad. También, podría contribuir en mejorar el clima laboral, ya que, al haber clientes satisfechos, eso mejora el trato al personal. Sin embargo, se reconoce que algunos comensales preferirían más la interacción humana, así que se sugiere aplicar de manera estratégica esta herramienta. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3, N°5 y N°6.

**En la Tabla 7,** se manifiesta que la IA optimizaría el servicio debido a que proporcionaría información más precisa sobre pedidos o necesidades de los clientes, mejorando así procesos de facturación y pagos. Sin embargo, se comenta acerca de la relevancia sobre evaluar los posibles costos de implementación y que beneficios habrían antes de implementar soluciones automatizadas. Asimismo, se recomienda su uso en fechas de alta ocupación o festividades. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3 y N°4.

**En la Tabla 8,** mencionan los entrevistados que la posible implementación haría que los huéspedes perciban al hotel como un espacio de mucha gama tecnológica e innovador. Se piensa que esto mejoraría la imagen del hotel y lo posicionaría en un gran nivel de modernidad. No obstante, esto debería ir de la mano con un uso sostenible. Asimismo, se enfatiza que los clientes los cuales percibirían de manera más positiva al sistema son europeos o del continente asiático, ya que se encuentran más familiarizados. Ahora, en el contexto nacional, se podría otorgar una ventaja competitiva frente a otros establecimientos. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3 y N°4

**En la Tabla 9,** se observa que la satisfacción del huésped dependerá de una implementación correcta de la IA, ya que errores en el sistema pueden afectar de manera negativa su experiencia. Se teme que con la reducción del contacto y calidez humana haga que el servicio se perciba frío y sin tacto. Pero, si se usa de una manera correcta, la IA podría elevar la eficiencia y distinguir al hotel en términos de innovación. A su vez, también se destaca que la tecnología transformará la experiencia hotelera en una más moderna y automatizada, generando así, mayor satisfacción en los comensales que buscan innovación en sus vidas. Se teme que la reducción del contacto humano haga que el servicio se perciba como más frío. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3 y N°4

En la Tabla 10, se muestra que la IA favorece la comunicación con los huéspedes y mejoraría la recepción de información clave para mejorar el servicio. A su vez, permitiría un seguimiento más preciso de la experiencia del cliente, identificando así las oportunidades de mejora. El implementarlo agilizaría la resolución de dudas y reduciría errores en la administración hotelera, mejorando de manera significativa la satisfacción del huésped. Se aconseja que se utilice en la gestión por habitación para garantizar una atención más eficiente y personalizada. Las entrevistas que más aportaron en el análisis de esta tabla fueron la N°1, N°2, N°3, N°4 y N°5.

Por último, para el presente análisis de cada pregunta de las entrevistas, se determinaron 20 códigos, los cuales son Inteligencia Artificial, Sistema, Procesos, Personal Operativo, Huéspedes, Tecnología, Clientes, Satisfacción, Experiencia, Interacción, Servicio, Percepción, Calidad, Calidez, Humano, Efectividad, Eficiencia, Modernidad, Innovación e Implementación, siendo que todos cumplen una cadena de relación.

## V. Desarrollo de la propuesta de innovación

### 5.1. Alcance esperado del mercado

La presente investigación aborda la propuesta de implementación de un sistema de recomendación personalizada basado en Inteligencia Artificial para mejorar la calidad del servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025. El alcance esperado del mercado para la inteligencia artificial de recomendaciones implementada en una aplicación móvil para hotel es extenso, dado el alto nivel de personalización que ofrece el producto. La IA tendrá la capacidad de analizar las preferencias individuales de los huéspedes, con sugerencias de las actividades y servicios dentro del hotel; como cenas, tratamientos de spa, o eventos especiales, así como recomendaciones externas, como restaurantes cercanos, tours turísticos, y opciones de transporte en Lima. Al integrar estos servicios de manera fluida y automática en la experiencia del huésped, el producto no solo mejora la satisfacción y fidelización, sino que también genera ingresos adicionales a través de reservas de servicios, comisiones por actividades externas, y una mayor ocupación de las instalaciones del hotel. Este enfoque personalizado atraerá tanto a turistas internacionales de alto nivel adquisitivo como a viajeros de negocios, dando una posición al hotel como un referente en innovación y tecnología en el sector hotelero de lujo. Los resultados esperados incluyen contar con una mejora en la percepción del personal operativo sobre la integración de la tecnología, así como mayor satisfacción de los huéspedes debido a la personalización de los servicios y recomendaciones. Si el proyecto demuestra ser efectivo en este primer contexto, el uso de este sistema podría

implementarse en otros hoteles de lujo a nivel nacional, especialmente en destinos turísticos clave del país, expandiendo el impacto de la tecnología en la mejora de la calidad del servicio. A largo plazo, el sistema de recomendación personalizado basado en IA podría extenderse a hoteles internacionales.

## 5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial

**Tabla 16**

*Contexto de Mercado*

Elementos	Descripción
Competidores	El mercado de sistemas de IA para hotelería de lujo en Lima está en crecimiento y las empresas con las que compite son AI superior, Guestline, Revinate y Salto KS, ya que estas proporcionan servicios basados en la personalización de servicios por medio de IA. Productos que ha desarrollado el mercado de sistemas de IA para hotelería de lujo en Lima son: poder integrar la IA a la operación del hotel, sistema de recomendación, chatbots y personalización del huésped. Los atributos de servicio más solicitados son sistemas de gestión de ingresos, atención automatizada al cliente y recomendaciones personales, la participación de mercado es pequeña solo para hoteles de lujo y premium.
Proveedores	Los principales proveedores de tecnología de inteligencia artificial en el sector hotelero incluyen empresas como IBM Watson, Oracle Hospitality, Sabre y Amadeus IT Group. Estas empresas ofrecen soluciones de software que permiten la integración de IA que mejora la experiencia del huésped y optimiza la operatividad. Estos proveedores son líderes en la industria de tecnología para la hospitalidad, y ofrecen sistemas avanzados de IA para automatizar y personalizar las preferencias de los clientes.
Canales de venta	Los canales de venta son principalmente digitales, a través de plataformas en línea, sitios web corporativos y asociaciones con agencias de viajes o cadenas hoteleras. Además, se utilizan canales de ventas directos a través de contactos comerciales, demostraciones de productos y eventos de networking en la industria hotelera. Los canales análogos incluyen visitas presenciales y relaciones con ejecutivos de hoteles para la implementación del sistema de IA.

Estrategias de publicidad	Las estrategias de publicidad para servicios basados en IA en el sector hotelero incluyen una serie de medios digitales como redes sociales (LinkedIn, Twitter, Instagram) y campañas de contenido en plataformas como YouTube y blogs especializados en tecnología y hospitalidad. Además, realizan anuncios en eventos del sector, como ferias y exposiciones internacionales, donde muestran las capacidades de los sistemas de IA para hoteles. También incluyen publicidad en revistas especializadas en el sector hotelera y campañas de email marketing dirigidas a gerentes y directores de operaciones de hoteles.
---------------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

**Descripción:** Según la tabla 3, se describe el contexto de mercado del Sistema de Recomendación Personalizada basado en Inteligencia Artificial para el sector hotelero de lujo en Lima. Los competidores clave en el mercado ofrecen productos similares, como sistemas de recomendación, atención automatizada al cliente y gestión operativa mediante IA. Los proveedores principales son empresas grandes de tecnología especialistas en soluciones para la hospitalidad, como IBM Watson y Oracle Hospitality, que proporcionan plataformas robustas para la integración de la inteligencia artificial en hoteles de lujo.

Los canales de venta suelen ser mayormente digitales, lo que refleja un notable cambio hacia la tecnología en el sector hotelero, con transacciones a través de plataformas en línea, sitios web y asociaciones comerciales. Los canales análogos también siguen siendo relevantes para los hoteles que prefieren una relación más directa con los proveedores.

En cuanto a la estrategia de publicidad, está dirigido principalmente en medios digitales y eventos del sector, donde la interacción con los posibles clientes se lleva a cabo mediante demostraciones en vivo, contenido en redes sociales, y campañas de marketing enfocadas a profesionales de la hotelería.

Este escenario proporciona una visión más clara sobre la competencia, los proveedores clave, los canales de venta y las estrategias de publicidad relevantes para la implementación de IA en el sector hotelero de lujo, ayudando a comprender las dinámicas del mercado y las oportunidades para la innovación.

**Tabla 17**  
*Cientes Potenciales*

Elementos	Descripción
Industria	El sector hotelero de lujo en Lima, específicamente enfocado en hoteles 5 estrellas, será el mercado objetivo directo de la propuesta. Sin embargo, la inteligencia artificial para la mejora de servicios también tiene un gran potencial en otras industrias como la banca, minería y educación, que cada vez más buscan implementar soluciones tecnológicas avanzadas para optimizar la experiencia del cliente, mejorar la eficiencia operativa y personalizar servicios.
Tipo de empresa	Las grandes empresas del sector hotelero (hoteles 5 estrellas) en Lima son los principales clientes potenciales, ya que cuentan con los recursos y la infraestructura necesaria para implementar sistemas basados en inteligencia artificial. Además, las medianas empresas hoteleras, que buscan optimizar la calidad de servicio, también pueden ser un segmento de interés, al igual que aquellas con el objetivo de diferenciarse por medio de la innovación tecnológica.
Ingresos por ventas	Los hoteles 5 estrellas en Lima, que son el enfoque de esta propuesta, tienen un volumen de ingresos por ventas considerablemente alto, ya que atraen a turistas nacionales e internacionales de alto poder adquisitivo. Los ingresos del hotel pueden variar dependiendo de la ocupación, eventos especiales y servicios complementarios, con un rango que generalmente oscila entre \$1,000,000 y \$20,000,000 anuales dependiendo de su tamaño y prestigio.
Cantidad de trabajadores	Los hoteles 5 estrellas suelen tener un número significativo de empleados para ofrecer un servicio de alta calidad. En este caso, el rango de trabajadores podría estar entre 100 y 500 empleados o más, dependiendo del tamaño del establecimiento, el número de áreas operativas (recepción, housekeeping, marketing, cocina, entre otros) y el volumen de operaciones. Estos empleados serían los usuarios clave para la implementación de la IA en la mejora del servicio.
Ubicación de la empresa y sedes	La ubicación principal de este mercado objetivo es en San Isidro, Lima, específicamente en los hoteles de lujo y cadenas hoteleras con sedes en el distrito. Aunque esta propuesta está centrada en Lima, especialmente en las zonas de alta demanda turística, los clientes potenciales podrían expandirse a nivel nacional (Arequipa, Cusco) y eventualmente a nivel internacional, dado el alcance y las capacidades de personalización de la IA en el sector hotelero.

