

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE
DIOS**

FACULTAD DE ECOTURISMO

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS**



TESIS

***“La reactivación económica y la rentabilidad del Hostal
Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022”***

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR (ES):

Bach. PUMACCAJIA ACURIO,
Yenny Michelle

Bach. SOLIS MAR, Rocio

ASESOR (A):

Mg. C.P.C.C. PANDIA YAÑEZ,
Edward Jimmy

Puerto Maldonado, 2024.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE
DIOS**

FACULTAD DE ECOTURISMO

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS**



TESIS

***“La reactivación económica y la rentabilidad del Hostal
Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022”***

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR (ES):

Bach. PUMACCAJIA ACURIO,
Yenny Michelle

Bach. SOLIS MAR, Rocio

ASESOR (A):

Mg. C.P.C.C. PANDIA YAÑEZ,
Edward Jimmy

Puerto Maldonado, 2024.

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a nuestro espíritu de perseverancia que disfrutamos con mi compañera de tesis y a mis padres Martina y Mario por tener la un gran valor y amor para apoyarme en todas las etapas que pase hasta este momento. Espero que no consideremos el futuro solo como una oscuridad sombría por el contrario debemos ver que hay muchas páginas de nuestra historia que todavía no se ha escrito.

Rocio Solis Mar.

A mi familia que me enseñó a confiar en Dios en todo momento y lugar, a mis amigos por instarme a superarme en cada etapa de mi vida, a mi compañera de tesis por su fuerza y dedicación constante, por el apoyo mutuo que nos brindamos en cada paso de nuestro crecimiento, aprendizaje y mejora continua como seres humano y profesionales.

Dedicarles también a todos nuestros docentes, quienes ejercían presión, amor y dedicación para hacer de nosotras mejores profesionales y ser competentes laboralmente.

Yenny Michelle Pumaccajia Acurio.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi compañera de tesis por ser parte de esta aventura en la que emprendimos como amigas y futuramente como colegas, a mis padres Martina y Mario por ser mi impulso profesional, por su amor y por desear de mí que cumpla mis metas, a los docentes que nos apoyaron con sus conocimientos para poder lograr este objetivo y por sus innumerables consejos que me brindaron para mejorar como persona y profesional.

“La vida es una escultura que proyectas a medida que cometes errores y aprendes de ellos”

Rocio Solis Mar.

Agradecer a nuestro Padre Celestial por siempre bendecir nuestros caminos, decisiones y por permitirme conocer a una excelente persona mi compañera de tesis, a mi familia quienes me apoyaron en cada decisión tomada, a nuestra amada casa de estudios Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, quien nos vio crecer, aprender y mejorar en el trayecto de los 5 años cursados, brindándonos un modelo de ética y perseverancia durante mi estadía en nuestra prestigiosa universidad, y por ultimo agradecer a mis docentes por inspirarnos mediante su formación profesional y una calidad humana excepcional, quienes nos incentivaron a ser personas de valores y ética profesional.

Yenny Michelle Pumacajia Acurio.

TURNITIN_YENNY PUMACCAJIA Y ROCIO SOLIS

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unamad.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios Trabajo del estudiante	1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Tecnologica de los Andes Trabajo del estudiante	1%
5	biblioteca.uteg.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	www.es.cgey.com Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1%

PRESENTACIÓN

**SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE ECOTURISMO DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS.**

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO.

En cumplimiento al Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios y con la finalidad de optar al Título Profesional de Contador Público, ponemos a consideración de ustedes el informe de Tesis intitulado: **“La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022”**, el cual cumple con todas las exigencias del caso.

Con la confianza de contribuir al desarrollo universitario a través de esta investigación, ponemos a vuestra consideración Señores Miembros del Honorable Jurado, para la recepción de las aportaciones, observaciones y demás recomendaciones para enriquecer esta presentación.

Atentamente

Yenny Michelle Pumaccajia Acurio

Rocio Solis Mar

RESUMEN

El presente estudio aborda la reactivación económica y rentabilidad del Hostal CCAHUATA EIRL en Tambopata, Perú, durante el periodo 2020-2022. La investigación se estructura en base a los siguientes elementos esenciales, como es el **Objetivo** de la Investigación. El problema de investigación se centra en analizar y describir la reactivación económica del hostal en un contexto post-pandémico. La justificación destaca la importancia de comprender cómo las estrategias y experiencias del huésped influyen en la rentabilidad. Los objetivos específicos incluyen examinar medidas de seguridad, estrategias de incentivos, experiencia del huésped y rentabilidad financiera. En la metodología se empleó un enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando una guía de entrevistas para recopilar datos de los diferentes roles dentro del hostal. El diseño del estudio permitió obtener percepciones detalladas sobre medidas de seguridad, estrategias implementadas y la experiencia del huésped. El análisis de datos se realizó mediante la extracción de categorías y la interpretación de los resultados. Así mismo se aplicó cuestionario de preguntas cerradas como también el análisis de contenido, siendo estos instrumentos cuantitativos. Los principales **Resultados** se revelan que las medidas de seguridad, estrategias de incentivos y enfoque en la experiencia del huésped han contribuido significativamente a la reactivación económica del hostal. Estrategias como descuentos por reserva anticipada y ofertas de temporada han atraído nuevos clientes, mientras que la atención personalizada y la gestión eficaz de problemas han fortalecido la fidelización. **Las conclusiones** destacan la importancia de adaptarse a las demandas del mercado, mantener altos estándares de bioseguridad y enfocarse en la experiencia del cliente. Las recomendaciones incluyen la diversificación de estrategias promocionales, la capacitación continua del personal y la exploración de oportunidades de colaboración local.

Palabras Clave:

Reactivación Económica, Rentabilidad, Medidas de Seguridad, Estrategias de Incentivos, Experiencia del Huésped, Hostelería.

ABSTRACT

The present study addresses the economic reactivation and profitability of the CCAHUATA EIRL Hostel in Tambopata, Peru, during the period 2020-2022. The research is structured based on the following essential elements, such as the Research Objective. The research problem focuses on analyzing and describing the economic reactivation of the hostel in a post-pandemic context. The rationale highlights the importance of understanding how guest strategies and experiences influence profitability. Specific objectives include examining safety measures, incentive strategies, guest experience, and financial profitability. The methodology used a qualitative and quantitative approach, using an interview guide to collect data from the different roles within the hostel. The study design allowed for detailed insights into security measures, implemented strategies, and the guest experience. Data analysis was carried out by extracting categories and interpreting the results. Likewise, a closed-question questionnaire was applied as well as content analysis, these being quantitative instruments. The main results reveal that security measures, incentive strategies and focus on the guest experience have contributed significantly to the economic reactivation of the hostel. Strategies such as early bird discounts and seasonal offers have attracted new customers, while personalized attention and effective problem management have strengthened loyalty.

The conclusions highlight the importance of adapting to market demands, maintaining high biosafety standards and focusing on the customer experience. Recommendations include diversifying promotional strategies, continuing staff training, and exploring local collaboration opportunities.

Keywords:

Economic Reactivation, Profitability, Security Measures, Incentive Strategies, Guest Experience, Hospitality.

INTRODUCCION

La reactivación económica de las empresas, en el sector hotelero, ha sido un desafío crucial en los últimos años, marcado por eventos significativos como la pandemia global. Este estudio se sumerge en el análisis detallado de la reactivación económica y rentabilidad del Hostal CCAHUATA EIRL, ubicado en la provincia de Tambopata, Perú, durante el período 2020-2022. La investigación se sitúa en el ámbito de la contabilidad y las finanzas, centrándose en la intersección crítica entre la gestión hotelera y la toma de decisiones financieras. El estudio aborda estratégicamente la reactivación económica de un hostel en un contexto post-pandémico, examinando detalladamente las medidas implementadas, estrategias comerciales, y la experiencia del huésped, elementos esenciales para la estabilidad y prosperidad de la empresa. Contextualizamos esta investigación revisando la literatura existente en el campo de la gestión hotelera y la reactivación económica, identificando brechas y oportunidades. La relevancia de esta investigación radica en su enfoque específico en un hostel regional, contribuyendo al conocimiento sobre la adaptabilidad del sector a desafíos económicos y de salud. El problema central que abordaremos es cómo el Hostal CCAHUATA EIRL ha enfrentado los desafíos económicos, en particular, cómo las estrategias implementadas han afectado la reactivación y rentabilidad del establecimiento. Nuestros objetivos buscan examinar las medidas de seguridad implementadas, analizar estrategias de incentivos y promociones, evaluar la experiencia del huésped y realizar un análisis financiero para entender la rentabilidad. Esta investigación es crucial para la comunidad empresarial y académica al proporcionar perspectivas prácticas sobre estrategias efectivas de reactivación en el sector hotelero. Los hallazgos pueden informar decisiones gerenciales, políticas y contribuir a la literatura existente. La tesis estará organizada en capítulos que abarcarán desde la revisión de la literatura y marco teórico hasta la presentación y análisis de resultados, culminando en conclusiones y recomendaciones prácticas. Las limitaciones se centran en el acceso a ciertos datos sensibles y la capacidad para abordar todas las variables potenciales. Sin embargo, se buscará

maximizar la validez y aplicabilidad de los hallazgos dentro de estas restricciones.

Esta investigación contribuirá originalmente al campo al proporcionar insights detallados sobre estrategias específicas de reactivación en un hostel regional, ofreciendo así un valor práctico y teórico a la gestión hotelera y la toma de decisiones financieras en entornos similares.

ÍNDICE

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
PRESENTACIÓN	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCION	9
ÍNDICE	8
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION	12
1.1. Descripción del Problema	12
1.2. Formulación del Problema	14
1.2.1 Problema General	14
1.2.2 Problemas Específicos.....	14
1.3. Objetivos	15
1.3.1 Objetivo General	15
1.3.2 Objetivos Específicos.....	15
1.4. Variables.....	16
1.4.1 Variable N° 1.....	16
1.4.2 Variable N° 2.....	16
1.5. Operacionalización de Variables	17
1.6. Hipótesis	19
1.6.1 Hipótesis General	19
1.6.2 Hipótesis Específicas	19
1.7. Justificación	19
1.7.1. Justificación de conveniencia.....	20
1.7.2. Justificación social	20
1.7.3. Justificación practica	20
1.7.4. Justificación Teórica	21
1.8. Consideraciones Éticas	21
CAPITULO II: MARCO TEORICO	22
2.1 Antecedentes de estudio	22
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	22

2.1.2 Antecedentes Nacionales	23
2.1.3 Antecedentes Locales	25
2.2 Marco teórico	25
2.2.1 Reactivación Económica.....	25
2.2.2 Promoción de medidas de seguridad	25
2.2.3 Ofrecer incentivos y promociones.....	26
2.2.4 Enfoque en la experiencia del huésped.....	27
2.2.5 Definición rentabilidad	27
2.2.6 ROA (Return on Assets).....	28
2.2.7 ROE (Return on Equity).....	28
2.3 Definición de términos.....	29
2.3.1 Compromiso económico	29
2.3.2 Contingencia nacional.....	29
2.3.3 COVID-19.....	29
2.3.4 Crisis económica	29
2.3.5 Cualitativas	30
2.3.6 Cuantitativas	30
2.3.7 Decisiones operativas	30
2.3.8 Deterioro	30
2.3.9 Digitalización.....	30
2.3.10 Homogénea	30
2.3.11 Impactos económicos	30
2.3.12 Inversión privada	30
2.3.13 Liquidez.....	30
2.3.14 Marketing	31
2.3.15 Rentabilidad financiera	31
2.3.16 Rentabilidad	31
CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	32
3.1 Tipo de estudio	32
3.2 Diseño de Estudio.....	32
3.3 Población y muestra.....	32
3.4 Métodos y Técnicas.....	32
3.4.1 Métodos.....	32
3.4.2 Técnicas	32
3.4.3 Instrumentos.....	33

3.5 Tratamiento de datos	33
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	34
Resultados del Objetivo específico 1	34
Análisis cualitativo de la guía de entrevista para el objetivo específico N° 1	36
Resumen del objetivo específico 1	41
Resultado del Primer objetivo específico No 1.	41
Objetivo específico 2	42
Análisis cualitativo del objetivo específico N° 2	43
Obtenemos las categorías y definiciones para el segundo objetivo específico:	46
Resumen del objetivo específico 2	48
Objetivo específico 3	49
Análisis Cualitativo	51
Obtenemos categorías y definiciones de la entrevista para el objetivo específico N° 3	54
Resumen del objetivo específico 3	56
Análisis de resultados de la variable rentabilidad	56
Resultados del objetivo 4	56
Resultados del objetivo específico 5.....	60
Análisis e Interpretación de la Rentabilidad (ROA y ROE)	61
ROA (Return on Assets).....	61
ROE (Return on Equity).....	61
Resultado del objetivo general de la investigación.....	62
Discusión de resultados	63
Similitudes	64
Diferencias.....	64
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	68
Referencias Bibliografías	70
ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA	74
ANEXO N° 03: INSTRUMENTOS PARA VARIABLE N° 1	76
Guía de entrevista.....	76
Guia de entrevista estructurada	79
INSTRUMENTOS PARA VARIABLE N° 2	84
Estados financieros	84