Fuente: Elaboración propia.

**Descripción:** según la tabla 4 ofrece una visión detallada del perfil de los clientes potenciales para el Sistema de Recomendación Personalizada basado en Inteligencia Artificial dirigido a hoteles 5 estrellas en Lima. Se describe que el sector hotelero de lujo será el mercado objetivo principal debido a su necesidad constante de ofrecer una experiencia de alta calidad a sus huéspedes, lo que se puede lograr a través de la integración de tecnología avanzada.

El tipo de empresa objetivo son grandes empresas hoteleras que operan en el segmento premium, y también se consideran medianas empresas hoteleras que desean mejorar la experiencia del huésped y optimizar las operaciones internas mediante la IA.

En cuanto a los ingresos por ventas, se identifica que los hoteles 5 estrellas tienen un alto volumen de ingresos debido al tipo de clientes que atraen, lo que les permite invertir en soluciones tecnológicas avanzadas. Además, el número de trabajadores en estos hoteles es significativo, dado el tamaño de las operaciones, lo que representa una oportunidad para capacitar al personal en el uso de nuevas tecnologías.

Finalmente, la ubicación se concentra en el distrito de San Isidro, Lima, pero con posibilidades de expansión a otras ciudades del país e incluso internacionalmente, si la solución de IA tiene éxito en el mercado local. Esta descripción ofrece un panorama claro sobre los segmentos de clientes que serían más propensos a adoptar el servicio propuesto, así como sus características clave.

### **5.3. Descripción de la propuesta de innovación**

#### **5.3.1. Diagnóstico situacional**

Diagnóstico Situacional: Análisis FODA de la propuesta de la implementación de un Sistema de Recomendación Personalizada basado en Inteligencia Artificial para mejorar la calidad del servicio en hoteles 5 estrellas en San Isidro, Lima.

En el contexto del análisis del mercado del sector hotelero de lujo en Lima, especialmente en el distrito de San Isidro, se visualiza en la Tabla 5 el análisis FODA que evalúa las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para la implementación de soluciones basadas en inteligencia artificial (IA) en este ámbito.

**Tabla 18**

*Análisis FODA de la propuesta de implementación de un Sistema de Recomendación basado en IA.*

Análisis	Descriptor
Fortalezas	<p>Infraestructura moderna y de alta calidad: El Hotel cuenta con instalaciones de última generación, lo que facilita la instalación de nuevas tecnologías, como la IA. Cuenta con modernas habitaciones, salones de centros de negocios y áreas de bienestar, todo indica ser el lugar ideal para integrar recomendaciones personalizadas a través de IA.</p>
	<p>Cuenta con conexión a servicios internos: El hotel tiene una red interna operativa que puede ser aprovechada para la implementación de la IA, la que a su vez permite la conexión y recomendación de servicios dentro del hotel (restaurantes, spa, actividades, etc.).</p>
	<p>Reputación y marca: El hotel cuenta con altos estándares de calidad lo que contribuye a la aceptación de nuevas tecnologías. Los huéspedes siempre cuentan con altas expectativas del servicio y una experiencia innovadora y personalizada, por tal motivo la implementación de la IA es un acierto para el sector.</p>
	<p>Experiencia en atención al cliente: El hotel cuenta con una gran trayectoria ofreciendo servicios de alta calidad y muy personalizado. lo cual ayuda a que la IA de recomendaciones sea percibida como una extensión de su excelente servicio y mejora continua para el cliente.</p>
Oportunidades	<p>Creciente demanda de experiencias personalizadas: Los huéspedes, especialmente en el sector de lujo, buscan experiencias cada vez más adaptadas a sus preferencias individuales. La IA de recomendaciones puede ayudar a satisfacer esta necesidad, sugiriendo actividades personalizadas que mejoren la estancia de los huéspedes, lo que puede resultar en un mayor grado de satisfacción y retorno de los clientes (<i>Forbes, 2020</i>).</p>
	<p>Asociaciones con proveedores tecnológicos: El hotel Lima podría formar alianzas estratégicas con empresas de tecnología para implementar soluciones de IA de manera más eficiente, lo que incluiría integración con plataformas ya existentes de gestión de reservas, servicios o pagos (<i>NowadAIs, 2023</i>).</p>

Expansión de la presencia digital y marketing dirigido: Al integrar la inteligencia artificial, el Hotel podrá desarrollar campañas de marketing más efectivas y dirigidas, aprovechando la capacidad de la IA para identificar segmentos específicos de clientes. El marketing personalizado también puede ayudar a incrementar la lealtad de los huéspedes y aumentar las reservas directas, reduciendo la dependencia de agencias externas (*Statista 2020*).

Incremento de alianzas con plataformas de tecnología de viajes: Las plataformas de viajes en línea y agencias de turismo de lujo están buscando cada vez más integrar soluciones tecnológicas que mejoren la experiencia del viajero. El Hotel podría establecer alianzas con estas plataformas para integrar sus servicios de IA en sus ecosistemas, ofreciendo así una experiencia de usuario fluida desde la planificación del viaje hasta la estancia en el hotel (*Hosteltur, 2025*).

Debilidades

Costos de implementación y actualización: La instalación de un sistema de IA de recomendaciones suele ser una gran inversión en cuanto a la infraestructura tecnológica ya que incluye servidores, software, y capacitación del personal. Adicionalmente, la tecnología se actualiza periódicamente, lo que conlleva a un pago continuo.

Adaptación del personal: La implementación incluye la capacitación del personal, la cual en muchas ocasiones trae retrasos por el personal que no se adapta con facilidad al sistema o también existe la resistencia de algunos empleados ya que están acostumbrados a los sistemas tradicionales y les incomodan los cambios.

Interoperabilidad con sistemas existentes: Los sistemas actuales de gestión del hotel (como reservas, pagos, CRM, etc.) sistema que no cuenta con las cualidades para su integración, esto podría generar alguna complicación en la integración haciendo que demore el resultado final

Dependencia de la infraestructura tecnológica: El éxito de la IA dependerá de la calidad de la infraestructura de TI en el hotel. Si la infraestructura existente no es lo suficientemente robusta, la implementación de la IA podría verse afectada por problemas de conectividad o rendimiento.

---

Amenazas      Ciberseguridad y ataques informáticos: En 2023, Perú registró al menos 9.6 millones de intentos de ataques de software malicioso dirigidos a pequeñas y medianas empresas, lo que equivale a 18 ataques por minuto. Esta alta frecuencia de ataques representa una amenaza significativa para los hoteles que implementan tecnologías avanzadas, ya que podrían comprometer la seguridad de los datos de los huéspedes y las operaciones del hotel (*Gutiérrez, 2024*).

---

Competencia que adopta tecnologías rápidamente: Otros hoteles de lujo o cadenas hoteleras pueden adoptar tecnologías similares más rápidamente, lo que podría poner al hotel en desventaja si no implementa la IA de manera efectiva y a tiempo (*Castañeda, 2021*).

---

Problemas de conectividad: La infraestructura de telecomunicaciones de la ciudad o la misma infraestructura interna del hotel podría generar dificultades para integrar de manera fluida la IA. Cualquier caída o fallo en la conexión a internet podría interrumpir los servicios basados en IA y afectar la experiencia del cliente (*MINCETUR, 2021*).

---

Fuente: Elaboración propia.

Descripción: Según la tabla 5, El Hotel de 5 estrellas en San Isidro, al realizar la implementación de una inteligencia artificial, obtiene una ventaja competitiva con respecto a la personalización de la experiencia del cliente, eficiencia operativa y diferenciación tecnológica. Sin embargo, también esto conlleva a desafíos importantes, como los costos iniciales, la resistencia al cambio y las amenazas relacionadas con la ciberseguridad. A pesar de estas debilidades, las oportunidades de expansión en el sector hotelero tecnológico y bienestar ofrecen un gran potencial para el hotel. Además, el entorno económico y político en Perú puede influir en la capacidad de implementar estas tecnologías de manera efectiva.

Al abordar estos aspectos con estrategias claras de capacitación, protección de datos y gestión de inversiones, el hotel 5 estrellas sigue siendo un líder en el sector de la hospitalidad en Lima, Perú.

### 5.3.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor para Hotel se basa en brindar a sus huéspedes una experiencia única y personalizada a través de una aplicación con IA, la cual la tendrán disponible en un iPad dentro de cada habitación y también los podrán descargar en su

dispositivo móvil de la preferencia de cada huésped durante toda su estancia. La aplicación ofrecerá recomendaciones personalizadas, para los servicios dentro del hotel, por ejemplo; cenas, tratamientos de spa, eventos exclusivos, actividades de ocio, etc. Y por otro lado las opciones externas de recomendaciones de restaurantes cercanos, tours dentro y fuera de la ciudad y medios de transporte en Lima. Esta solución permite a los huéspedes interactuar de manera fluida y cómoda con el hotel, haciendo que su experiencia sea óptima y brindándoles las opciones de acceder a servicios exclusivos desde cualquier parte, dentro o fuera del hotel, todo a través de su dispositivo móvil.

Uno de los problemas clave que resolverá esta solución es la falta de personalización en la oferta tradicional de servicios del hotel. Al tener acceso a la aplicación desde su móvil o el iPad en la habitación, los huéspedes podrán recibir recomendaciones personalizadas en tiempo real, basadas en sus preferencias, las cuales serán obtenidas del historial de los registros del hotel. De esta forma se elimina la incertidumbre sobre qué hacer, también facilita la toma de decisiones y asegura que el huésped pueda disfrutar al máximo de su estancia sin depender de la interacción constante con el personal del hotel.