ANEXO 05: SOLICITUD DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO Y FICHAS DE VALIDACIÓN.	88
FICHAS DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN	92
ANEXO 05: CONSENTIMIENTO INFORMADO	95

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 <i>¿Cómo clasificaría la efectividad general de las medidas de seguridad implementadas en el hostel?</i>	34
TABLA 2 <i>¿Qué haría el hostel si se detecta que algunos huéspedes no siguen las medidas de seguridad establecidas?</i>	35
TABLA 3 <i>¿cómo afectan las promociones y programas de incentivos a la imagen general del hostel?</i>	42
TABLA 4 <i>¿Cómo clasificaría la efectividad de la organización de eventos y actividades para mejorar la experiencia del huésped?</i>	49
TABLA 5 <i>Rentabilidad ROA y ROE</i>	60

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 <i>La efectividad general de las medidas de seguridad implementadas en el hostel</i>	34
FIGURA 2 <i>Qué hacer con huéspedes que no siguen las medidas de seguridad</i>	35
FIGURA 3 <i>Resultados de la entrevista para el Objetivo Específico N° 1</i>	37
FIGURA 4 <i>Identificación de categorías y definiciones</i>	40
FIGURA 5 <i>Promociones e incentivos para la imagen del hostel</i>	42
FIGURA 6 <i>Entrevista para el objetivo específico 2</i>	44
FIGURA 7 <i>Categorías y definiciones</i>	46
FIGURA 8 <i>Efectividad de la organización de eventos y actividades para mejorar la experiencia del huésped</i>	50
FIGURA 9 <i>Entrevista para el objetivo específico 3</i>	52
FIGURA 10 <i>Estado de resultados</i>	57
FIGURA 11 <i>Estado de Situación Financiera</i>	58
FIGURA 12 <i>Análisis e Interpretación de la Rentabilidad (ROA y ROE)</i>	62

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Descripción del Problema

El problema se centra en la competitividad que tiene el Hostal Ccahuata EIRL, para poder sobrevivir en el mercado hotelero en el Distrito de Tambopata, y de cómo acogerse a la reactivación económica, que le permita mejorar su rentabilidad para seguir vigentes en tiempos de cuarentena ocasionados por el Covid-19, pandemia que afecto a todo el país.

Siendo una de las áreas más afectadas el sector hotelero, ya que, en nuestro país las actividades relacionadas como hotelería, transporte y restaurantes sobreviven con recursos propios de manera constante. Por lo que una vez tomando vigor el DECRETO SUPREMO - N° 044-2020-PCM, se procedió al cierre de las fronteras y estas áreas ya mencionadas se han visto drásticamente afectados teniendo en cuenta que el Perú es el país donde el turismo es el tercer generador de divisas.

Según (Vigo & Molteni, 2021) Por lo que la reactivación económica de los hostales después de la pandemia puede observarse como un desafío, pero también una oportunidad para adaptarse a las nuevas condiciones y reconstruir el negocio.

Según (Argüelles et al., 2018) la rentabilidad también es conocida como “indicadores de rendimiento”, estas son empleadas para medir el desempeño de la gestión empresarial, controlando los costos y gastos que se transforman en ganancias futuras que benefician a la empresa, encaminadas por la relación existente entre la utilidad y la inversión.

La rentabilidad es el resultado que demuestra si existe una buena o mala implementación para obtener ganancias o poder ver si puedes mejorar las partes con déficit del negocio, también te permite observar si se ha empleado el correcto uso del capital para subsanar los gastos e inversión.

Según (Guale & Suárez, 2020) El sector hotelero (turístico) a nivel internacional contribuir en un mayor crecimiento en el PBI, pero debido a la contingencia sanitaria covid-19, su rentabilidad a disminuido en un

aproximado de 90% en pérdidas económicas, para poder reactivar este sector se debe prestar atención a las nuevas necesidades y construir negocios para adaptarse a las situaciones adversas a través de la innovación.

Así mismo según la Resolución Ministerial N° 080-2020-MINCETUR, propone recuperar paulatinamente la reactivación de este rubro, que solo los hoteles que se encuentran categorizados, podrán funcionar estableciendo protocolos que permitan implementar medidas preventivas sanitarias con el objetivo de no propagar la enfermedad (COVID-19) - Medida de Salubridad Resolución Ministerial N° 239-2020/MINSA.

Ya que por esta crisis sanitaria, económica y social generó pérdidas económicas a empresas nacionales e internacionales y desempleos masivo, provocando que muchas de ellas se den de baja, cierren o quiebren, debido a que ninguna empresa estuvo preparada para una contingencia de este tamaño y/o magnitud, por lo tanto no contaban con estrategias que los hostales pueden considerar para impulsar su reactivación económica; como las promociones de medidas de seguridad, ofrecer incentivos y enfoques en las experiencias del huésped.

Analizando todos estos puntos, nuestro tema de investigación va analizar y describir la reactivación económica y la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022, haciendo uso de todos los métodos posibles que permitan la reactivación económica y conseguir una rentabilidad favorable para el hostal y su supervivencia ante la deficiencia de la economía en nuestro país ocasionado por la pandemia y los riesgos económicos que la acompañaban.

El Hostal Ccahuata E.I.R.L. se dedica al servicio de alojamiento turístico nacional e internacional, contando con habitaciones, coloridas y con muebles sencillos, con servicio de wi-fi gratis (24 Hrs.), pantalla plana y baño con ducha de efecto lluvia. Está localizado en la ciudad de Puerto Maldonado en la av. Fitzcarrald NRO. 517 (al costado de farmacia Beatriz), Madre de Dios - Tambopata – Tambopata.

El Hostal Ccahuata E.I.R.L. en periodo 2020, sufrió grandes pérdidas económicas y financieras a causa de la pandemia (Covid-19), presentando un cierre completo de fronteras y negocios, ocasionando que los turistas o clientes nacionales e internacionales ya no requieran servicios del hospedaje por ende sufrió grandes pérdidas económicas, por lo que decidió innovarse a través de medidas de seguridad, ofreciendo incentivos a clientes, fomentando el distanciamiento social y promocionando prácticas de higiene, para salvaguarda de la salud de clientes recurrentes de la región Madre de Dios y seguir vigente en el mercado hotelero, con el objetivo de mantenerse constante durante este periodo y poder ampliar su cartera de clientes, mejorando su rentabilidad para los periodos 2021 y 2022, siendo este último el que presente mejores resultados económicos.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo se viene dando la reactivación económica y la rentabilidad del hostal Ccahuata EIRL, de la Provincia de Tambopata, 2020 - 2022?

1.2.2 Problemas Específicos

P.E.1. ¿Cuáles son las medidas de seguridad implementadas para promover la reactivación económica y garantizar la confianza de los huéspedes durante su estadía en el Hostal Ccahuata EIRL en 2020-2022?

P.E.2. ¿Cuáles son los incentivos y promociones ofrecidos como parte de su estrategia de reactivación económica y cómo repercuten estos incentivos en la atracción de nuevos huéspedes y en la fidelización de los clientes existentes del Hostal Ccahuata EIRL en 2020-2022?

P.E.3. ¿Cómo ha enfocado el Hostal Ccahuata EIRL la experiencia del huésped en plena reactivación económica y qué acciones específicas ha implementado el hostal para mejorar la satisfacción de los huéspedes y fomentar la recomendación y repetición de visitas durante el año EIRL en 2020-2022?

P.E.4. ¿Cuál ha sido la evolución de la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL durante el período comprendido entre 2020 hasta 2022, analizada a través de las dimensiones de Rentabilidad sobre Activos (ROA) y Rentabilidad sobre el capital (ROE)?

P.E.5. ¿Cómo se comparan las tasas de rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL en términos de ROA y ROE en los años 2020, 2021 y 2022 y como se observa alguna tendencia o variación significativa en la rentabilidad a lo largo de este período?

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar y describir la reactivación económica y la rentabilidad del hostal Ccahuata EIRL, de la Provincia de Tambopata, 2020-2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

O.E.1. Describir y analizar las medidas de seguridad implementadas en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020-2022 para promover la reactivación económica, evaluando su efectividad en generar confianza y seguridad en los huéspedes.

O.E.2. Investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones utilizadas por el Hostal Ccahuata EIRL en 2020-2022 como parte de su estrategia de reactivación económica, analizando su impacto en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de los huéspedes existentes.

O.E.3. Examinar la experiencia del huésped en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020-2022, considerando aspectos como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la atención personalizada, para determinar el grado en que el enfoque en la experiencia del huésped ha contribuido a la reactivación económica del establecimiento.

O.E.4. Analizar la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL durante el periodo comprendido entre 2020 hasta 2022, utilizando como variables de estudio el Return on Assets (ROA) y Return on Equity (ROE).

O.E.5. Comparar las tasas de rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL en términos de ROA y ROE en los años 2020, 2021 y 2022 y como se observa alguna tendencia o variación significativa en la rentabilidad a lo largo de este período.

1.4. Variables

1.4.1 Variable N° 1

Reactivación Económica.

Dimensiones

D1.- Promoción de medidas de seguridad.

D2.- Ofrecer incentivos y promociones.

D3.- Enfoque en la experiencia del huésped.

1.4.2 Variable N° 2

Rentabilidad.

Dimensiones

D1.- ROA (Return on Assets).

D2.- ROE (Return on Equity).

1.5. Operacionalización de Variables

VARIABLES		DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICA
VARIABLE 1	REACTIVACIÓN ECONÓMICA	REACTIVACIÓN ECONÓMICA La reactivación económica de los hostales después de la pandemia puede ser un desafío, pero también una oportunidad para adaptarse a las nuevas condiciones y reconstruir el negocio. Aquí hay algunas estrategias que los hostales pueden considerar para impulsar su reactivación: Promoción de medidas de seguridad: "Implementación de protocolos de medidas sanitarias y mayor comunicación con los huéspedes, todo ello quedará como un "valor añadido" para la empresa" Es fundamental transmitir confianza a los viajeros y garantizar que el hostel cumpla con los protocolos de seguridad y salud. Esto puede incluir la implementación de medidas de limpieza y desinfección rigurosas, el uso de equipos de protección personal, el fomento del distanciamiento social y la promoción de prácticas de higiene entre los huéspedes. Ofrecer incentivos y promociones: "va a dirigir en cómo mejorar la atención brindada a los huéspedes y la prestación de servicios del establecimiento." Para atraer a los viajeros, los hostales pueden considerar la implementación de incentivos y promociones especiales, como descuentos por estancias prolongadas, ofertas para reservas anticipadas o programas de fidelidad. Estas estrategias pueden incentivar a los viajeros a elegir el hostel y generar repetición de visitas. Enfoque en la experiencia del huésped: "Esta línea va a depender firmemente de las nuevas demandas de los clientes y de las distintas estrategias que se hagan para hacer frente a los cambios." eso brindará una experiencia excepcional al huésped puede marcar la diferencia. Los hostales pueden enfocarse en ofrecer un servicio amigable y personalizado, proporcionar información útil sobre destinos locales y actividades, organizar eventos sociales seguros y crear un ambiente acogedor que fomente la interacción entre los huéspedes. (Vigo & Molteni, 2021)	Para el presente trabajo de investigación se considerará las siguientes dimensiones: Promoción de medidas de seguridad Ofrecer incentivos y promociones Enfoque en la experiencia del huésped; se aplicará instrumentos cuantitativos y cualitativos como son el Cuestionario, guía de entrevista y la guía de revisión documental	• Promoción de medidas de seguridad	✓ Implementación de medidas de limpieza. ✓ Desinfecciones rigurosas. ✓ Uso de equipos de protección personal. ✓ Fomento del distanciamiento social. ✓ Promoción de prácticas de higiene entre los huéspedes.	• Guía de entrevista
				• Ofrecer incentivos y promociones	✓ Descuentos por reserva anticipada. ✓ Ofertas de temporada. ✓ Tarifas especiales para estadías prolongadas. ✓ Paquetes promocionales. ✓ Programa de lealtad. ✓ Descuentos especiales para grupos. ✓ Promociones en redes sociales. ✓ Programas de referidos.	