El hotel les ofrece un servicio constante y accesible, que mejora las opciones, reduce su tiempo y brindando un nivel de personalización con un gran margen de éxito. Esta propuesta no solo mejora la experiencia general, sino que también fortalece la relación con el huésped, aumentando la fidelización y posicionando al hotel como un referente de innovación en la hospitalidad de lujo.

### **5.3.3. Fuentes de ingresos**

Los futuros clientes estarán dispuestos a pagar por la implementación de inteligencia artificial en el sector hotelero de lujo porque esta tecnología les permitirá ofrecer experiencias altamente personalizadas y exclusivas para el huésped. La capacidad de adaptar los servicios a las preferencias individuales de cada cliente mejorará la satisfacción y fidelidad de los mismos, un factor esencial en un sector tan competitivo. Además, la automatización de procesos operativos les permitirá reducir costos a largo plazo, optimizando sus recursos y mejorando la eficiencia. Esta inversión no solo representa una mejora en la calidad del servicio, sino también una estrategia para mantenerse relevantes y a la vanguardia en el mercado de lujo, lo que justifica el gasto.

Actualmente, los hoteles de lujo están pagando por soluciones tecnológicas más tradicionales que les permiten gestionar las operaciones de manera eficiente, como sistemas de gestión de reservas y servicios básicos de automatización. Estas herramientas son útiles, pero carecen de la sofisticación necesaria para brindar un nivel de

personalización y eficiencia que el huésped de lujo espera. Los hoteles están pagando por estas soluciones porque son las opciones más accesibles, pero a menudo no logran cubrir completamente las demandas del huésped exclusivo y la atención a detalle que definen la experiencia de lujo.

Por otra parte, los hoteles de lujo suelen realizar estos pagos mediante transacciones únicas, suscripciones anuales o contratos de licencias. La mayoría de las veces, los pagos se efectúan mediante transferencias bancarias o pagos electrónicos, y en algunas ocasiones, los hoteles recurren a créditos o financiamientos de entidades financieras para pagar nuevas tecnologías. Estas opciones les permiten distribuir el gasto de manera que no afecte gravemente su flujo de caja inmediato, lo cual es importante para la implementación de nuevas soluciones sin comprometer demasiado capital.

Sin embargo, los hoteles de lujo preferirían tener opciones de pago más flexibles que puedan adaptarse mejor a sus necesidades financieras. Modelos como el pago a plazos o la financiación serían más atractivos, ya que les permitirían distribuir la inversión a lo largo del tiempo sin un impacto significativo en su liquidez. Además, algunos hoteles podrían sentirse más cómodos con un modelo de pago por uso o basado en suscripción, lo que les permite ajustar los costos de acuerdo con el rendimiento y la utilización de la tecnología, ofreciendo más control sobre su presupuesto y haciendo más accesible la adopción de nuevas tecnologías.

#### **5.3.4. Canales de distribución**

Los clientes prefieren interactuar con la IA a través de plataformas digitales como aplicaciones móviles y sitios web del hotel, donde pueden hacer reservas y personalizar su experiencia de manera rápida y cómoda. Sin embargo, la integración de la IA con los sistemas de gestión del hotel, como El Property Management System (PMS) y Customer Relationship Management (CRM), funciona mejor al garantizar una experiencia fluida y eficiente para los huéspedes, mejorando la comunicación y la operación del hotel. El canal más económico es el marketing digital, utiliza redes sociales y publicidad en línea, requiere menos inversión en recursos humanos y logísticos en comparación de otros métodos de contacto directo.

Aplicaciones móviles y web: Plataformas como la app personalizada del hotel o su sitio web, donde los huéspedes pueden interactuar directamente con la IA para realizar reservas, gestionar preferencias y recibir recomendaciones personalizadas.

Integración con sistemas de gestión del hotel (PMS, CRM): El Property Management System (PMS) y el Customer Relationship Management (CRM) son herramientas clave para integrar la IA. Un ejemplo podría ser un sistema donde la IA se encarga de gestionar automáticamente las reservas y el historial de huéspedes, ofreciendo servicios adicionales personalizados como recordatorios de actividades o reservas anticipadas de restaurantes.

Marketing digital: Canales como las redes sociales (Facebook, Instagram, Tictok) y la publicidad en línea (Google Ads, banners en portales de viajes como Booking.com o Expedia). Por ejemplo, la promoción de un paquete exclusivo considerando la experiencia personalizada en el hotel a través de una campaña en Instagram, dirigida a un público específico de turistas de lujo interesados en destinos de alto nivel.

### **5.3.5. Estrategia de penetración en el mercado**

La estrategia de penetración en el mercado se centrará en ofrecer una experiencia personalizada y única a los clientes, lo que impulsará la adopción de la IA en el sector hotelero de lujo. Para lograr que las personas adquieran este servicio, se emplearán demostraciones y pruebas gratuitas a través de plataformas digitales, permitiendo que los hoteles experimenten la funcionalidad de la IA antes de comprometerse con una inversión a largo plazo. La publicidad será principalmente digital, utilizando redes sociales, publicidad en línea y colaboraciones con portales de viajes para atraer a los clientes potenciales de alto poder adquisitivo. En cuanto a la distribución, no se venderá directamente a intermediarios, sino que se buscará establecer relaciones directas con los hoteles de lujo, asegurando que la solución se implemente de manera adecuada. Además, se buscará asociarse con empresas de tecnología y consultoras especializadas en el sector hotelero, que ayudarán a llegar al público objetivo, facilitando la integración de la IA en los sistemas de los hoteles y asegurando un servicio de calidad.

Estrategias a corto plazo: La estrategia se enfoca en aumentar la visibilidad de la solución de IA en el sector hotelero mediante marketing digital, como campañas en redes sociales, anuncios en plataformas de viajes y colaboraciones con influenciadores en la industria del turismo de lujo. Se realizarán demostraciones de producto a hoteles seleccionados en Lima, con el objetivo de generar interés inmediato y obtener testimonios de clientes satisfechos. También se ofrecerán pruebas gratuitas o descuentos iniciales para incentivar a los hoteles a adoptar la tecnología rápidamente.

Estrategias a mediano plazo: A mediano plazo, la estrategia se centrará en expandir la adopción de la IA a más hoteles en Lima y otras ciudades importantes de Perú,

apoyándose en las recomendaciones y casos de éxito obtenidos en la fase inicial. Se buscará establecer alianzas con consultoras especializadas y proveedores de tecnología que faciliten la integración de la IA en los sistemas existentes de los hoteles. Además, se implementarán programas de capacitación para el personal hotelero, asegurando que la adopción de la tecnología sea efectiva y se maximice el rendimiento de los sistemas.

Estrategias a largo plazo: A largo plazo, la estrategia se orientará hacia la expansión internacional, comenzando con países del sur de América que cuenten con una infraestructura hotelera de lujo similar a la de Lima, como Chile, Brasil y Argentina. Se buscarán asociaciones con cadenas hoteleras internacionales para implementar la IA en sus operaciones globales. Además, se fortalecerá la plataforma digital, adaptándola a las necesidades cambiantes del sector, e incrementando la personalización y la capacidad de análisis de datos, lo que ofrecerá un valor añadido a los hoteles en la gestión de la experiencia del cliente.

### **5.3.6. Actividades productivas propias y externas**

Las actividades necesarias para dar la propuesta de valor incluyen el desarrollo del software de IA personalizado, la integración del sistema con los sistemas de gestión hotelera existentes, y la capacitación del personal del hotel para el uso eficiente de la tecnología. Para ofertar el producto, se llevarán a cabo acciones como ofrecer demostraciones, realizar campañas de marketing digital y colaborar con consultoras tecnológicas que ayuden a dar a conocer el servicio. Las actividades para relacionarse con el cliente incluirán el soporte técnico continuo, la comunicación constante para resolver dudas y la participación en eventos del sector hotelero para establecer relaciones comerciales. Finalmente, las actividades para obtener ingresos incluirán la rentabilización del software mediante licencias o suscripciones, la venta de los servicios adicionales de la instalación y el soporte, creando paquetes de pago flexibles para facilitar la adopción del producto.

#### **Actividades Productivas Propias:**

Desarrollo de software de IA personalizado: Crear y adaptar soluciones de inteligencia artificial específicamente para el sector hotelero, de modo que se ajusten a las necesidades de cada hotel, mejorando la experiencia del huésped y optimizando las operaciones internas.

Integración con sistemas de gestión hotelera: Asegurar que la IA se integre sin problemas con los sistemas de gestión existentes (Property Management System (PMS) y

Customer Relationship Management (CRM)), permitiendo la automatización de procesos y la mejora de la eficiencia operativa.

Capacitación del personal del hotel: Brindar formación especializada a los empleados de los hoteles para garantizar un uso adecuado de la IA, asegurando que comprendan sus funciones y cómo aprovechar la tecnología al máximo.

Soporte continuo: Proporcionar soporte técnico y mantenimiento constante a los hoteles para garantizar que el sistema de IA se mantenga actualizado y funcione sin problemas.

Actividades Productivas Externas:

Colaboración con proveedores de tecnología: Trabajar con proveedores de soluciones de inteligencia artificial, plataformas tecnológicas o servicios de reconocimiento facial, que proporcionen la infraestructura necesaria para que la solución de IA funcione correctamente.

Integración con otros sistemas de gestión hotelera: Colaborar con empresas que proporcionan sistemas de gestión hotelera como Property Management System (PMS) y Customer Relationship Management (CRM), entre otros, para asegurar que la IA se conecte de forma eficiente con las plataformas ya existentes en los hoteles.

Publicidad y marketing digital: Colaborar con agencias de publicidad y marketing digital que utilicen plataformas como redes sociales, publicidad en línea y portales de viajes para atraer a los clientes potenciales y generar visibilidad del producto.