				• Enfoque en la experiencia del huésped	✓ Atención personalizada. ✓ Ambiente acogedor. ✓ Comunicación clara. ✓ Experiencias locales. ✓ Organización de eventos y actividades. ✓ Servicios adicionales. ✓ Obtención de comentarios y retroalimentación. ✓ Gestión de problemas y quejas.	
VARIABLE 2	RENTABILIDAD	INDICES DE RENTABILIDAD PARA UN HOSTAL Existen varios índices de rentabilidad que son relevantes para evaluar el desempeño financiero de un hostel. Algunos de los más utilizados son: ROA (Return on Assets): "Este indicador, es fundamental, porque calcula la rentabilidad total de los activos de la empresa, es decir, es una ratio de rendimiento. Generalmente, para poder valorar una empresa como "rentable", el ROA debe superar el 5%" Calcula la rentabilidad de los activos de la empresa, comparando el beneficio neto con el valor total de los activos. Mide la eficiencia en el uso de los activos para generar beneficios. ROE (Return on Equity): El ROE es un indicador que mide la relación entre el beneficio neto del ente y sus fondos propios, brindando información fundamental para los inversionistas, a través de ella se demuestra la capacidad de la empresa para generar beneficio a sus accionistas y poder tomar medidas y decisiones con el fin de subir nuestra rentabilidad y así no presentar pérdidas. (Dobaño, 2022) (Westreycher,2018) Estos son solo algunos de los índices de rentabilidad que pueden ser relevantes para una empresa de hoteles. La selección de los índices más adecuados dependerá de los objetivos y características específicas de la empresa, así como de las preferencias de análisis de los inversores o propietarios. Es recomendable utilizar una combinación de varios índices para obtener una imagen completa del desempeño financiero.	Para el presente trabajo de investigación se consideran las siguientes dimensiones: ROA (Return on Assets): ROE (Return on Equity); se aplicará instrumentos cuantitativos y cualitativos como son la guía de entrevista y guía de revisión documental.	• ROA (Return on Assets)	✓ ROA = Beneficio Neto / Total de Activos.	• Análisis de documentos. • Análisis de datos secundarios.
				• ROE (Return on Equity)	✓ ROE = (Beneficio Neto / Recursos propios.	

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

H1. Existe un incremento favorable de la reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la Provincia de Tambopata, 2020 - 2022.

1.6.2 Hipótesis Específicas

H.E.1. El Hostal Ccahuata EIRL experimentará un aumento en la demanda de huéspedes debido a las políticas efectiva de medidas de seguridad y prevención, como protocolos de limpieza y desinfección, distanciamiento social y uso de equipos de protección personal.

H.E.2. La implementación de incentivos y promociones, como descuentos especiales, paquetes promocionales y beneficios adicionales, en el Hostal Ccahuata EIRL impulsará la atracción de nuevos huéspedes y fomentará la repetición de visitas, contribuyendo a la reactivación económica del establecimiento.

H.E.3. Un enfoque enriquecido en la experiencia del huésped, brindando servicios personalizados, actividades recreativas, asistencia y atención de calidad, generará un impacto positivo en la satisfacción y fidelización de los huéspedes, promoviendo la recomendación y el boca a boca positivo, lo que contribuirá a la recuperación económica sostenible del Hostal Ccahuata EIRL.

H.E.4. Durante el período de 2020 a 2022, la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL medida a través del Retorno sobre Activos (ROA) y Rentabilidad sobre el capital (ROE) ha experimentado un incremento considerable.

H.E.5. Existe un resultado positivo entre la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL y el Retorno sobre la Inversión ROA y ROE durante el periodo de 2020 a 2022.

1.7. Justificación

El presente estudio se justifica, debido a la importancia que tiene la reactivación económica y la rentabilidad, que es indispensable para toda empresa en circunstancias de riesgos económicos, durante la contingencia de

la pandemia del COVID-19 que se presentó en el año 2020, dado que frente a esta emergencia sanitaria nuestro país tuvo que reactivar todos los sectores económicos, incluido dentro de ellos el sector hotelero, por lo que nuestra investigación se centra en el Hostal Ccahuata EIRL, ya que en nuestro país el turismo es una fuente principal de ingresos económicos, que genera comercio y ganancias, por lo que las empresas nacionales tuvieron que innovarse durante el año 2020, con el objetivo de mejorar sus ingresos económicos para el 2021 y 2022, pudiendo así sobresalir en sus objetivos y metas establecidas con el fin de buscar el bienestar en la sociedad y de la ente.

1.7.1. Justificación de conveniencia

Nuestra investigación busca explicar, analizar, documentar y comparar lo sucedido durante la contingencia nacional en el periodo 2020, centrándose en el distrito Tambopata-Madre de Dios, y a su vez que tan conveniente resulto la reactivación económica, con la finalidad de mejorar su rentabilidad durante los periodos 2021 hasta 2022 del Hostal Ccahuata EIRL.

Demostrando que este modo de proceder sirve como aliciente para otras empresas hoteleras a sobresalir frente a una contingencia nacional de esta magnitud.

1.7.2. Justificación social

Nuestra investigación adquirió alcances transcendentales que ayudaran a los hoteles medianos y/o pequeños, que pueden lograr subsistir ante una crisis económica, a través del uso adecuado de sus propios recursos económicos o la utilización de fondos financieros.

1.7.3. Justificación practica

Al efectuar nuestra investigación se consiguió adquirir, los resultados que ayudaran a ver lo beneficios de la reactivación económica y la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL, haciendo uso de los recursos de forma eficiente y eficaz en cumplimiento de sus objetivos y metas.

1.7.4. Justificación Teórica

Desde un punto de vista teórico, esta investigación es extensa, contado con inferencias consistentes con las variables estudiadas, los resultados alcanzados serán muy útiles para nosotras como investigadores.

1.8. Consideraciones Éticas

En este presente proyecto de investigación prima los valores morales así también se respetan la investigación realizada por diversos autores conservando en todo momento la confidencialidad de las fuentes de las cuales se tomó en consideración.

Así mismo, se tomará en cuenta la protección de los colaboradores los cuales serán el pilar fundamental en esta investigación, puesto que gracias al aporte realizado por ellos este trabajo ayudara a las empresas nacionales (Hostal Ccahuata E.R.I.L.) a innovarse a través de la reactivación económica y mejorar su rentabilidad ante la crisis económica ocasionada por la contingencia nacional.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de estudio

Se ha realizado diferentes fuentes de estudio con el objetivo de encontrar investigaciones que tengan relación con el presente proyecto tanto en el aspecto de antecedentes locales, nacionales e internacional encontrando lo siguientes:

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Según (Alvarez, 2023) **“Estrategias empresariales para la reactivación turística del sector hotelero en la ciudad de Machala”**

Objetivo general: Diseñar estrategias empresariales innovadoras que contribuya a la reactivación económica en el sector hotelero de la ciudad de Machala, Ecuador.

Metodología: Enfoque cualitativo, no experimental-descriptivo.

Conclusión:

En Ecuador, el sector hotelero de Machala tuvo que mejorar las medidas de bioseguridad, ya que los clientes eran más exigentes en tiempos de pandemia en cuanto al higiene, por ende, dicho sector hotelero se propuso implementar estrategias que busquen contrarrestar las pérdidas económicas e incentivar el interés de los turistas y/o comensales, ellos puedan tener un descanso óptimo. Mediante estas estrategias el sector hotelero pudo encontrar soluciones a corto plazo maximizando los recursos que ya tenían, demostrando que se podía obtener beneficios tanto para los hoteles y la localidad.

Asimismo, en la parte operativa se demostró que al emplear las estrategias estas fueron útiles para aminorar los costos y tener resultados favorables. También al aplicar la reorganización entre los empleados de menor rango se pudo acrecentar los resultados propicios, siendo un trabajo coordinado entre la cooperación de los empleados y administradores, quienes impulsaron la calidad del servicio, poniendo en práctica el lean manufactirung, creando mayor valor para los hoteles en cuanto a sus actividades y su operación, permitiéndoles estar activos en el mercado.

Según (Maticurena, 2021) **“Costos de producción: control financiero y su influencia en la rentabilidad operacional del hotel Radisson Guayaquil”**

Objetivo general: es encontrar el análisis de la influencia que tiene los costos de producción en la rentabilidad operativa del Hotel Radisson de la ciudad de Guayaquil en los años 2019-2020.

Metodología: El diseño de la investigación será Descriptivo, basándose en la teoría que se crea de la investigación o análisis de los datos recopilados u obtenidos mediante los indicadores financieros y análisis comparativo.

Conclusión:

Para poder conocer la influencia de la rentabilidad se realizó el estudio de dos periodos 2019 -2020, se dio como resultado que el Hotel Radisson de ciudad de Guayaquil, este estudio y su comparación nos permitió conocer el porcentaje de rentabilidad bruta y la rentabilidad operativa, a través del uso de los ratios financieros que dio como resultado los costos de producción en la utilidad operativa fueron el 66.47% en el periodo 2020 siendo mayor y menor en dólares, debido a la disminución que se presentó en las ventas pero podemos destacar que se tuvo un óptimo control de los costos.

Asimismo, en este periodo 2020, las ventas disminuyeron 34.02% a diferencia del periodo 2019, pero se observó el aumento de la utilidad operacional de 38.06% al 46.61% a causa de la contingencia nacional se tuvo reducir de la mano de Obra directa. El hotel también se realizó el proceso de reciclaje en insumos de aseo, lo que le permitió tener beneficio neto del 25% en el periodo 2019.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Según (Venturo, 2016) **“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016”**

Objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector servicio, rubro hotelería en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.

Metodología: no experimental-descriptivo.

Conclusión:

Según este tema de investigación indica que los representantes legales oscilan entre 45 y 64 años de edad y de los cuales 83% son hombres y el 17% son mujeres y de todos estos representantes de ellos MYPE el 75 % de los representantes de MYPE tienen estudios superiores técnicos, asciende a 100% demuestra que todo ellos tienen más de 3 años en la actividad empresarial también mediante esta investigación se pudo observar el 50% de los representantes de MYPE cuenta con 16 a 20 empleados.

De acuerdo a las características el financiamiento proviene de 3 factores económicos: la primera es el 67% de financiamiento ajeno, la segunda viene ser el 33% de financiamiento propio y por último el 50% proviene de Cajas Municipales. Por lo que esto influye en la rentabilidad y su relación con la capacidad que tiene las Mype, ya que el 83% se cree que el negocio ha mejorado en su rentabilidad debido al financiamiento económico recibido mientras que 92% considera que su rentabilidad ha mejorado por la capacidad recibida.

Según (Chacon, 2020) **“ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR HOTELERO, POR IMPLICANCIAS DEL COVID-19, EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO – 2020”**

Objetivo general: Determinar cuáles son las posibilidades de acceso al financiamiento público y privado, para la reactivación económica del Sector Hotelero, por implicancias del Covid19, en la ciudad de Huánuco – 2020.

Metodología: No experimental, transversal, descriptivo-correlacional.

Conclusión:

Al atravesar por una crisis sanitaria (COVID 19), se reflejó la gran necesidad existente en país de iniciar la recuperación económica y social, pero también esta crisis ha expuesto que la calidad de vida y progreso de los peruanos, no ha mejorado el crecimiento económico en las últimas décadas.

Por lo que las empresas para ser parte de la solución y poder ser parte de una implementación en la reactivación económica de nuestro país, pueden hacerlo ya sea por financiamiento público o privado, el estado peruano ha creado programas como “Fondo de Apoyo Empresarial” y “Reactiva Perú”, que se centra

en nuevos préstamos de capital de trabajo a empresas, con el objetivo de mantener la relación existente entre empleado y proveedores.

Por ultimo las bancas privadas diseñaron diferentes medios de financiamiento para las micro y pequeñas empresas que se dediquen al turismo y hotelería, por lo que el 58% de los encuestados cuentan con crédito financiero para poder estabilizar su rentabilidad ya que cuentan Patrimonio.

2.1.3 Antecedentes Locales

No se encontró un proyecto de investigación sobre la reactivación económica y la rentabilidad.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Reactivación Económica.

Según (DECRETO DE URGENCIA N° 070, 2020) Nos explica que la reactivación económica por la Emergencia Sanitaria (COVID-19), es la implementación de acciones oportunas, abarcando a toda la población y gobiernos nacionales, regionales y locales, teniendo el objetivo de fomentar el trabajo local ya sea por mano de obra especializada o no especializada, sean estas de forma periódica y rutinaria.

Según (Vigo & Molteni, 2021) La reactivación económica de los hostales después de la pandemia puede ser un desafío, pero también una oportunidad para adaptarse a las nuevas condiciones y reconstruir el negocio. Aquí hay algunas estrategias que los hostales pueden considerar para impulsar su reactivación:

2.2.2 Promoción de medidas de seguridad

Según (Vigo & Molteni, 2021) es la implementación de protocolos de medidas sanitarias y mayor comunicación con los huéspedes, todo ello quedará como un valor añadido para la empresa. Es fundamental transmitir confianza a los viajeros y garantizar que el hostel cumpla con los protocolos de seguridad y salud. Esto puede incluir la implementación de medidas de limpieza y desinfección rigurosas, el uso de equipos de protección personal, el fomento del distanciamiento social y la promoción de prácticas de higiene entre los huéspedes.