### **5.3.7. Alianzas**

Nuestros proveedores más relevantes serán aquellos que ofrecen soluciones tecnológicas como plataformas de inteligencia artificial, sistemas de reconocimiento facial y proveedores de software especializado para la integración con sistemas del sector hotelero, Asimismo, los proveedores de soporte técnico y actualizaciones continuas serán esenciales para el correcto funcionamiento de la IA. Por otra parte, en nuestras actividades clave, contaremos con consultoras tecnológicas y agencias de marketing digital que nos ayuden a promocionar el producto y atraer nuevos clientes, así como asociaciones hoteleras que facilitarán la conexión con los hoteles de lujo. Además, socios en soporte y atención al cliente serán de vital necesidad para garantizar una experiencia satisfactoria para los usuarios.

Se establecieron alianzas estratégicas con proveedores clave bajo contratos con políticas de privacidad.

Alianzas tecnológicas: Colaborar con proveedores de IA y empresas de software como Google AI, Microsoft Azure, o empresas especializadas en soluciones de inteligencia artificial para el hotelaría.

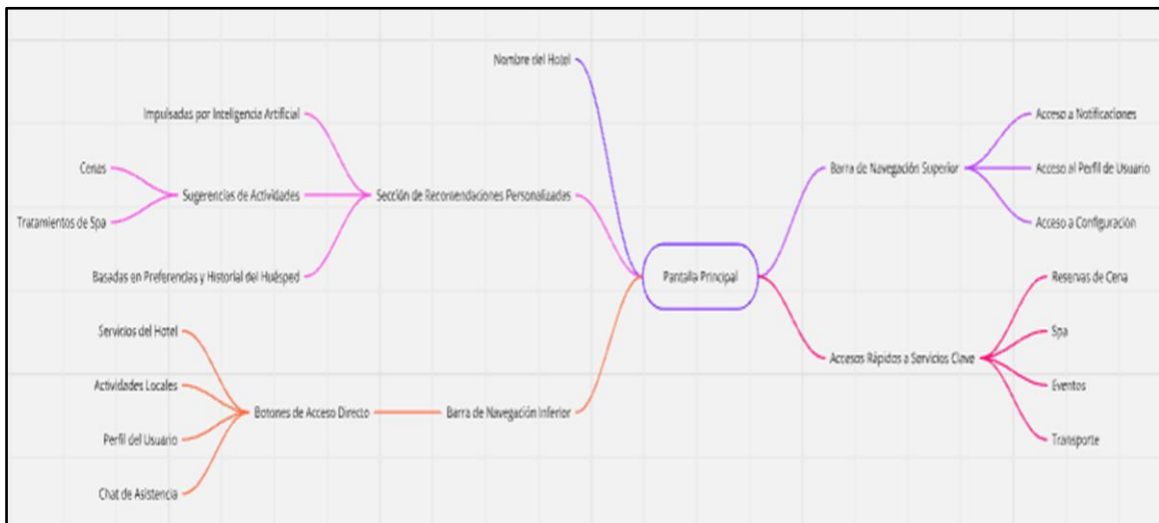
Empresas de hardware: Socios que proveen los dispositivos necesarios para el reconocimiento facial, controles inteligentes en las habitaciones, o dispositivos de interacción con el asistente virtual.

Consultoras y expertos en la industria hotelera: Trabajar con consultoras especializadas en el sector para asegurarse de que la implementación se ajuste a las necesidades del hotel y mejorar la eficiencia operativa.

### 5.3.8. Wireframe

Figura 2

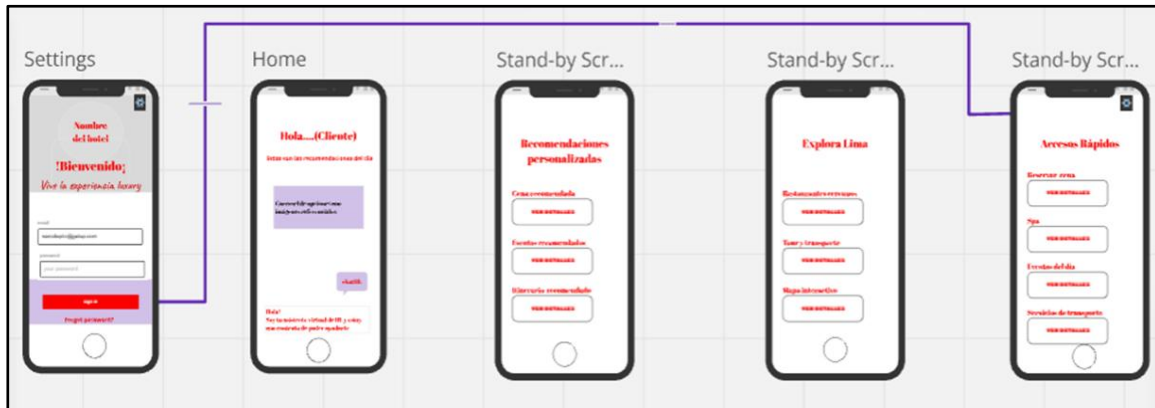
Flujo de opciones de la aplicación para recomendaciones.



Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Prototipo de pantallas de la aplicación para recomendaciones.  
Figura 2: Fuente propia



## VI. Conclusiones y recomendaciones

### 6.1. Conclusiones

#### 6.1.1. Conclusiones generales

Se concluye que las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, reflejan un equilibrio entre el reconocimiento positivo de sus beneficios y las preocupaciones sobre su impacto en la experiencia que puede tener un huésped. En general, se valora bien la capacidad de la IA para optimizar procesos, personalizar las interacciones y mejorar la eficiencia operativa. Sin embargo, se distinguen ciertas inquietudes sobre la necesidad de capacitación, la posible deshumanización del servicio y los desafíos de su implementación.

Con respecto a la propuesta de un Sistema de Inteligencia Artificial para Recomendaciones Personalizadas, se considera viable y útil en la mejora de la experiencia del huésped. Al permitir sugerencias adaptadas en función del historial de preferencias, la personalización en tiempo real y la disponibilidad en múltiples plataformas, este sistema se alinea con las expectativas de los clientes modernos y con la necesidad del hotel de distinguirse en el mercado luxury. Además, la accesibilidad y capacidad de actualización dinámica fortalecen ese potencial para maximizar la satisfacción del comensal sin comprometer la calidez del servicio humano.

#### 6.1.2. Conclusiones específicas

##### Conclusión específica 1: Eficiencia en la atención al cliente

Se concluye que las percepciones sobre la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia en la atención al cliente del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San

Isidro, Lima, son mayormente positivas, ya que se reconoce el potencial para agilizar la gestión de solicitudes, reducir o minimizar tiempos de espera y mejorar la capacidad de respuesta ante las necesidades de los huéspedes. Los colaboradores valoran especialmente la automatización de tareas repetitivas como realizar el check-in, check-out y la personalización de servicios en las diversas áreas, lo que permite potenciar la operatividad del hotel sin sacrificar la calidad del servicio.

La integración del Sistema de IA para Recomendaciones Personalizadas refuerza dicha eficiencia al anticiparse a las preferencias del huésped y ofrecer sugerencias inmediatas, asegurando una experiencia fluida y sin fricciones. Además, su capacidad de actualización en tiempo real y su accesibilidad en diversas plataformas lo hacen viable y favorable para mejorar la interacción con los clientes. No obstante, para evitar una dependencia excesiva de la tecnología, se aconseja una combinación equilibrada entre automatización y la atención humana, de manera que garantice que el servicio conserve su calidez y capacidad de adaptación a situaciones excepcionales.

#### Conclusión específica 2: Reputación del hotel

Se concluye que las percepciones sobre la inteligencia artificial para mejorar la reputación del hotel del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, son favorables, ya que se reconoce el impacto en la mejora del servicio, la personalización de la experiencia del huésped y la diferenciación competitiva del establecimiento mismo. El uso de IA permite una administración más eficiente de las interacciones con los clientes, asegurando respuestas rápidas y precisas que contribuyen a una experiencia memorable y, por lo tanto, a una mejor valoración del hotel en plataformas digitales y redes sociales.

La implementación del Sistema de IA para Recomendaciones Personalizadas refuerza esta percepción positiva, ya que ofrece un servicio altamente adaptado a las preferencias de los clientes, incrementando su satisfacción y la probabilidad de recomendaciones. Además, la capacidad de actualización en tiempo real y su enfoque en la interactividad permiten mantener altos estándares de servicio y adaptarse a las expectativas cambiantes de los clientes. Es por estas razones, que se considera que la propuesta es viable y beneficiosa para fortalecer la imagen del hotel en el mercado. Sin embargo, es primordial que la IA complemente, en lugar de que reemplace, la interacción humana, asegurando que la calidez y la hospitalidad sigan siendo valores sobresalientes claves para la reputación del hotel.

### Conclusión específica 3: Nivel de satisfacción del cliente

Se concluye que las percepciones sobre la inteligencia artificial para mejorar el nivel de satisfacción del cliente para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, son mayormente positivas, ya que se reconoce que su implementación puede optimizar la atención al huésped mediante sugerencias personalizadas, respuestas ágiles y una mayor eficiencia en la prestación del servicio. La IA facilita una vivencia más fluida y adaptada a las preferencias individuales de cada cliente, lo que influye directamente en su satisfacción y fidelización.

El Sistema de IA para Recomendaciones Personalizadas propuesto en este estudio refuerza esta percepción positiva al ofrecer un servicio interactivo, actualizado en tiempo real y accesible desde múltiples plataformas. Al permitir que los huéspedes reciban sugerencias precisas basadas en su historial y preferencias, se mejora de manera significativa la experiencia de estancia, generando una mayor sensación de exclusividad y comodidad. Además, la capacidad de dicho sistema para adaptarse dinámicamente a las necesidades cambiantes de los clientes aumenta la percepción de valor del servicio.

Si hablamos en términos de viabilidad, la propuesta hecha es factible y positiva, ya que puede integrarse con las operaciones del hotel sin reemplazar la interacción y calidez humana, sino potenciando. De todas formas, su implementación debe estar acompañada de estrategias de capacitación para el personal, garantizando que la IA sea utilizada como una herramienta complementaria que refuerce la calidad del servicio y no como un elemento que deshumanice la experiencia del huésped.

## 6.2. Recomendaciones

### 6.2.1. Recomendaciones generales

Con el fin de garantizar que la posible integración de la Inteligencia Artificial (IA), y así mejorar la calidad del servicio del personal operativo en un hotel 5 estrellas ubicado en San Isidro, Lima, se relacione de manera positiva con las expectativas de los trabajadores de este mismo establecimiento, es vital adoptar un enfoque estratégico que se alinee con 3 aspectos clave: capacitación y adaptación de los empleados, integración equilibrada con la nueva tecnología y evaluación constante del impacto en la experiencia general o personalizada del huésped.

Ahora, en base a la adopción de un Sistema de IA para Recomendaciones personalizadas, se sugiere desarrollar un programa de formación para el personal

operativo, el cual tendría más contacto con la herramienta, en el cual se incluya talleres sobre el uso de Inteligencia Artificial y la mejora de habilidades blandas para constatar que la tecnología se acople como una herramienta complementaria sin sustituir la interacción humana. También, una perspectiva comprometida con la implementación al realizar pruebas piloto y sesiones de adaptación. Esto permitirá minimizar la resistencia al cambio y fortalecerá la confianza en el equipo con respecto a la tecnología. Asimismo, es preciso diseñar un modelo equilibrado en el que el sistema optimice procesos de rutina, sin comprometer la personalización del servicio y así se permita la intervención del personal en los ajustes a la necesidad del huésped.

Por último, se recomienda fijar mecanismos de monitoreo y evaluación continua del impacto de IA en la experiencia de los comensales y la impresión del personal operativo. Se pueden manejar encuestas, entrevistas o análisis de datos con el fin de realizar ajustes estratégicos. Con ello, se podría garantizar que la implementación sea alineada con la propuesta de valor del hotel. A través de esto, la herramienta potenciaría la calidad del servicio sin afectar las características que diferencian a un hotel del ámbito luxury.

### **6.2.2. Recomendaciones específicas**

#### Recomendación específica 1

En esta parte, para mejorar la eficiencia en la atención al cliente, mediante el uso de IA, se recomienda implementar un enfoque híbrido que combine la automatización de tareas rutinarias con la supervisión por parte del personal operativo. La automatización de procesos y gestión de solicitudes frecuentes permitirá la reducción de tiempos de espera y mejorará la operatividad del hotel, sin afectar la calidad del servicio. No obstante, es vital que los trabajadores tengan la capacidad de intervenir y personalizar interacciones cuando sea apropiado, para evitar que la experiencia se perciba muy robotizada.

Para el Sistema de IA en Recomendaciones Personalizadas, se sugiere desarrollar estas herramientas con los respectivos ajustes manuales y opción a retroalimentación en tiempo real, asegurando así que el servicio hacia el huésped se relacione con los estándares de un hotel 5 estrellas. Finalmente, es clave que la Inteligencia Artificial esté disponible mediante la app móvil que se constató en la propuesta de valor, para mejorar la accesibilidad y la eficiencia.

#### Recomendación específica 2

En esta recomendación, se procura fortalecer la reputación del hotel a través del uso de la Inteligencia Artificial al implementar estrategias que potencien la personalización del servicio sin dejar de lado la atención humana. La herramienta debe utilizarse mayormente para gestionar interacciones con los clientes de la manera más eficiente posible, permitiendo respuestas rápidas y precisas que contribuyan a una experiencia única. Esto generará comentarios y reviews positivos, buenas calificaciones en plataformas digitales o redes sociales, lo que provocará una imagen positiva del hotel. De igual forma, el público exterior podría apreciar como el establecimiento sigue preocupándose por su personal, sin intención de desplazar con la integración de este sistema.

Asimismo, es importante que el Sistema de IA en Recomendaciones Personalizadas, sea bastante flexible para adaptarse a las preferencias y necesidades cambiantes de los huéspedes, asegurando que las sugerencias sean acordes y relevantes. Además, se sugiere establecer un protocolo de supervisión en la que el personal pueda evaluar y ajustar los términos de la app, evitando posibles errores que puedan afectar la percepción del huésped.

Por último, para reforzar la confianza en la tecnología, se recomienda comunicar de modo transparente el valor añadido que la herramienta aporta al servicio, enfatizando su rol en el buen desarrollo de la experiencia sin desplazar la interacción humana.

### Recomendación específica 3

En esta última parte, se define que, para maximizar la satisfacción del cliente con la implementación de la IA en el servicio del hotel, se sugiere estar pendiente del sistema de personalización avanzada, la cual como ya se mencionó antes, permitirá a los huéspedes recibir sugerencias en tiempo real, según su historial y preferencias. Esta idea logrará una experiencia más fluida y adaptada a la necesidad del comensal, incrementando así sus niveles de fidelización.

Para lograr el progreso del Sistema de IA para Recomendaciones Personalizadas, es importante que la herramienta cuente con una capacidad de actualización dinámica, lo que garantizará que las recomendaciones sean siempre acordes a las expectativas. De igual manera, es vital que se complemente la integración con la capacitación de los trabajadores, asegurando que estos mismo estén preparados y comprendan cómo utilizar la tecnología de manera efectiva y cómo van a intervenir en caso sea necesario.

Finalmente, se recomienda que, para brindar un acceso más intuitivo y conveniente, se debe realizar un seguimiento exhaustivo a la app móvil la cual se encontrará muy accesible mediante los dispositivos más populares. Con todas estas ideas, el objetivo principal es generar una percepción positiva hacia el sistema y evitar que los clientes sientan la deshumanización de su servicio.

## VII.Referencias bibliográficas

- Baena, P. (2023, junio 8). ¿Qué es la eficiencia operativa? OBS Business School.  
<https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-la-eficiencia-operativa>
- Barten, M. (2024, junio 7). Hotel de 5 estrellas: descripción general y características de los hoteles de cinco estrellas. Revfine Optimising Revenue.  
<https://www.revfine.com/es/hotel-5-estrellas/>
- Bostrom (2014). Superintelligence.  
<https://global.oup.com/academic/product/superintelligence-9780198739838?cc=pe&lang=en>
- Callbell. (2024). Atención al cliente de calidad: importancia de una gestión eficiente. Callbell. <https://www.callbell.eu/es/atencion-al-cliente-de-calidad-importancia-de-gestion-eficiente/>
- Carvajal, L. (2023). Adaptación de la tecnología. Fundamentos de tecnología.  
<https://www.lizardo-carvajal.com/adaptacion-de-tecnologia/>
- Castañeda, M., & López, J. (2021). La inteligencia artificial y la automatización en la hotelería peruana: Un análisis de las tendencias y adopción tecnológica en los hoteles de lujo. Revista de Innovación y Tecnología en el Turismo, 12(4), 45-60. Recuperado de <https://investigacion.pucp.edu.pe/noticias-y-eventos/cuando-la-inteligencia-artificial-y-la-industria-hoteler-a-se-encuentran>
- Cortes, D. (2021). ¿Qué son los sistemas de automatización de hoteles? Universidad Cesuma. <https://www.cesuma.mx/blog/que-son-los-sistemas-de-automatizacion-de-hoteles.html>

García, F. (2010). LA TECNOLOGÍA: su concepción y algunas reflexiones con respecto a sus efectos. Revista de la Asociación Mexicana de Metodología de la Ciencia y de la Investigación, A.C, 2(2), 13-28.

García, L., & Rodríguez, S. (2025). Inteligencia artificial en la gestión hotelera: Un enfoque práctico. Editorial Eudoxio.

González, L., & Martínez, J. (2022). La inteligencia artificial en el sector hotelero: Un análisis de su impacto. Revista de Innovación en Turismo, 15(2), 25-39.

Grönroos (1984). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422011000100002&script=sci\\_arttext&utm\\_source=chatgpt.com](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422011000100002&script=sci_arttext&utm_source=chatgpt.com)

Gutiérrez, J. (2024, abril 12). Insiders: una creciente amenaza para la industria hotelera. Gestión de Servicios. Recuperado de <https://blogs.gestion.pe/gestiondeservicios/2024/04/insiders-una-creciente-amenaza-para-la-industria-hotelera.html>

Gyorgy, R. (2016). Introducción y difusión de las nuevas tecnologías de la información en el sector hotelero. Universitat Jaume I. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/129928/TFG\\_2014\\_GyorgyR.pdf?sequence=1](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/129928/TFG_2014_GyorgyR.pdf?sequence=1)

Hernández Sampieri, R. (s.f.). Metodología de la investigación. [https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)

Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta (2nd ed.). McGraw <https://www.academia.edu/download/64591365/Metodolog%C3%ADvestigaci%C3%B3n.%20Rutas%20cuantitativa.%20cualitativa%20y%20mixta.pdf>

Indeed. (2024,). ¿Qué es la adaptabilidad laboral? <https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/adaptabilidad-laboral-definicion-consejos>

Ivanov, S. & Webster, C. (2019). Adoption of Artificial Intelligence in Hospitality and Tourism: Literature Review and Future Research Agenda. [https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354816619879583?utm\\_source=chatgpt.com](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354816619879583?utm_source=chatgpt.com)

Kotler y Keller (2012). [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10540/apeña\\_gcm.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm\\_source=chatgpt.com](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10540/apeña_gcm.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm_source=chatgpt.com)

Lacalle, E. (2023, julio 7). La estructura organizativa típica de un hotel. Mews. <https://www.mews.com/es/blog/estructura-organizativa-hotel>

Lu, Y., & Zhang, L. (2021). Artificial Intelligence in Luxury Hotels: Impacts on Service Quality and Guest Retention. [https://www.mdpi.com/2076-3387/13/8/172?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.mdpi.com/2076-3387/13/8/172?utm_source=chatgpt.com)

Martínez, J. (2013). Los sistemas de información en el sector hotelero: un modelo de éxito. España [tesis doctoral, Universitat de Girona]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/319717/tjmr1de1.%20pdf?sequence=7>

Martínez, J. (2024, septiembre 13). ¿QUÉ ES LA PRODUCTIVIDAD? Econosublime. <https://www.econosublime.com/2017/10/que-es-productividad-economia-bachillerato-eso.html>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2021). Impacto de la infraestructura de telecomunicaciones en el sector turismo y la implementación de nuevas tecnologías en Perú. Comercio Exterior y Turismo, 34(3), 51-67.

Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/1036398-conectividad-en-peru-viajes-y-logistica-sin-inconvenientes-para-filmar-en-el-pais>

Molina, J. (2018). Hoteles usan tecnología para ofrecer mejores servicios. Bancomext. <https://www.bancomext.com/blog-bancomext/mejora-tu-hotel/hoteles-usan-tecnologiapara-ofrecer-mejores-servicios/>

Molina, O. (2014). EcuRed. [https://www.ecured.cu/Calidad\\_de\\_los\\_Servicios](https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios)

NowadAIs (2023). IA en la hostelería: Inteligencia artificial en la industria hotelera. Recuperado de <https://www.nowadais.com/es/ia-en-la-hosteleria-inteligencia-artificial/>

Pérez, A. (2024). Transformación digital en el servicio al cliente hotelero. Editorial McGraw-Hill.

Quispe, G., & Ayaviri, V. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación al Desarrollo. Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG, 10(1), 27-35, recuperado de la Universidad de Cuenca, <https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ebb0a960-7071-4bb8-84ec-3f17ebc152fc/content>

Rammert, W. (Ed.). (2001). LA TECNOLOGÍA: SUS FORMAS Y LAS DIFERENCIAS DE LOS MEDIOS Hacia una teoría social pragmática de la tecnificación (Vol. 80). Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. <https://www.ub.edu/geocrit/sn-80.htm>

Romero-Fernández, A., & Chávez-Yepez, H. F. (2015). Evaluación de la satisfacción del cliente y de los costos de calidad del proceso de restauración en la hotelería. Revista Retos Turísticos, 14(3), 5-10.

---

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=113892377&lang=es&site=ehost-live>.

Room Cloud. (2024). Reputación de marca en el sector hotelero. Room Cloud.

<https://www.roomcloud.net/es/reputacion-de-marca-en-el-sector-hotelero/>

RusGalán, Á. (2024, agosto 5). 7 ejemplos de uso de inteligencia artificial en nuestro día a día. Immune Technology Institute. <https://immune.institute/blog/7-ejemplos-de-uso-de-inteligencia-artificial-en-nuestro-dia-a-dia/>

Torres, C. (2018). Gestión de la atención al cliente/consumidor. IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/113435?page=15>

Turkle (2011). <https://www.sherryturkle.com/alone-together>

Tussyadiah, I. (2020). A Review of Artificial Intelligence Applications in Hospitality: Enhancing Customer Experience and Operational Efficiency.

[https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10963480241229235?utm\\_source=chatgpt.com](https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10963480241229235?utm_source=chatgpt.com)

Wang, Y., y Qualls, W. (2007). Towards a theoretical model of technology adoption in hospitality organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 560–573.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985).

[https://www.ijstor.org/stable/1251430?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ijstor.org/stable/1251430?utm_source=chatgpt.com)

## VIII.ANEXOS

### 8.1. Informe Turnitin

# MARIANA ANDREA BRUNO VILLANUEVA

## INVESTIGACION 2025-BRUNO, CLOUTIER Y VASQUEZ

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

#### Detalles del documento

Identificador de la entrega  
trm:cid:-30163:435499139

Fecha de entrega  
3 mar 2025, 5:35 p.m. GMT-5

Fecha de descarga  
3 mar 2025, 5:51 p.m. GMT-5

Nombre de archivo  
INVESTIGACIÓN 2025-BRUNO, CLOUTIER Y VASQUEZ.docx

Tamaño de archivo  
2.12 MB

92 Páginas

24,381 Palabras

183,514 Caracteres

## 25% Similitud general

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

#### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

#### Fuentes principales

- 20% Fuentes de Internet
- 5% Publicaciones
- 1% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Las alertas de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitan distinguir de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo. Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



## 8.2. Registro de impactos y resultados

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación: Percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025.

Integrantes:

1. Bruno Villanueva, Mariana Andrea
2. Cloutier Gálvez, Alexandra Jesús
3. Vasquez Bobadilla, Paola Vanessa

**Asesor:** Quijano Aranibar, Iván Ernesto

### Impacto de la investigación

1. Impacto económico: La implementación de inteligencia artificial (IA) en un hotel permite automatizar tareas repetitivas como el check-in, check-out y la personalización de servicios, lo que reduce los costos operativos al mejorar la eficiencia y permitir que el personal se enfoque en actividades de mayor valor. Además, la IA mejora la experiencia del huésped a través de la personalización, lo que incrementa la satisfacción y fidelización del cliente, generando comentarios positivos que refuerzan la reputación del hotel y, en consecuencia, aumentan la demanda y las ventas recurrentes, contribuyendo a beneficios económicos adicionales.

2. Impacto Tecnológico: La investigación fomenta la adopción de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial, en el sector hotelero, tradicionalmente reacio a la automatización, posicionando al hotel como un líder tecnológico en el mercado de lujo y sirviendo de modelo para otras cadenas. Además, propone el desarrollo de un sistema de IA para recomendaciones personalizadas, que no solo mejora la experiencia del huésped, sino que también abre nuevas oportunidades de investigación y desarrollo en inteligencia artificial aplicada a la hospitalidad.

3. Impacto Social: La implementación de IA en los hoteles transformará la relación entre el cliente y el hotel, ya que algunos huéspedes podrían percibir como más eficiente y conveniente, mientras que otros podrían preocuparse por la deshumanización del servicio. Por ello, es crucial equilibrar la automatización con un toque humano para preservar la calidez del servicio. Además, la investigación resalta la importancia de capacitar al personal en el uso de estas tecnologías, lo que no solo

mejora sus habilidades operativas, sino que también puede incrementar su satisfacción laboral al ofrecerles herramientas que optimicen su desempeño y eficiencia.

4. Impacto Cultural: La implementación de IA en la industria hotelera responde a las nuevas expectativas de los clientes modernos, especialmente en el sector de lujo, quienes buscan experiencias más personalizadas y dinámicas, lo que puede redefinir las normas culturales del servicio al cliente. Sin embargo, esta adopción tecnológica podría enfrentar resistencia tanto de empleados como de huéspedes que prefieren la interacción humana. Para superar esta barrera cultural y asegurar el éxito, es esencial equilibrar la automatización con un toque humano, lo cual tendrá un impacto significativo en la evolución del concepto de “servicio de lujo” en el futuro.

### **Resultados del proceso de investigación**

La investigación concluye que la implementación de la inteligencia artificial (IA) en un hotel 5 estrellas podría mejorar la eficiencia operativa, agilizando tareas como el check-in, la personalización de servicios y la gestión de inventarios, lo que incrementa la satisfacción y fidelización de los huéspedes. Sin embargo, se identificaron preocupaciones sobre la deshumanización del servicio, especialmente en áreas como Front Desk, donde la atención personalizada es clave. Los resultados destacan la necesidad de equilibrar la automatización con la interacción humana y de capacitar al personal para utilizar la tecnología de manera efectiva. Además, se subraya que la IA podría posicionar al hotel como un líder en innovación en el sector de lujo, pero su implementación debe ser estratégica, especialmente durante períodos de alta ocupación.

### 8.3. Matriz de consistencia

*Título: Percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025.*

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Supuesto general</b>	<b>Categoría 1:</b> Uso de Inteligencia Artificial  Subcategorías: · Tecnología · Productividad · Engagement  <b>Categoría 2:</b> Calidad de servicio  Subcategorías: · Eficiencia en la atención al cliente · Reputación del hotel · Satisfacción del cliente	<b>- Enfoque:</b> Cualitativo  <b>- Tipo de investigación:</b> Aplicada.  <b>- Diseño de investigación:</b> No experimental de corte transversal  <b>- Niveles de investigación:</b> Descriptivo	50 trabajadores del área operativa y administrativa de un hotel en San Isidro Lima, 2025.  Muestra: - Muestreo no probabilístico por conveniencia. -6 trabajadores del área operativa de un hotel en san Isidro Lima, 2025.
¿Cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?	Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.	No requiere			
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Supuestos específicos</b>			
PE1: ¿Cuáles son las percepciones sobre la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia en la atención al cliente del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?	OE1: Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia en la atención al cliente para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.	No requiere			
PE2: ¿Cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la reputación del hotel para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?	OE2: Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la reputación del hotel del personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.	No requiere			
PE3: ¿Cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar el nivel de satisfacción del cliente para el personal operativo de un del hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima 2025?	OE3: Conocer cuáles son las percepciones sobre una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar el nivel de satisfacción del cliente para el personal operativo de un hotel 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025.	No requiere			

**8.4. Matriz de operacionalización de variable**

CATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍA	ITEMS	PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN	I
USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL	La inteligencia artificial o IA es una especialidad dentro del campo de la investigación y la informática. Mediante mecanismos lógico-matemáticos, se programan órdenes a las máquinas, con el objetivo de que estas	La implementación de la inteligencia artificial en el sector hotelero de Lima Metropolitana San Isidro consta de las siguientes subcategorías: tecnología (1-4), productividad (5-7) y engagement (8-10)	TECNOLOGÍA	1	¿De qué manera la inteligencia artificial transformaría la manera en que realizas tu trabajo en el hotel? ¿Por qué?	ORDINAL	GUIA DE ENTREVISTA
				2	¿Cómo crees que la IA podría integrarse con los procesos y sistemas que ya están en funcionamiento en el hotel?		
				3	¿Cómo percibirías si se realizar la integración de la inteligencia artificial dentro de la infraestructura tecnológica del hotel? ¿Qué ventajas o limitaciones crees te tendrá?		
				4	¿Qué aspecto cambiarías de las herramientas de inteligencia artificial para mejorarlas? ¿Por qué?		
			PRODUCTIVIDAD	5	¿De qué manera crees que el uso de la inteligencia artificial afectaría tu productividad en el trabajo? ¿Podrías dar ejemplos?		
				6	¿De qué forma la inteligencia artificial facilitarías en las operaciones de tareas en el día a día?		
				7	¿Qué tipo de preparación o capacitación considera necesaria para que el personal operativo y administrativo adopte tecnologías de IA de manera efectiva?		