Según (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2020) Un buen programa de medidas de seguridad dará comienzo desde la información apropiada a los

huéspedes, por la comunicación de la dirección y el personal, donde el personal actuara de acuerdo a las pautas el plan de acción a los huéspedes y clientes interesadas, permitiendo que la información sea uniforme y sistemática, los empleados tendrán toda la información para facilitar al huésped a través de carteles informativos, documentos cortos e incluso mensajes de vídeo que permitan una información más directa sobre la seguridad, por ejemplo promover la higiene de las manos (mínimo 20 segundos con loción hidroalcohólica y 40 segundos con agua y jabón), como cubrirse al momento de estornudar, toser, así como tomar el distanciamiento físico de al menos un metro y medio, el uso adecuado de las mascarillas médicas, incluso la distribución de los folletos oficiales, que refuercen las prácticas básicas de higiene en tiempos de COVID-19 (en distintos idiomas). También contar con una lista de números telefónicos de servicios de emergencia y datos de contacto de los empleados.

2.2.3 Ofrecer incentivos y promociones

Según (Vigo & Molteni, 2021) “va a dirigir en cómo mejorar la atención brindada a los huéspedes y la prestación de servicios del establecimiento.” Para atraer a los viajeros, los hostales pueden considerar la implementación de incentivos y promociones especiales, como descuentos por estancias prolongadas, ofertas para reservas anticipadas o programas de fidelidad. Estas estrategias pueden incentivar a los viajeros a elegir el hostal y generar repetición de visitas.

Según (Aragon & Rodriguez, 2021) Los incentivos y promociones se realizó a través de las redes sociales (Facebook, Instagram, Tiktok y YouTube), a través de anuncios y contenidos que permitan mejorar el posicionamiento frente a otros hoteles, actualizando la publicidad mensualmente en los medios digitales, lo que permite que estos medios sean estratégicos para generar un mayor alcance, ya que las personas pasan mayores interactuando en estos medios. Así mismo se seleccionó todas las posibles acciones, como descuentos, promociones, ofertas por temporada y entre otros, que nos ayuda a orientar y poder tener mejores resultados a un menor costo, es decir aprovechar al máximo los recursos propios.

Finalmente, es necesario constatar el aporte que fue dividir la campaña en tres etapas: intriga, lanzamiento y mantenimiento. De esta forma se pudieron escoger

estrategias y herramientas específicas que sumen a un logro de objetivos de manera ordenada, organizada y efectiva.

2.2.4 Enfoque en la experiencia del huésped

Según (Vigo & Molteni, 2021) “Esta línea va a depender firmemente de las nuevas demandas de los clientes y de las distintas estrategias que se hagan para hacer frente a los cambios.” Eso brindará una experiencia excepcional al huésped puede marcar la diferencia. Los hostales pueden enfocarse en ofrecer un servicio amigable y personalizado, proporcionar información útil sobre destinos locales y actividades, organizar eventos sociales seguros y crear un ambiente acogedor que fomente la interacción entre los huéspedes.

Según (INFORMACION TURISTICA LIDER EN LATAM, 2020) La experiencia del huésped inicia desde la búsqueda de hospedajes, y todo se centra en el servicio al cliente y que esta debe ser personalizada, donde las empresas hoteleras se desviven por satisfacer a sus huéspedes, para lograr un crecimiento de sus clientes y ofréceles experiencias satisfactorias, a través de un ambiente acogedor.

La experiencia entre huéspedes y hoteles está inextricablemente unida, ya que ambos se nutren a través de la expectativa, demanda y la satisfacción, así mismo podemos observar que en la sociedad contemporánea los hoteles enfrentan desafíos de precio, distribución con objetivo de satisfacer a los huéspedes, e incluso antes de la pandemia (COVID-19).

En la pandemia se ha buscado mejorar la experiencia de los huéspedes, lo que ha generado todo un reto y desafío en constante evolución para el sector hotelero, permitiéndole aprender y conocer un festín de opciones al alcance de la mano, brindando a los hoteles ser más innovadores, dando nuevas ideas tales como recopilar datos de los clientes y que el hotel personalice eficazmente su servicio a sus clientes.

2.2.5 Definición rentabilidad

Según (Argüelles et al., 2018) la rentabilidad también es conocida como “indicadores de rendimiento”, estas son empleadas para medir el desempeño de la gestión empresarial, controlando los costos y gastos que se transforman en

ganancias futuras que benefician a la empresa, encaminadas por la relación existente entre la utilidad y la inversión.

La rentabilidad es el resultado que demuestra si existe una buena o mala implementación para obtener ganancias o poder ver si puedes mejorar las partes con déficit del negocio, también te permite observar si se ha empleado el correcto uso del capital para subsanar los gastos e inversión.

Según (Westreicher, 2020) define que, es el beneficio obtenido por la empresa cuanto estas aplican inversiones con el objetivo de generar ingresos y minimizar los egresos, así mismo las ganancias obtenidas suelen ser medidas y expresadas en porcentajes, brindando beneficios obtenidos a favor de la entidad.

Según (Dobaño, 2022) (Westreycher, 2018) Existen varios índices de rentabilidad que son relevantes para evaluar el desempeño financiero de un hostel. Algunos de los más utilizados son:

2.2.6 ROA (Return on Assets)

Según (Dobaño, 2022) (Westreycher, 2018) “Este indicador, es fundamental, porque calcula la rentabilidad total de los activos de la empresa, es decir, es una ratio de rendimiento. Generalmente, para poder valorar una empresa como “rentable”, el ROA debe superar el 5%” Calcula la rentabilidad de los activos de la empresa, comparando el beneficio neto con el valor total de los activos. Mide la eficiencia en el uso de los activos para generar beneficios.

Según (Valls, 2022) es una métrica significativa porque permite a los inversionistas y analistas financieros comparar la eficacia de su generación de activos en su empresa para así poder tener un ROA con un nivel más alto y que beneficie a la entidad con ganancias altas lo cual demuestra que sus activos de dicha empresa se están utilizando eficientemente. También hay que resaltar que dicha métrica no mide perfectamente ya que tiene ciertos límites al momento de hacer su cálculo respectivo.

2.2.7 ROE (Return on Equity)

Según (Dobaño, 2022) (Westreycher, 2018) El ROE es un indicador que mide la relación entre el beneficio neto del ente y sus fondos propios, brindando

información fundamental para los inversionistas, a través de ella se demuestra la capacidad de la empresa para generar beneficio a sus accionistas y poder tomar medidas y decisiones con el fin de subir nuestra rentabilidad y así no presentar pérdidas.

Según (Pedrosa, 2020) El ROE también conocido con rentabilidad financiera, la cual nos indica que son los beneficios económicos que se obtienen a partir de las inversiones realizadas y de recursos propio, así mismo el ROE nos permite valorar la ganancia obtenido los recursos empleados, los cuales se representan en porcentajes, para una mejor interpretación.

2.3 Definición de términos

2.3.1 Compromiso económico

Es el compromiso de generar empleos de forma directa e indirecta para satisfacer las necesidades generales de una población.

2.3.2 Contingencia nacional

Promueve la coordinación multisectorial y la articulación en los 3 niveles de gobierno, ante la inminencia de eventos particulares, requiriendo la mediación del gobierno nacional, el cual debe ser cumplido obligatoriamente.

2.3.3 COVID-19

Esta enfermedad es provocada por el virus SARS-CoV-2 y nació en el continente asiático, los primeros síntomas que puede presentar una persona son similares a un resfriado, pero con la diferencia que su intensidad puede ser agresiva. En el transcurso del periodo 2020 se observó graves caso de contagio masivo a nivel mundial incluso desestabilizo la economía mundial y de los países primer mundistas.

2.3.4 Crisis económica

Podemos decir que es el periodo en el que se presenta la escasez ya se en los productos y servicios o la poca o nula producción y consumo de productos, que nace por malas políticas, catástrofes naturales e impactos sociales negativos.

2.3.5 Cualitativas

Es una recopilación de la información de las cualidades ya sea de una persona o empresa.

2.3.6 Cuantitativas

Es una forma de cuantificar la información para conocer su magnitud o cantidad y es representada de forma numérica.

2.3.7 Decisiones operativas

Son aquellas que se trazan a corto o inmediato plazo para realizar gestiones diarias de la entidad.

2.3.8 Deterioro

Es la situación de pasar de un peor estado a algo nulo ya sea por la pérdida de la calidad, valor o estado.

2.3.9 Digitalización

Es la acción de digitar objetos físicos o procesos análogos de la información con el objetivo que esta sea transparente y verídica para el individuo, empresa o incluso el estado.

2.3.10 Homogénea

A través de ella se realiza la uniformidad con la semejanza.

2.3.11 Impactos económicos

Es la que, se refleja en una población por consecuencia de un incremento económico, dado por una acción y medida que suele provocar en su mayoría un alto porcentaje de ingresos económicos de un individuo o una empresa.

2.3.12 Inversión privada

La efectúa un agente que no es parte del sector público y su principal objetivo es generar ganancias a futuro, pudiendo ser competitiva, transparente, dando diferentes enfoques en los resultados, proporcionando una buena planificación para el ente.

2.3.13 Liquidez

Es la capacidad de convertir los activos a dinero en efectivo en un corto plazo y sin que esta pierda su valor, si el activo es más fácil convertirlo en dinero en efectivo significa que habrá una mayor liquidez brindando mejores beneficios para la entidad.

2.3.14 Marketing

Son actividades que tienen por objetivo cumplir las metas de la organización, ya que estas se anticipan a los requerimientos del consumidor y/o cliente.

2.3.15 Rentabilidad financiera

Es diferenciar el beneficio que cada socio de la sociedad con la capacidad individual de obtener ganancias desde su inversión particular. Esto se concibe como la relación del beneficio neto y patrimonio neto.

2.3.16 Rentabilidad

Proveniente de los beneficios y la inversión realizados en un determinado periodo de la entidad y la cual se expresa en porcentajes.

CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Tipo de estudio

La investigación es de tipo BASICA con un nivel DESCRIPTIVO, según (Esteban, 2018) este tipo de investigación es pura ya que tiene el objetivo administrar la motivación de obtener nuevos conocimientos lo cual se basa en investigar, manifestar ciencias desconocidas con la finalidad de tener sabiduría. Esta investigación sirve como pilar fundamental para estudios aplicados que tengan lo esencial para tener un buen desarrollo en la ciencia lo cual analiza tres niveles de Sellitz: el exploratorio, el descriptivo y el explicativo.

3.2 Diseño de Estudio

El diseño de la investigación es no experimental, ya que la investigación que empleamos se basó en la observación, análisis del contexto natural y como realmente es. Así mismo en este tipo de estudio no permite que se manipulen las variables de forma intencional y observar el efecto sobre las otras variables (Hernández & Mendoza, 2018).

3.3 Población y muestra

En esta investigación la población es la entidad HOSTAL CCAHUATA EIRL, por lo que usaremos para el cálculo el 100% de la muestra (todo el personal del hotel y la información financiera, se describirá con la técnica de instrumento de muestro no probabilístico.

3.4 Métodos y Técnicas

3.4.1 Métodos

Enfoque mixto Deductivo – Inductivo

Según (Santillan & Ruiz, 2021) “Es cuando la observación directa y la interacción con el fenómeno de estudio va a establecer si se cumple lo indicado en la idea a defender, así como contrasta con las conclusiones de los estudios revisados.”

3.4.2 Técnicas

La recolección de la información se realizó a través del instrumento como la guía entrevista al personal administrativo del hostel para la variable N° 1 y a su vez

se analizó el contenido de información financiera de los periodos 2020, 2021 y 2022 para la variable N°2; lo cual fue representado por nuestra fuente de población y muestra.

3.4.3 Instrumentos

Para la variable N° 1: REACTIVACION ECONOMICA tendremos como instrumentos para la recolección de datos: Guía de entrevista cualitativa no estructurada.

Nota: el cuestionario permitirá medir de forma cuantitativa y con mayor grado de especificación todos los actuados (acuerdos y desacuerdos) durante el periodo 2020-2022.