	satisfagan las necesidades de las personas. Entre las principales aplicaciones de la IA destaca la investigación en todas sus formas. Ciencia, I+D+i, innovación y uso de las nuevas tecnologías, que se aplican a todo tipo de situaciones. También en lo cotidiano.					
			ENGAGEMENT	8	¿Consideras que la inteligencia artificial podría involucrar más al personal en la creación de experiencias personalizadas para los huéspedes? ¿Por qué?	
				9	¿Crees que la inteligencia artificial contribuiría a crear un ambiente más dinámico y receptivo tanto para los empleados como para los huéspedes? ¿Por qué?	
				10	¿En qué aspectos de tu trabajo sientes que la inteligencia artificial tendría el mayor impacto en tu productividad y en la eficiencia del equipo?	
CALIDAD DE	la calidad de	La calidad de servicio se	EFICIENCIA EN LA	11	¿Cuáles son sus preocupaciones, si las tiene, respecto al uso de IA en términos de ética, privacidad o	GUIA DE ENTREVIS

SERVICIO	servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre qué tan bien un servicio satisface sus necesidades.	mide con las siguientes subcategorías : eficiencia en atención al cliente (11-13), reputación del hotel (14-16) y satisfacción del cliente (17-20).	ATENCIÓN AL CLIENTE		interacción humana en los servicios del hotel?	TA
				12	¿En qué situaciones específicas crees que la inteligencia artificial optimizaría el servicio que brindas al cliente, en comparación con los métodos tradicionales?	
				13	¿Qué tan importante es la inteligencia artificial para ofrecer una atención más rápida y eficiente a los huéspedes, sin perder la calidad del servicio personalizado?	
			REPUTACIÓN DEL HOTEL	14	¿Cómo crees que el uso de la inteligencia artificial podría influir en la percepción que los huéspedes tienen sobre la modernidad y la innovación del Lima?	
				15	¿Consideras que la inteligencia artificial podría contribuir a mantener la reputación del hotel como un establecimiento de lujo y calidad en el mercado? ¿De qué manera lo haría?	
				16	¿De qué forma la adopción de tecnologías como la inteligencia artificial podría ayudar a posicionar al hotel en San Isidro Lima como líder en innovación en la industria hotelera?	
			SATISFACCION DEL CLIENTE	17	¿Cómo piensas que la implementación de la inteligencia artificial afectaría la satisfacción general de los huéspedes que visitan el hotel?	
				18	¿Qué opina sobre el equilibrio entre la interacción humana y la automatización en un hotel de lujo en San Isidro Lima?	
				19	¿Crees que la inteligencia artificial facilitaría una comunicación más efectiva con los huéspedes, contribuyendo a su satisfacción general?	
				20	¿Qué aspecto de la experiencia del huésped consideras que podría mejorar con el uso de la inteligencia artificial? ¿Por qué?	

### 8.5. Instrumentos de recolección de datos

Figura 4

Consentimiento informado

**ISIL** APRENDE HACIENDO

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN**

**"Propuesta del uso de la inteligencia Artificial para mejorar la calidad del servicio para el personal operativo y administrativo en hoteles 5 estrellas en San Isidro, Lima, 2025 "**

Responsables de la Investigación:

- Bruno Villanueva, Mariana Andrea
- Cloutier Gálvez, Alexandra Jesús
- Vasquez Bobadilla, Paola Vanessa

**OBJETIVO:** Conocer si es viable una propuesta del uso de la inteligencia artificial para mejorar la calidad de servicio del personal operativo y administrativo en hoteles 5 estrellas en San Isidro, Lima, Perú 2025..

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** Entre 6 a 10 trabajadores.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna.

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno.

**CONFIDENCIALIDAD:** la información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** la toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** he leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmo el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

  
Firma  
Nombre del Participante: CARLA URBINA  
DNI: 7655553  
Fecha: 28/01/25

  
Firma  
Investigador Responsable:  
DNI: 76224769

Fuente: Elaboración propia

Figura5  
Formato con preguntas de entrevista

**Título: Percepciones sobre el posible uso de la Inteligencia artificial en la mejora de la calidad de servicio en el personal operativo y administrativo del hotel 5 estrellas San Isidro Lima, San Isidro, Lima, 2025.**

**Nombre del entrevistado:**  
**Área del entrevistado:**

**Introducción (Opcional para el Entrevistador):**  
"Gracias por participar en esta entrevista. El objetivo es conocer tu experiencia y opinión acerca del uso de la inteligencia artificial (IA) en el trabajo diario y cómo esta herramienta impacta la calidad del servicio que brindamos a los huéspedes. No hay respuestas correctas o incorrectas, solo tu experiencia y perspectiva personal."

**Preguntas Generales sobre la Implementación de IA:**

**Pregunta 1:**

¿De qué manera la inteligencia artificial transformaría la manera en que realizas tu trabajo en el hotel? ¿Por qué? (Busca explorar cómo los empleados sienten que la IA ha cambiado sus tareas, facilitado su trabajo o afectado sus rutinas diarias.)

**Pregunta 2:**

¿Cómo percibirías si se realizar la integración de la inteligencia artificial dentro de la infraestructura tecnológica del hotel? ¿Qué ventajas o limitaciones crees te tendrá? (Busca conocer las emociones y percepciones generales sobre la IA, si se sienten cómodos, confiados o inseguros al usarla.)

**Pregunta 3:**

¿De qué manera crees que el uso de la inteligencia artificial afectaría tu productividad en el trabajo? ¿Podrías dar ejemplos? (Explora si los empleados sienten que la IA ha mejoraría su rendimiento y eficiencia, y si pueden proporcionar ejemplos.)

**Pregunta 4:**

¿De qué forma la inteligencia artificial facilitaría en las operaciones de tareas en el día a día? (Busca ejemplos de cómo la IA simplificaría los procesos en cuanto a tiempo y esfuerzo)

**Interacción entre IA y Creación de Experiencias para los Huéspedes:**

**Pregunta 5:**

En tu opinión, ¿Considerarías que la inteligencia artificial podría involucrar más al personal en la creación de experiencias personalizadas para los huéspedes? ¿Por qué? (Explora si los empleados creen que la IA permitiría personalizar más la atención al cliente o si, por el contrario, sienten que la interacción humana seguirá siendo esencial.)

**Pregunta 6:**

¿Crees que la inteligencia artificial contribuiría a crear un ambiente más dinámico y receptivo tanto para los empleados como para los huéspedes? ¿Por qué?

(Busca entender cómo la IA puede influir en el clima laboral y en la interacción entre empleados y huéspedes, si se siente un cambio en la eficiencia y la calidad de las interacciones.)

**Impacto de la IA en la Eficiencia y Calidad del Servicio:**

**Pregunta 7:**

¿En qué situaciones específicas crees que la inteligencia artificial optimizaría el servicio que brindas al cliente, en comparación con los métodos tradicionales? (Solicita ejemplos prácticos donde la IA podría tener un impacto positivo en la atención al cliente y cómo ayudaría en la eficiencia del servicio.)

**Pregunta 8:**

¿Cómo crees que el uso de la inteligencia artificial podría influir en la percepción que los huéspedes tienen sobre la modernidad y la innovación del hotel en San Isidro Lima? (Busca explorar cómo los empleados creen que la IA afectaría la imagen del hotel desde la perspectiva de los huéspedes, si la ven como una ventaja competitiva.)

**Impacto de la IA en la Satisfacción de los Huéspedes:**

**Pregunta 9:**

¿Cómo piensas que la implementación de la inteligencia artificial afectaría la satisfacción general de los huéspedes que visitan el hotel? (Explora la percepción del empleado sobre cómo la IA puede influir en la experiencia del huésped y, por ende, en su nivel de satisfacción.)

**Pregunta 10:**

¿Crees que la inteligencia artificial facilitaría una comunicación más efectiva con los huéspedes, contribuyendo a su satisfacción general?

(Busca comprender si los empleados podrían valorar positivamente la rapidez y eficiencia que proporcionaría de la IA en el servicio.)

**Conclusión (Opcional para el Entrevistador):**

"Muchas gracias por compartir tu experiencia y puntos de vista. Tus respuestas son muy valiosas y ayudarán a comprender mejor cómo la inteligencia artificial impacta el trabajo de todos los empleados y la calidad del servicio brindado a nuestros huéspedes."

**Objetivo de la Entrevista:**

Esta entrevista tiene como objetivo obtener información cualitativa sobre cómo la inteligencia artificial afecta la calidad del servicio desde la perspectiva de los empleados del hotel 5 estrellas en San Isidro. Las respuestas permitirán identificar tanto los beneficios como las áreas de oportunidad en el uso de IA, así como su impacto en la eficiencia operativa, la satisfacción del huésped y la personalización de la atención.

Fuente: Elaboración propia

## 8.6. Validación de experto

### FICHA DE VALIDACIÓN

#### I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución	Instrumento	Autor(es)
Mg. Ivan Ernesto Quijano Aranibar	Docente en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Docente e Investigador RENACYT en el Instituto San Ignacio de Loyola.	Guía de entrevista	Bruno Villanueva, Mariana Andrea

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Criterios	Categorías, subcategorías y preguntas de investigación	Deficiente 0- 20%	Regular 21- 40%	Buena 41- 60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81- 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.			X		
2. Subjetividad	Recoge los aspectos subjetivos de los participantes.			X		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
4. Organización	Existe una 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	Basado en aspectos teórico científicos.			X		
8. Coherencia	Entre las categorías, subcategorías y objetivos de investigación.			X		
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			X		
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			X		

#### III. OPINION DE APLICACIÓN

- Aplicable
- Aplicable después de corregir
- No aplicable

#### IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

51% BUENO

#### V. DATOS DEL EXPERTO

DNI	ORCID	COD. INVESTIGADOR RENACYT	Celular
45144294	<a href="https://orcid.org/0000-0003-2264-1186">https://orcid.org/0000-0003-2264-1186</a>	P0130610	+51 956 202 509

Lugar y fecha: Lima, 11 de febrero de 2025.