3.5 Tratamiento de datos

Se estudiará la variable N° 2: RENTABILIDAD, se hará un tratamiento de datos de fuentes internas como: análisis de documentos y análisis de datos secundarios.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Resultados del Objetivo específico 1

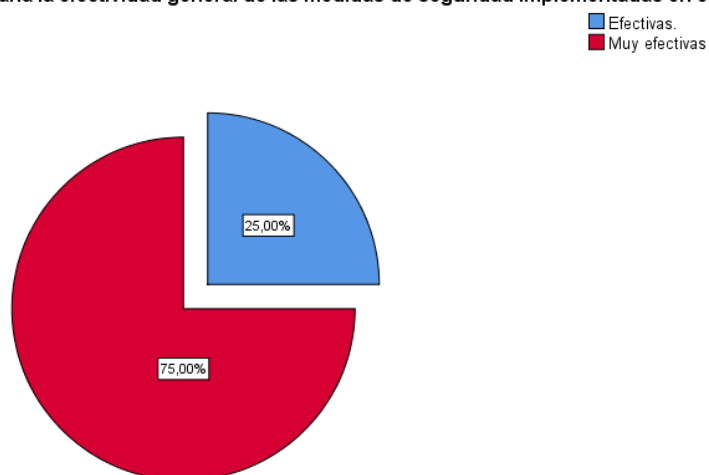
Describir y analizar las medidas de seguridad implementadas en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022 para promover la reactivación económica, evaluando su efectividad en generar confianza y seguridad en los huéspedes.

TABLA 1 ¿Cómo clasificaría la efectividad general de las medidas de seguridad implementadas en el hostel?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Efectivas.	1	25,0	25,0	25,0
	Muy efectivas	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

FIGURA 1 La efectividad general de las medidas de seguridad implementadas en el hostel

¿Cómo clasificaría la efectividad general de las medidas de seguridad implementadas en el hostel?



Según la tabla 1 y figura 1 en este resultado de investigación, la mayoría de los participantes (75%) considera que las medidas de seguridad implementadas en el hostel son "Muy efectivas", mientras que el 25% restante las clasifica como "Efectivas". No se menciona ninguna respuesta que sugiera que las medidas son "Poco efectivas" o "No efectivas", por lo que la percepción general es positiva en cuanto a la efectividad de las medidas de seguridad.

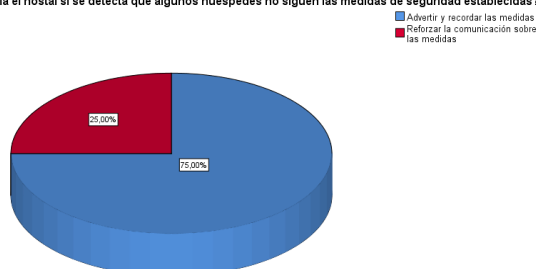
En resumen, según este resultado de investigación, la mayoría de los participantes (75%) considera que las medidas de seguridad implementadas en el hostel son "Muy efectivas", mientras que el 25% restante las clasifica como "Efectivas". No se menciona ninguna respuesta que sugiera que las medidas son "Poco efectivas" o "No efectivas", por lo que la percepción general es positiva en cuanto a la efectividad de las medidas de seguridad.

TABLA 2 ¿Qué haría el hostel si se detecta que algunos huéspedes no siguen las medidas de seguridad establecidas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Advertir y recordar las medidas	3	75,0	75,0	75,0
	Reforzar la comunicación sobre las medidas	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

FIGURA 2 Qué hacer con huéspedes que no siguen las medidas de seguridad

¿Qué haría el hostel si se detecta que algunos huéspedes no siguen las medidas de seguridad establecidas?



Tal como se muestra en la tabla 2 y figura 2 los resultados de una pregunta relacionada con el "Objetivo Específico 1", que se refiere a las acciones que el hostel tomaría en caso de que algunos huéspedes no cumplan con las medidas de seguridad establecidas. A continuación, se proporciona la interpretación de la tabla: La mayoría de las respuestas (75.0%) indicaron que el hostel optaría por "Advertir y recordar las medidas" como la acción principal en caso de que algunos huéspedes no cumplan con las medidas de seguridad.

Un 25.0% de las respuestas sugieren la opción de "Reforzar la comunicación sobre las medidas". La tabla resume la distribución de respuestas en términos de frecuencia y porcentaje, proporcionando una visión cuantitativa de las preferencias o decisiones tomadas en relación con la gestión de las medidas de seguridad.

Análisis cualitativo de la guía de entrevista para el objetivo específico N° 1

En el marco de nuestro estudio sobre la reactivación económica y rentabilidad del Hostel Ccahuata EIRL, el objetivo específico número 1 se centra en investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones implementadas por el hostel durante el periodo 2020-2022. Estas estrategias, diseñadas como parte integral de la estrategia de reactivación económica, han sido analizadas a través de una guía de entrevistas cualitativas. A continuación, se presentan los resultados detallados de las respuestas proporcionadas por el Gerente General, el Trabajador Administrador, y otros miembros clave del personal, ofreciendo una visión completa de las tácticas empleadas para atraer y retener clientes durante este período crucial.

FIGURA 3 Resultados de la entrevista para el Objetivo Especifico N° 1

OBJETIVO	PREGUNTA	GERENTE GENERAL	TRABAJADOR ADMINISTRADOR	TRABAJADOR 2 RECEPCIONISTA 1	TRABAJADOR 3 RECEPCIONISTA 2
1. Describir y analizar las medidas de seguridad implementadas en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022 para promover la reactivación económica, evaluando su efectividad	1. ¿Cómo ha implementado el Hostal Ccahuata EIRL medidas de limpieza y desinfección rigurosas durante el período de 2020 a 2022?	Buenas tardes señoritas tesistas, bueno para responder su pregunta comentarles que nuestra empresa tuvo que adecuarse a los protocolos de bioseguridad para prevenir el COVID-19, que inicio en marzo del 2020, en el que tuvimos que destinar un presupuesto aprox. De S/.500.00 soles mensual, para la compra de alcohol, barbijos, guantes, señaléticas de seguridad e higiene, buscando siempre que nuestros clientes puedan confiar en nuestra empresa.	Establecimos conjuntamente con el gerente poner las debidas reglas o normas de higiene que nuestros trabajadores deben cumplir para proporcionar a los clientes seguridad ante su salud.	Se implementó poniendo reglas de higiene como poniendo desinfectantes, alcohol y cubre bocas para protegernos y proteger al cliente cuando los atendíamos.	El administrador incorporo nuevas medidas de limpieza de los cuartos de los clientes para así poder tener más cuidado con la desinfección de cada habitación y mantener un cuarto limpio al momento de entregar al siguiente cliente.
	2. ¿Cuál ha sido el enfoque del hostel en el uso	Como parte de nuestro protocolo como servidores o proveedores del servicio usábamos guantes, barbijos	Nuestro enfoque principal es estar como un hostel	Se enfocó más en prevenir los riesgos de	Ayudo que lo clientes y nosotros estemos más

	de equipos de protección personal para garantizar la seguridad de los huéspedes y el personal?	y protector facial durante el tiempo de nuestra jornada laboral e incluso se instaló un lavamanos en la sala de espera y se les recordaba de forma amable el uso de su barbijo cuando se encuentre fuera de su habitación.	bien implementado para que nuestros huéspedes tengan la confianza debe consumir nuestro servicio de hospedaje ante esa situación de crisis sanitaria que se visualizaba a nivel mundial.	contagio a los clientes por eso era bien obligatorio seguir con las reglas de higiene como usar adecuadamente las mascarillas y el alcohol.	seguros sin contagiarnos.
	3. ¿Qué prácticas específicas de distanciamiento social se han promovido en el hostal?	Según protocolos instruidos por el MINSA el distanciamiento social era de un 1.50 mt. en nuestro caso durante el 2020 no tuvimos muchos huéspedes por lo que fácil dar cumplimiento a este protocolo, así mismo instamos siempre a nuestros huéspedes a ser cautelosos con las medidas de seguridad e higiene, ya para el 2021 y 2022 se ha ido mejorando esto, ya que los mismos	Promovimos que respete el distanciamiento de un metro y medio, según el protocolo del MINSA.	El administrador nos indicó que debemos mantener un metro de distancia tanto con los clientes y nosotros mismos como personal.	Mantener un metro de distancia con todos.

		clientes estaban mucho más informados.			
	4. ¿Cómo se ha fomentado la adopción de prácticas de higiene entre los huéspedes?	Podríamos decir que para el 2020 fue un poco difícil que los huéspedes puedan cumplir estas prácticas de higiene, pero como toda empresa uno debe ser constante, claro hemos tenido clientes que se ofendían cuando les pedíamos usar barbijo y entre otras medidas de salubridad, pero nuestra empresa a pesar de ser pequeña, siempre nos hemos distinguido por la amabilidad, así que pusimos señaléticas en nuestros pasillos y manteníamos a los huéspedes informados de índices de contagio en el Perú, por lo que fue un gran apoyo los medios de comunicación.	Se fomentó que los trabajadores dialogaran con los huéspedes sobre las prácticas de higiene y recomendarles la precaución, ante todo.	Dándonos indicaciones en una reunión con el administrador y explicándonos sobre las reglas de higiene que debemos seguir.	Orientándonos mediante la notica y una reunión con el administrador.

FIGURA 4 Identificación de categorías y definiciones

OBJETIVOS	INDICADORES	CATEGORIAS	DEFINICIONES
1. Describir y analizar las medidas de seguridad implementadas en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022 para promover la reactivación económica, evaluando su efectividad en generar confianza y seguridad en los huéspedes	✓ Implementación de medidas de limpieza ✓ Desinfecciones rigurosas, ✓ Uso de equipos de protección personal ✓ Fomento del distanciamiento social ✓ Promoción de prácticas de higiene entre los huéspedes.	✓ Medidas de limpieza y desinfección rigurosas (Código: LDR) ✓ Uso de equipos de protección personal (Código: EPP) ✓ Prácticas específicas de distanciamiento social (Código: DST) ✓ Fomento de la adopción de prácticas de higiene entre los huéspedes (Código: FPH)	• Definición: Incluye todas las respuestas relacionadas con las medidas específicas de limpieza y desinfección implementadas en el hostal durante el período mencionado. • Definición: Engloba las respuestas relacionadas con el enfoque del hostal en el uso de equipos de protección personal por parte del personal y los huéspedes. • Definición: Comprende las respuestas relacionadas con las prácticas específicas de distanciamiento social promovidas en el hostal, siguiendo los protocolos del MINSA. • Definición: Incluye las respuestas relacionadas con cómo se fomentó la adopción de prácticas de higiene entre los huéspedes y cómo la empresa abordó los desafíos asociados.

Resumen del objetivo específico 1

Resultado del Primer objetivo específico No 1.

A través de entrevistas cualitativas, se identificaron tendencias y patrones en las percepciones y prácticas de los diferentes roles dentro del hostal:

1. **Medidas de Limpieza y Desinfección Rigurosas (LDR):** Se observa una dedicación significativa a la implementación de medidas de limpieza y desinfección, con asignación de recursos mensuales para insumos como alcohol, barbijos, guantes y señaléticas. La colaboración entre el gerente general y el personal ha resultado en la creación de normas de higiene para garantizar la seguridad de los clientes.
2. **Uso de Equipos de Protección Personal (EPP):** El enfoque en el uso de equipos de protección personal, como guantes, barbijos y protectores faciales, ha sido destacado como parte del protocolo diario. Se destaca la instalación de lavamanos y recordatorios amables para que los huéspedes utilicen sus barbijos fuera de sus habitaciones.
3. **Prácticas Específicas de Distanciamiento Social (DST):** Durante el 2020, el hostal pudo cumplir fácilmente con las medidas de distanciamiento social debido a la baja ocupación. Con el tiempo, se ha mejorado la promoción del distanciamiento social, siguiendo los protocolos del MINSA, y los clientes están más informados sobre estas prácticas.
4. **Fomento de la Adopción de Prácticas de Higiene entre los Huéspedes (FPH):** A pesar de los desafíos iniciales en el 2020, se implementaron estrategias para fomentar las prácticas de higiene entre los huéspedes. Se utilizaron señaléticas, se mantuvo a los huéspedes informados sobre los índices de contagio y se promovió el diálogo entre el personal y los huéspedes sobre la importancia de seguir las normas de higiene.

Este análisis revela que el Hostal Ccahuata EIRL ha adoptado medidas proactivas para garantizar la seguridad durante la pandemia, con un enfoque constante en la limpieza, el uso de equipos de protección personal, el distanciamiento social y la promoción de prácticas de higiene. Estas tendencias y patrones proporcionan una visión integral de la respuesta del hostal ante la

crisis sanitaria, contribuyendo a la comprensión de la relación entre las medidas de seguridad implementadas y la reactivación económica.

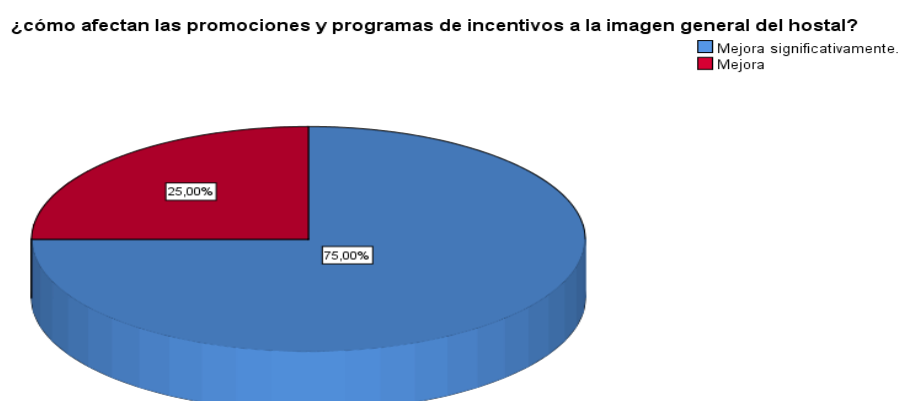
Objetivo específico 2

Investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones utilizadas por el Hostal Ccahuata EIRL en 2020 - 2022 como parte de su estrategia de reactivación económica, analizando su impacto en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de los huéspedes existentes.

TABLA 3 ¿cómo afectan las promociones y programas de incentivos a la imagen general del hostel?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mejora significativamente.	3	75,0	75,0	75,0
	Mejora	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

FIGURA 5 Promociones e incentivos para la imagen del hostel



Esta tabla 3 figura 5 resume las respuestas recopiladas en relación con la pregunta específica sobre cómo las promociones y programas de incentivos impactan en la imagen general del Hostal Ccahuata EIRL. Tres de los

encuestados (75%) indicaron que las promociones y programas de incentivos tienen un impacto positivo y significativo en la mejora de la imagen general del hostel.

Mejora: Un encuestado (25%) señaló que estas estrategias mejoran la imagen del hostel, aunque no se menciona la intensidad de la mejora. según los resultados de la encuesta, la mayoría de los encuestados perciben que las estrategias de incentivos y promociones implementadas por el Hostel Ccahuata EIRL durante el período 2020-2022 han tenido un impacto positivo y significativo en la mejora de la imagen general del hostel.

Análisis cualitativo del objetivo específico N° 2

En el marco de nuestra investigación sobre la reactivación económica y rentabilidad del Hostel Ccahuata EIRL, el objetivo específico número 2 se centra en explorar y documentar las estrategias de incentivos y promociones implementadas por el hostel durante el periodo 2020-2022. El análisis cualitativo de estas estrategias nos permite adentrarnos en la riqueza de las respuestas proporcionadas por el Gerente General, el Trabajador Administrador y otros miembros clave del personal. A través de este análisis, buscamos identificar patrones, insights y percepciones que arrojen luz sobre la efectividad de estas tácticas en la atracción de nuevos clientes y la fidelización de huéspedes existentes. Este enfoque cualitativo nos permitirá comprender no solo el "qué" de las estrategias, sino también el "cómo" y el "por qué" detrás de su implementación y éxito percibido.

FIGURA 6 Entrevista para el objetivo específico 2

OBJETIVO	PREGUNTA	GERENTE GENERAL	TRABAJADOR ADMINISTRADOR	TRABAJADOR 2 RECEPCIONISTA 1	TRABAJADOR 3 RECEPCIONISTA 2
2. Investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones utilizadas por el Hostal Ccahuata EIRL en 2020 - 2022 como parte de su estrategia de reactivación económica, analizando su impacto en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de los huéspedes	5. ¿Qué estrategias ha utilizado el hostel para ofrecer descuentos por reserva anticipada?	Ofrecimos descuentos del 10% y habilitamos dos líneas telefónicas (WhatsApp) únicos para llamadas y mensajes, muy ha parte del teléfono de recepción, para facilitar los huéspedes para que realicen su reserva, lo que nos permitió un incremento durante de clientes.	Conjuntamente con el gerente acordamos que se les daría un 10% de descuento para poder así atraer más clientes.	Darles un descuento del 10% por la economía estaba baja	Dándoles ciertas rebajas que el cliente se mantenga satisfecho.
	6. ¿Cuáles han sido las ofertas de temporada implementadas para atraer a más huéspedes?	Se ofreció descuentos del 10% para los que reservaban con anticipación, así como se le entregaba un sobre a cada cliente al momento de su ingreso al hostel, con un juego que contenía, un barbijo, un par guantes quirúrgicos, adicional a lo que normalmente se ofrece en los hospedajes.	Como recalco de nuevo fue nuestro descuento del 10% para clientes que realizaban la reserva con anticipación.	Descuento del 10% para clientes que hacían la reserva con anticipación y proporcionar cuartos limpios	Darles buena atención y cuartos desinfectados, también a los que llamaban para reservar se les daba un descuento del 10%.
	7. ¿Cómo se han estructurado las tarifas especiales para estadías prolongadas?	Bueno en estadías largas nosotros mantuvimos el 10% y si estas estadías llegaban a más de un mes (30 días), ofrecíamos un descuento del 10% para el siguiente mes también.	Observando que los huéspedes proseguían con su estadía y asumiendo eso se les proporciono ciertos	Darles ciertos descuentos que se encarga el administrador	Que se sientan cómodos y el administrador les proporcione ciertos descuentos

			descuentos que fueron acordados conjuntamente por el gerente		
	8. ¿Qué tipo de paquetes promocionales ha ofrecido el hostel?	Bueno implementamos nuestro descuento del 10% durante todo el año del 2020 y pusimos más énfasis en la limpieza de nuestras habitaciones, posteriormente a ello los años 2021 y 2022 solo mantuvimos las medidas de seguridad e higiene y la limpieza constante a nuestras habitaciones	Reservaciones que fueron con más de 4 personas se aplicaba el descuento del 10% y se les entregaba adicionales mascarillas, guantes y entre otros insumos de salubridad.	Los paquetes familiares tenían un descuento del 10% al igual que todos, la diferencia era que ofrecíamos barbijos y guantes a todos los integrantes del grupo.	Los paquetes familiares tenían un descuento del 10% más los implementos que repartíamos.
	9. ¿Cuáles son los programas de lealtad o descuentos especiales para grupos?	En caso de grupos de huésped de más de 4 integrantes, se aplicaba el descuento del 10%, y solo en estos casos no se necesitaba realizar la reserva con anticipación.	Se visualizaba si había grupos de familia con 4 a 6 y si su estadía era continua para aplicar el descuento especial del 10%	Que familias de 4 a 5 miembros se les ofreció un descuento.	Solo a clientes que estaban con 4 a 5 miembros y a su vez a los venían seguidamente se proporcionó un descuento considerado por el administrador.
	10. ¿Cómo se han promocionado el hostel y sus ofertas en redes sociales?	Bueno nosotros queríamos promocionarnos por redes sociales, pero la demanda de hospedajes que lo hacían era mayor y viendo nuestro historial de clientes en su mayoría son personas que trabajan en caseríos, sectores, centros	Por el momento no se utilizó redes sociales en su lugar se realizó avisos por radio y por la recomendación de nuestros clientes.	Se promociono por radio y solicitando al huésped su recomendación.	Por radio hizo propagando y le sugeríamos al cliente.

		poblados en los cuales su medio de comunicación es la radio, por lo que promocionamos a través de este medio (radio) para poder llegar a nuestros clientes habituales y conseguir nuevos clientes.			
	11. ¿Existe algún programa de referidos implementado durante el período mencionado?	Ninguno	Ninguno	ninguno	ninguno

Obtenemos las categorías y definiciones para el segundo objetivo específico:

2. Investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones utilizadas por el Hostal Ccahuata EIRL en 2020 - 2022 como parte de su estrategia de reactivación económica, analizando su impacto en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de los huéspedes existentes.

FIGURA 7 Categorías y definiciones

OBJETIVOS	INDICADORES	CATEGORIAS	DEFINICIONES
2. Investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones utilizadas por el	✓ Descuentos por reserva anticipada ✓ Ofertas de temporada	1. Descuentos por Reserva Anticipada: 2. Ofertas de Temporada:	- Definición: Estrategias utilizadas para ofrecer descuentos a los clientes que realizan reservas con anticipación, con el objetivo de incentivar la reserva temprana. - Definición: Ofertas y descuentos específicos implementados durante períodos particulares del año para atraer a más huéspedes.

Hostal Ccahuata EIRL en 2020 - 2022 como parte de su estrategia de reactivación económica, analizando su impacto en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de los huéspedes existentes.	✓ Tarifas especiales para estadías prolongadas ✓ Paquetes promocionales ✓ Programa de lealtad ✓ Descuentos especiales para grupos ✓ Promociones en redes sociales ✓ Programas de referidos.	3. Tarifas Especiales para Estadías Prolongadas: 4. Paquetes Promocionales: 5. Programa de Lealtad: 6. Descuentos Especiales para Grupos: 7. Promociones en Redes Sociales: 8. Programas de Referidos:	• Definición: Estructuración de precios y descuentos especiales para clientes que optan por estadías prolongadas, incentivando así estancias más extensas. • Definición: Ofertas combinadas que incluyen descuentos, beneficios adicionales u otros incentivos para atraer a clientes. • Definición: Estrategias y beneficios destinados a fomentar la lealtad de los huéspedes, como programas de puntos, recompensas o descuentos para clientes frecuentes. • Definición: Descuentos aplicados a grupos de huéspedes que cumplen con ciertos criterios, con el objetivo de atraer y satisfacer a grupos numerosos • Definición: Estrategias utilizadas para promocionar el hostal y sus ofertas a través de plataformas de redes sociales, incluyendo publicidad, contenido promocional y participación en línea. • Definición: Iniciativas que fomentan la recomendación de nuevos clientes por parte de los huéspedes existentes, potencialmente ofreciendo incentivos o recompensas.
--	--	--	--

Resumen del objetivo específico 2

Estos insights proporcionan una visión detallada de las estrategias específicas que el Hostal Ccahuata EIRL utilizó para incentivar reservas, atraer a nuevos clientes y fidelizar a los huéspedes existentes. Puedes profundizar en el análisis comparando el impacto de estas estrategias en la atracción de clientes y la fidelización, según las respuestas de diferentes roles dentro del hostal.

Aquí mostramos algunos insights significativos sobre las estrategias de incentivos y promociones implementadas por el Hostal Ccahuata EIRL durante el periodo de 2020-2022:

1. Descuentos por Reserva Anticipada:

- ✓ El hostal ofreció un descuento del 10% para clientes que realizaban reservas con anticipación, utilizando líneas telefónicas exclusivas para facilitar el proceso.
- ✓ El descuento fue acordado conjuntamente con el gerente, indicando una colaboración entre el personal y la alta dirección.

2. Ofertas de Temporada:

- ✓ Se implementaron descuentos del 10% para aquellos que reservaban con anticipación, junto con la entrega de un sobre con elementos de protección personal al momento del ingreso.
- ✓ Los descuentos se mantuvieron constante durante todo el año 2020, con un enfoque adicional en la limpieza de las habitaciones.

3. Tarifas Especiales para Estadías Prolongadas:

- ✓ Mantener un descuento del 10% en estadías largas y ofrecer descuentos adicionales para el siguiente mes incentivó a los huéspedes a prolongar sus estancias.
- ✓ La estructuración de descuentos fue acordada conjuntamente por el gerente y el administrador.

4. Paquetes Promocionales:

- ✓ Se implementó un descuento del 10% durante todo el año 2020, con un enfoque posterior en medidas de seguridad e higiene en 2021 y 2022.
- ✓ Ofrecieron descuentos y suministros adicionales (mascarillas, guantes) para reservas con más de 4 personas.

5. Programa de Lealtad:

- ✓ No se menciona un programa específico de lealtad en las respuestas proporcionadas. Sin embargo, se destaca la importancia de la satisfacción del cliente para mantener su fidelidad.

6. Descuentos Especiales para Grupos:

- ✓ Se aplicó un descuento del 10% para grupos de más de 4 integrantes, sin necesidad de reserva anticipada.
- ✓ Se observó y evaluó la continuidad de la estadía para aplicar descuentos especiales.

7. Promociones en Redes Sociales:

- ✓ El hostel reconoció que la demanda en su ubicación se dirige principalmente a personas que no utilizan redes sociales, por lo que optaron por promocionarse a través de anuncios en la radio.

8. Programas de Referidos:

- ✓ No se implementó un programa de referidos durante el periodo mencionado, según las respuestas proporcionadas.