QUIJANO ARANIBAR IVAN ERNESTO  
DNI: 45144294

## 8.7. Otros que se consideren pertinente

Resultados gráficos ATLAS.ti

Figura 6

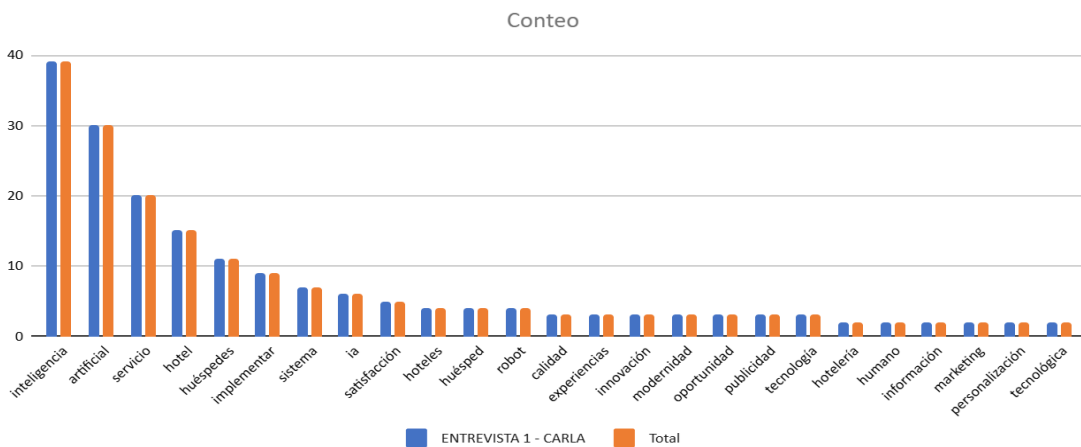
Nube entrevista No 1



Fuente: Elaboración propia.

Figura 7

Gráfico de barras entrevista No 1



Fuente: Elaboración Propia.

Figura 8

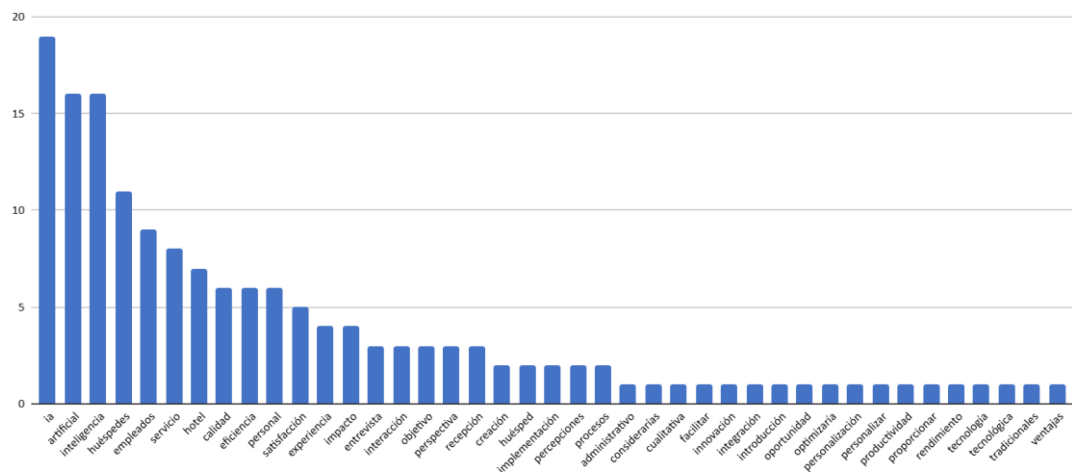
Nube entrevista No 2



Fuente: Elaboración propia.

Figura 9

Gráfico de barras entrevista No 2



Fuente: Elaboración propia.



Figura 12

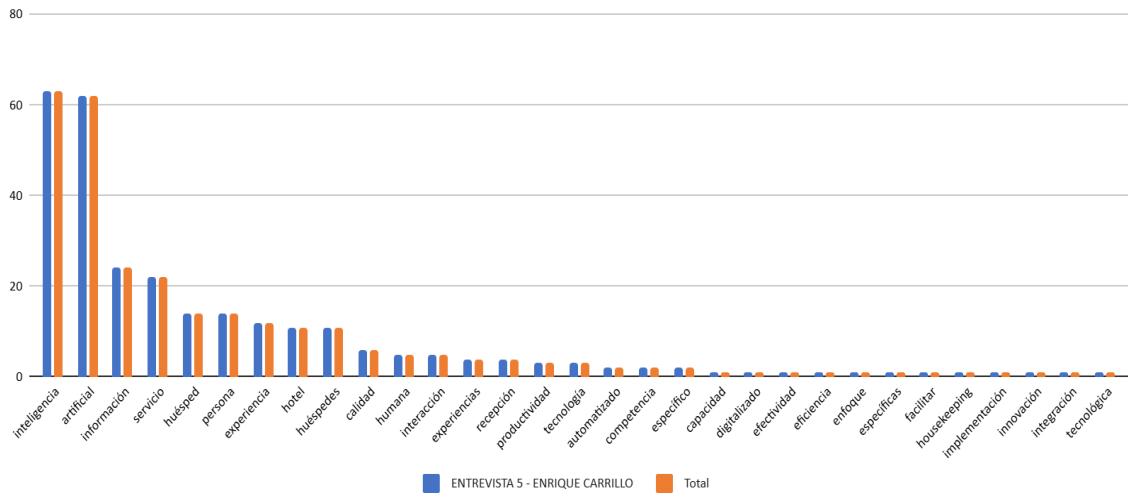
Nube entrevista No 4



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13

Gráfico de barras entrevista No 4



Fuente Elaboración Propia.

Figura 14

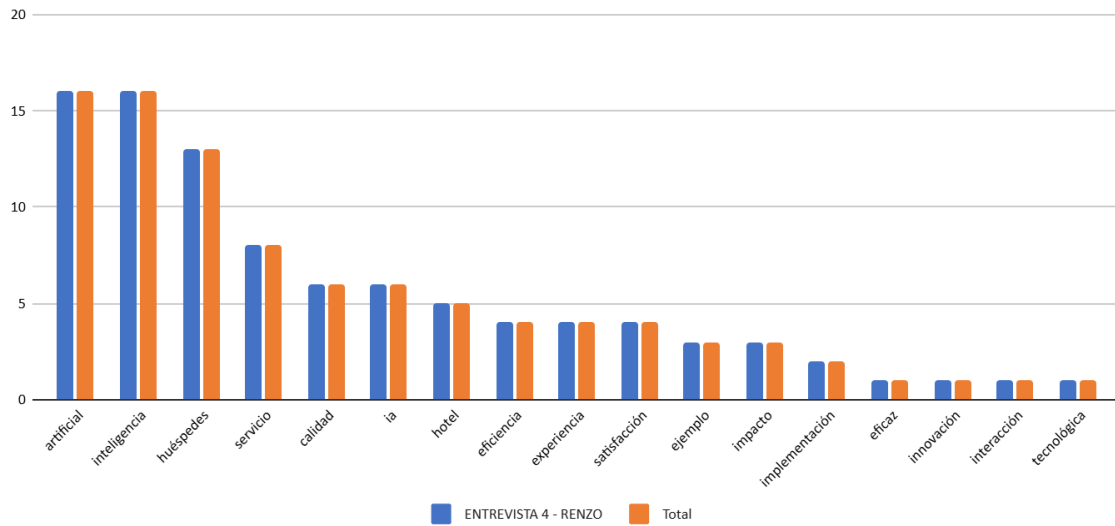
Nube entrevista No 5



Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Gráfico de barras entrevista No 5



Fuente: Elaboración propia

Figura 16

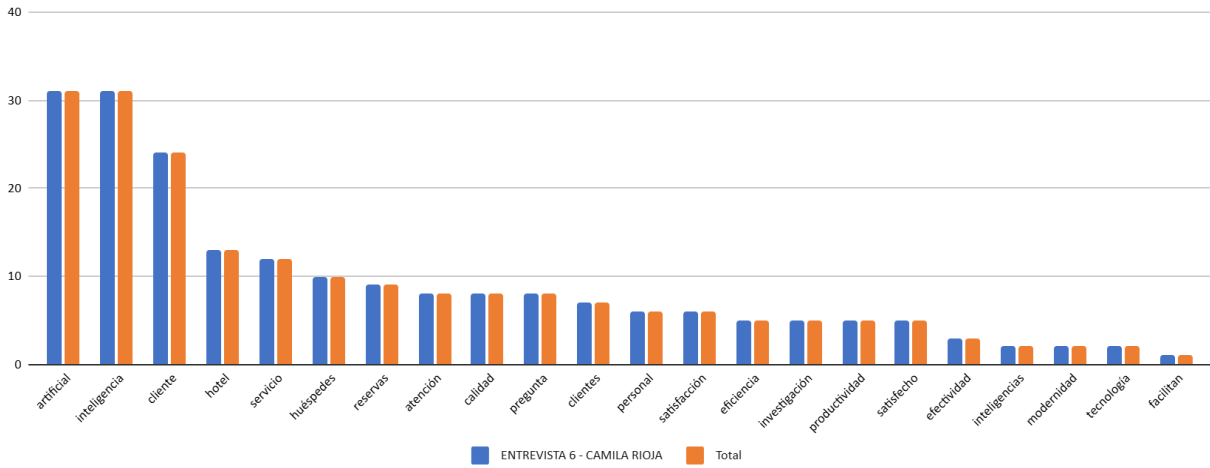
Nube entrevista No 6



Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Gráfico de barras entrevista No 6



Fuente: Elaboración propia