Objetivo específico 3

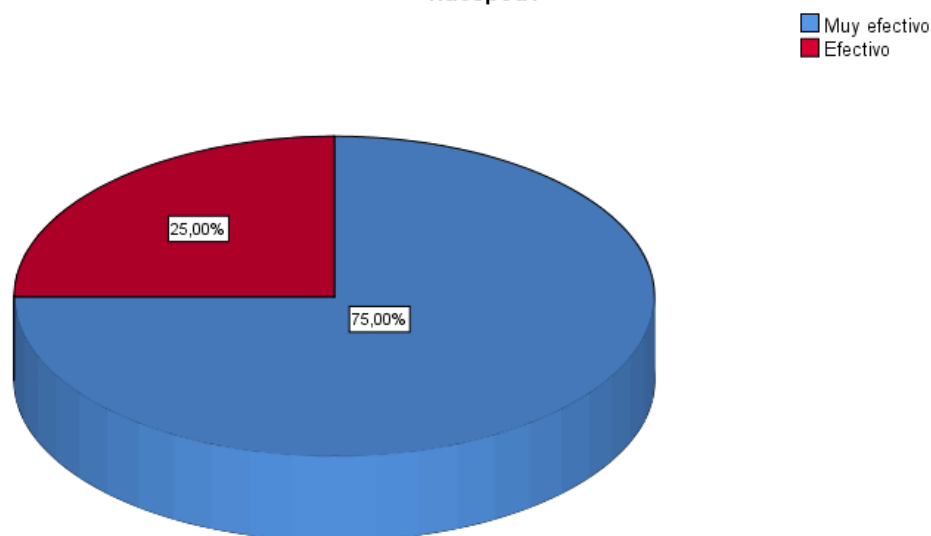
Examinar la experiencia del huésped en el Hostel Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022, considerando aspectos como la calidad del servicio, la satisfacción.

TABLA 4 ¿Cómo clasificaría la efectividad de la organización de eventos y actividades para mejorar la experiencia del huésped?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy efectivo	3	75,0	75,0	75,0
	Efectivo	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

FIGURA 8 Efectividad de la organización de eventos y actividades para mejorar la experiencia del huésped

¿Cómo clasificaría la efectividad de la organización de eventos y actividades para mejorar la experiencia del huésped?



Esta tabla estadística 4 y figura 8 presenta los resultados de una pregunta relacionada con la efectividad de la organización de eventos y actividades para mejorar la experiencia del huésped en el Hostal Ccahuata EIRL durante el período 2020-2022. A continuación, se interpreta cada columna: Muy Efectivo: La respuesta "Muy efectivo" fue seleccionada por 3 participantes. Efectivo: La respuesta "Efectivo" fue seleccionada por 1 participante. El porcentaje representa la proporción de respuestas en relación con el total de respuestas. En este caso, el 75% de los participantes considera que la organización de eventos y actividades es "Muy efectiva", mientras que el 25% la considera "Efectiva". En resumen, la mayoría de los participantes (75%) percibe que la organización de eventos y actividades en el hostal ha sido "Muy efectiva" para mejorar la experiencia del huésped, mientras que el 25% la clasifica como "Efectiva". No se registran respuestas que consideren esta estrategia como "Poco efectiva" o "No efectiva" en esta tabla específica.

Análisis Cualitativo

En la búsqueda de comprender a fondo la experiencia del huésped en el Hostal Ccahuata EIRL durante los años 2020-2022, el análisis cualitativo del Objetivo Específico 3 se centra en la riqueza de las respuestas proporcionadas en relación con aspectos cruciales como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la atención personalizada. Este análisis detallado, basado en las narrativas y percepciones expresadas por el Gerente General, el Trabajador Administrador y otros miembros clave del personal, permitirá extraer insights valiosos sobre cómo la orientación hacia la experiencia del huésped ha contribuido a la reactivación económica del establecimiento. A través de la exploración cualitativa de las respuestas, se busca identificar patrones, tendencias y áreas de mejora que ayudarán a informar estrategias futuras y fortalecer la posición competitiva del hostal en el sector.

FIGURA 9 Entrevista para el objetivo específico 3

3. Examinar la experiencia del huésped en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022, considerando aspectos como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la atención	1. ¿Qué esfuerzos se han realizado para crear un ambiente acogedor en el hostel?	Como empresa buscamos siempre trabajar en un ambiente amable, donde cuidamos en primer lugar a nuestros empleados y procuramos más el cumplimiento de la seguridad e higiene.	Se instruía al personal que mantengan las habitaciones limpias y desinfectadas	El administrador nos recomendó arreglar bien y limpiar bien los cuartos y desinfectar.	Instalo en cada habitación cable para que cliente nos aburriera y nos recomendó que te limpio.
	2. ¿Cómo se comunica el hostel con claridad con sus huéspedes?	Como grupo de trabajo, nos involucramos todos, teniendo un trato más directo con el cliente, para lograr que ellos puedan confiar en nosotros.	Se proporciona una atención cómoda y gentil	amablemente	Con buena atención
	3. ¿Qué experiencias locales ofrece el hostel para mejorar la estancia de los huéspedes?	Solo hospedaje	Solo nuestra actividad principal.	ninguna	ninguna
	4. ¿Se organizan eventos o actividades especiales para los huéspedes?	Por las medidas de seguridad e higiene, tratamos de no generar que aglomeraciones.	Ninguna	ninguna	ninguna

	5. ¿Qué servicios adicionales se han implementado para mejorar la experiencia del huésped?	Implementamos TV en cada cuarto y se le instalo cable, con el objetivo de buscar la comodidad del huésped.	Acordamos adicionar televisión por cable en cada habitación para la distracción del huésped.	Puso cable en cada cuarto para la distracción del huésped	Puso cable y mejoro más con medidas de protección del huésped
	6. ¿Cómo se obtiene y gestiona la retroalimentación de los huéspedes?	La retroalimentación lo conseguíamos al momento que el huésped desocupaba el ambiente, lo que nos permitió ver nuestros puntos débiles.	Retroalimentamos con huésped este punto dialogando conjuntamente al momento de su salida del hostel.	Conversando con huésped	Preguntándole si se sintió bien durante su estadía
	7. ¿Cómo se manejan los problemas y quejas de los huéspedes?	Manejamos un Libro de reclamaciones e incentivamos a nuestros empleados a ser amables y si surge alguna controversia, que puedan comunicarme inmediatamente y buscar una solución que beneficie tanto a nosotros como al cliente.	Mi papel administrativo es tratar de apaciguar con nuestro huésped cualquier molestia ocasionada y compensar si hay un daño.	El administrador converso con ellos.	El administrador trata de dialogar con ellos.

Obtenemos categorías y definiciones de la entrevista para el objetivo específico N° 3

OBJETIVOS	INDICADORES	CATEGORIAS	DEFINICIONES
3. Examinar la experiencia del huésped en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020-2022, considerando aspectos como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la atención personalizada, para determinar el grado en que el enfoque en la experiencia del huésped ha contribuido a la reactivación económica del establecimiento.	✓ Atención personalizada ✓ Ambiente acogedor ✓ Comunicación clara ✓ Experiencias locales ✓ Organización de eventos y actividades ✓ Servicios adicionales ✓ Obtención de comentarios y retroalimentación ✓ Gestión de problemas y quejas	1. Atención Personalizada: 2. Ambiente Acogedor: 3. Comunicación Clara: 4. Experiencias Locales:	• Definición: La forma en que el personal del hostel aborda y atiende a los huéspedes de manera individualizada, prestando atención a sus necesidades específicas y brindando un trato personalizado. • Definición: La creación de un entorno cálido y confortable en el hostel, que contribuya a que los huéspedes se sientan bienvenidos y cómodos durante su estadía. • Definición: La eficacia en la transmisión de información entre el personal del hostel y los huéspedes, asegurando que las instrucciones, detalles y cualquier comunicación relevante sean comprensibles y transparentes. • Definición: La planificación y ejecución de eventos o actividades dentro del hostel con el propósito de mejorar la experiencia del huésped y fomentar su participación.

		5. Organización de Eventos y Actividades: Servicios Adicionales: 6. Obtención de Comentarios y Retroalimentación: 7. Gestión de Problemas y Quejas:	- Definición: Cualquier servicio más allá de la habitación básica, como transporte, comidas adicionales, o servicios especiales, que se ofrece para mejorar la estadía del huésped. - Definición: El proceso de recopilar opiniones y comentarios de los huéspedes sobre su experiencia en el hostel, ya sea a través de encuestas, formularios u otras formas de retroalimentación. - Definición: La capacidad del personal del hostel para abordar y resolver cualquier problema o queja que los huéspedes puedan tener durante su estadía, garantizando la resolución efectiva y la satisfacción del cliente.
--	--	--	--

Resumen del objetivo específico 3

Ccahuata EIRL durante el período 2020-2022, evaluando aspectos cruciales como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la atención personalizada. Este análisis tiene como propósito determinar en qué medida la orientación hacia la experiencia del huésped ha contribuido a la reactivación económica del establecimiento. Las categorías clave para este análisis incluyen la atención personalizada, la creación de un ambiente acogedor, la comunicación clara, las experiencias locales, la organización de eventos y actividades, los servicios adicionales, la obtención de comentarios y retroalimentación, y la gestión efectiva de problemas y quejas. Al examinar estos aspectos, se busca comprender cómo la satisfacción del huésped y una experiencia positiva impactan directamente en el éxito económico del hostel, identificando áreas de fortaleza y oportunidades de mejora en la gestión orientada al cliente.

Análisis de resultados de la variable rentabilidad

Resultados del objetivo 4

Analizar la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL durante el periodo comprendido entre 2020 hasta 2022, utilizando como dimensiones de estudio el Return on Assets (ROA), ROE (Return on equity).

ROA (Return on Assets):

Fórmula: $ROA = \text{Utilidad Neta} / \text{Promedio de Activos Totales}$

Significado: ROA mide la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar ganancias. Cuanto mayor sea el ROA, mejor es la eficiencia en la generación de beneficios con los activos disponibles. Es especialmente útil para comparar la eficiencia operativa entre empresas del mismo sector.

ROE (Return on Equity):

Fórmula: $ROE = \text{Utilidad Neta} / \text{Promedio de Patrimonio Neto}$

Significado: ROE evalúa la rentabilidad de una empresa en relación con su patrimonio neto. Muestra cuánto beneficio se genera en relación con la inversión de los accionistas. Un ROE alto generalmente indica una buena gestión financiera y eficiencia en la utilización del capital propio.

FIGURA 10 Estado de resultados

HOSTAL CCAHUATA EIRL RUC N° 20450664287				
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS				
Al 31 de diciembre del 2021 y diciembre 2022 (Expresado en Nuevos Soles)				
	Totales		Totales	
	2021	%	2022	%
VENTAS NETAS (ingresos Operacionales)	450,000.00		524,325.00	
Otros Ingresos Operacionales	0.00		0.00	
(-) Descuentos, rebajas y Bonificaciones concedidas	0.00		0.00	
(+) TOTAL INGRESOS	450,000.00	100.00	524,325.00	100.00
(-) INVENTARIO INICIAL	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) COMPRAS (ó COSTO DE PRODUCCIÓN)	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) INVENTARIO FINAL	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) COSTO DE VENTAS (Operacionales)	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD BRUTA	450,000.00	100.00	524,325.00	100.00
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	0.00	0.00	-85,800.00	16.36
(-) GASTOS DE VENTAS	-195,805.04	43.51	-105,005.04	20.03
	0.00	0.00	0.00	0.00
	0.00	0.00	0.00	0.00
	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD OPERATIVA	254,194.96	56.49	333,519.96	63.61
(-) GASTOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) DEPRECIACION	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) OTROS INGRESOS	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) OTROS EGRESOS (Gastos Diversos)	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad (o Perdida) Neta Antes de IR	254,194.96	56.49	333,519.96	63.61
(-) Impuesto a la Renta (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD (o perdida) NETA	254,194.96	56.49	333,519.96	63.61

FIGURA 11 Estado de Situación Financiera

- Balance general del Hostal Ccahuata EIRL.

HOSTAL CCAHUATA EIRL

BALANCE GENERAL

Al 31 de diciembre del 2021 y diciembre 2022

(Expresado en Nuevos Soles)

ACTIVO	Totales		Totales		PASIVO Y PATRIMONIO	Totales		Totales	
	2021	%	2022	%		2021	%	2022	%
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Caja/Bancos	181,262.00	26.30	501,501.12	49.68	Sobregiros Bancarios	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversiones Financieras	0.00	0.00	0.00	0.00	Proveedores (Ctas x Pagar Comerciales)	0.00	0.00	0.00	0.00
Clientes (Cuentas por Cobrar Comerciales) (neto)	0.00	0.00	0.00	0.00	Cuentas por Pagar a partes relacionadas	120,000.00	17.41	110,000.00	10.90
Cuentas por Cobrar a partes relacionadas	0.00	0.00	0.00	0.00	Tributos por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	Remuneraciones por pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Existencias (Mercaderías)(Productos Terminados)	0.00	0.00	0.00	0.00	Ctas. por pagar diversas	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos Diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00	Otras Cuentas por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Suministros Diversos	0.00	0.00	0.00	0.00	Cuentas por Pagar Prestamos	0.00	0.00	0.00	0.00
Crédito Fiscal	0.00	0.00	0.00	0.00	Accionistas, directres y Gerentes	0.00	0.00	0.00	0.00
Materias Primas	0.00	0.00	0.00	0.00	Pasivo Diferido	0.00	0.00		
Gastos Pagados por Anticipado	0.00	0.00	0.00	0.00					
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00					
TOT ACTIVO CORRIENTE	181,262.00	26.30	501,501.12	49.68	TOTAL PASIVO CORRIENTE	120,000.00	17.41	110,000.00	10.90
ACTIVO NO CORRIENTE					PASIVO NO CORRIENTE				
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	Deudas a Largo Plazo	0.00	0.00	0.00	0.00
Inmuebles Maquinaria y Equipos (neto)	574,542.80	83.35	574,542.80	56.91	Beneficios Sociales	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Depreciacion y Amort. Acumul	-66,492.00	9.65	-66,492.00	6.59	Ganancias Diferidas	0.00	0.00	0.00	0.00
Activos Intangibles (neto)	0.00	0.00	0.00	0.00	Compensación por Tiempo de Servicio (CTS)	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00					
TOT ACTIVO NO CORRIEN	508,050.80	73.70	508,050.80	50.32	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0.00	0.00	0.00	0.00
					PATRIMONIO				
					Capital Social	311,837.00	45.24	311,837.00	30.89
					Capital adicional	0.00	0.00	0.00	0.00
					Resultados Acumulados	3,280.84	0.48	254,194.96	25.18

					Resultados del Periodo	254,194.96	36.88	333,519.96	33.04
					Reservas Legales	0.00	0.00	0.00	0.00
					TOTAL PATRIMONIO	569,312.80	82.59	899,551.92	89.10
TOTAL ACTIVO	689,312.80	100.00	1,009,551.92	100.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	689,312.80	100.00	1,009,551.92	100.00

Resultados del objetivo específico 5

Comparar las tasas de rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL en términos de ROA y ROE en los años 2020, 2021 y 2022 Y como se observa alguna tendencia o variación significativa en la rentabilidad a lo largo de este período.

A lo largo de los años, tanto el ROA como el ROE muestran tendencias positivas, indicando una eficiencia y rentabilidad generalmente sólidas.

TABLA 5 Rentabilidad ROA y ROE

PERIODO	ROA	ROE
2019	48.86%	81.05%
2020	23.64%	40.83%
2021	36.88%	81.52%
2022	33.04%	106.95%

Análisis e Interpretación de la Rentabilidad (ROA y ROE)

ROA (Return on Assets)

2019: Un ROA del 48.86% indica que la empresa generó S/ 0.4886 de beneficio por cada Sol de activos en ese año. Esto sugiere una alta eficiencia en la utilización de activos para generar ganancias.

2020: Aunque el ROA disminuyó al 23.64%, la empresa todavía generó S/ 0.2364 de beneficio por cada Sol de activos. Aunque menor que en 2019, sigue siendo un nivel significativo.

2021: El ROA aumentó a 36.88%, lo que sugiere una mejora en la eficiencia operativa en comparación con el año anterior. La empresa generó S/ 0.3688 de beneficio por cada Sol de activos.

2022: A pesar de una ligera disminución, el ROA sigue siendo sólido en 33.04%, indicando una buena eficiencia en la generación de beneficios con los activos.

ROE (Return on Equity)

2019: El ROE del 81.05% indica que la empresa generó un rendimiento del 81.05% sobre el capital aportado por los accionistas en 2019. Esto sugiere una gestión financiera eficiente y una rentabilidad sustancial.

2020: Aunque el ROE disminuyó al 40.83%, la empresa todavía generó un retorno significativo sobre el capital propio, indicando una buena gestión financiera en un año desafiante.

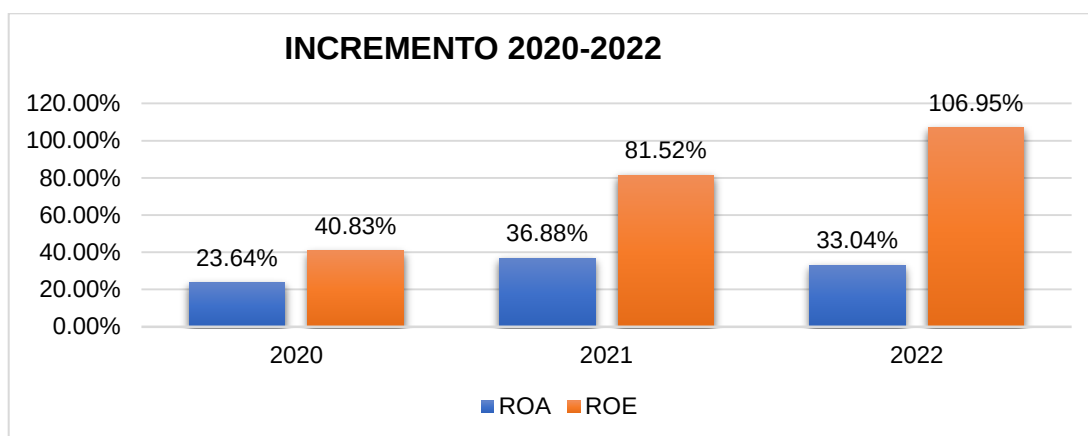
2021: El ROE aumentó significativamente a 81.52%, señalando una fuerte recuperación y eficiencia en el uso del capital propio.

2022: Con un ROE del 106.95%, la empresa experimentó un aumento notable en la rentabilidad sobre el capital aportado por los accionistas, indicando una gestión financiera excepcional.

Por lo tanto, concluimos que la empresa ha logrado mantener niveles saludables de retorno sobre activos y capital propio, siendo el 2022 un año destacado con un ROE del 106.95%.

Estos indicadores sugieren que la empresa ha sido eficiente en el uso de sus activos y ha generado retornos significativos para sus accionistas durante el período analizado.

FIGURA 12 Análisis e Interpretación de la Rentabilidad (ROA y ROE)



Resultado del objetivo general de la investigación

Resultado del Objetivo General de la Investigación cuyo título es: "La Reactivación Económica y la Rentabilidad del Hostal CCAHUATA EIRL, de la Provincia de Tambopata, 2020 - 2022" cuyo objetivo es: Analizar y describir la reactivación económica y la rentabilidad del hostal CCAHUATA EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022

La presente investigación se ha centrado en analizar en profundidad la reactivación económica y la rentabilidad del Hostal CCAHUATA EIRL durante el periodo 2020-2022 en la provincia de Tambopata, Perú. A través de una guía de entrevistas cualitativas, se han explorado diversas estrategias implementadas por el hostal para impulsar su crecimiento económico, así como la experiencia del huésped como factor clave en este proceso.

En cuanto a las estrategias de reactivación, se ha identificado un conjunto de tácticas eficaces, destacando iniciativas como descuentos por reserva anticipada, ofertas de temporada, tarifas especiales para estadías prolongadas, paquetes promocionales y programas de lealtad para grupos. Estas estrategias han sido detalladamente explicadas por los miembros clave del personal, evidenciando su impacto positivo en la atracción y retención de clientes durante el periodo estudiado.

En relación con la experiencia del huésped, se han identificado varias categorías esenciales, incluyendo la atención personalizada, un ambiente

acogedor, comunicación clara, experiencias locales, organización de eventos y actividades, servicios adicionales, obtención de comentarios y retroalimentación, así como la gestión efectiva de problemas y quejas. Estos aspectos se han evaluado mediante respuestas detalladas de los entrevistados, proporcionando una visión integral de cómo el hostel ha priorizado la satisfacción del huésped para contribuir a su reactivación económica.

Finalmente, el análisis de rentabilidad a través de los indicadores financieros ROA y ROE ha revelado resultados alentadores. A pesar de algunas fluctuaciones, la eficiencia en la utilización de activos y la rentabilidad sobre el capital propio se han mantenido en niveles satisfactorios a lo largo de los años, evidenciando una gestión financiera efectiva y una adecuada generación de beneficios para los accionistas.

En conjunto, los hallazgos de esta investigación ofrecen una visión integral de las estrategias implementadas, la experiencia del huésped y la salud financiera del Hostal CCAHUATA EIRL en el contexto de la reactivación económica entre 2020 hasta 2022. Estos resultados pueden servir como base para recomendaciones y mejoras continuas, así como contribuir al conocimiento en el ámbito de la gestión hotelera y la reactivación económica en la región de Tambopata.

Discusión de resultados

Discusión de Resultados Comparativos: Hostal CCAHUATA EIRL vs. Sector Hotelero en Machala, Ecuador. Según (Alvarez, 2023) “Estrategias empresariales para la reactivación turística del sector hotelero en la ciudad de Machala” Cuyo objetivo general: Diseñar estrategias empresariales innovadoras que contribuya a la reactivación económica en el sector hotelero de la ciudad de Machala, Ecuador. Metodología: Enfoque cualitativo, no experimental-descriptivo.

La investigación sobre la reactivación económica y rentabilidad del Hostal CCAHUATA EIRL en Tambopata, Perú, presenta hallazgos relevantes que se pueden comparar y contrastar con los resultados obtenidos por Alvarez (2023) en el sector hotelero de Machala, Ecuador.

Similitudes

Enfoque en Estrategias Innovadoras:

Ambas investigaciones resaltan la importancia de implementar estrategias empresariales innovadoras para contrarrestar las pérdidas económicas y generar interés entre los turistas o clientes.

Medidas de Bioseguridad e Higiene:

Tanto en Tambopata como en Machala, se destaca la necesidad de mejorar las medidas de bioseguridad e higiene debido a la mayor exigencia de los clientes en tiempos de pandemia.

Eficiencia Operativa:

Ambos estudios reconocen la importancia de la eficiencia operativa, ya sea en el uso de activos para generar beneficios (ROA) o en la gestión eficaz del capital propio para obtener rentabilidad (ROE).

Coordinación entre Empleados y Administradores:

Se menciona la colaboración entre empleados y administradores como un factor clave para obtener resultados favorables y mejorar la calidad del servicio.

Diferencias

Ámbito Geográfico:

Mientras la investigación sobre el Hostal CCAHUATA EIRL se centra en Tambopata, Perú, el estudio de Alvarez aborda el sector hotelero en Machala, Ecuador. Las diferencias geográficas pueden influir en las estrategias específicas implementadas.

Resultados Financieros Específicos:

Las investigaciones presentan indicadores financieros específicos (ROA y ROE) para evaluar la rentabilidad. En el caso de Machala, Ecuador, no se proporcionan estos indicadores en el informe, lo que limita la comparación directa de la eficiencia financiera.

Enfoque en Lean Manufacturing:

Alvarez destaca la aplicación del lean manufacturing en la operación hotelera de Machala, Ecuador, como una estrategia eficaz para aminorar costos y mejorar la calidad del servicio. Este enfoque específico no se menciona en la investigación del Hostal CCAHUATA EIRL.

Por lo tanto, ambas investigaciones refuerzan la importancia de adaptarse a las demandas del mercado, especialmente en contextos de crisis como la pandemia. Las estrategias centradas en la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la innovación son comunes en ambos estudios. Sin embargo, las particularidades geográficas y las estrategias específicas implementadas destacan las diferencias entre los contextos locales y la necesidad de estrategias adaptadas a las características particulares de cada región.

CONCLUSIONES

1. A través de la evaluación detallada de medidas de seguridad, estrategias de incentivos, experiencia del huésped y análisis financiero, se han obtenido conclusiones valiosas que destacan el desempeño y la adaptabilidad del hostel en un contexto desafiante. Se ha evidenciado que las medidas de seguridad implementadas, como advertencias y recordatorios, así como el refuerzo en la comunicación, han contribuido a generar confianza y seguridad en los huéspedes. La atención a las expectativas de higiene y bioseguridad en tiempos de pandemia ha sido clave para mantener la preferencia de los clientes.
2. Las estrategias de incentivos y promociones, como descuentos por reserva anticipada, ofertas de temporada y paquetes familiares, han demostrado ser eficaces en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de huéspedes existentes. Estas estrategias han sido cruciales para estimular la demanda y mantener la ocupación del hostel.
3. La atención personalizada, la creación de un ambiente acogedor, la comunicación clara y la gestión efectiva de problemas y quejas han sido elementos destacados en la experiencia del huésped. La priorización de la satisfacción del cliente ha contribuido significativamente a la reactivación económica, generando lealtad y recomendaciones positivas.
4. Los indicadores financieros ROA y ROE han sido sólidos a lo largo de los años, indicando una eficiencia en la utilización de activos y una rentabilidad consistente sobre el capital propio. Estos resultados sugieren una gestión financiera efectiva y un enfoque equilibrado en la generación de beneficios.
5. La investigación revela que la combinación de estrategias operativas, promocionales y de experiencia del cliente ha posicionado al Hostal CCAHUATA EIRL como un actor resiliente y exitoso en el sector hotelero de

Tambopata. La adaptabilidad a las demandas del mercado y la gestión eficaz de recursos han sido fundamentales para enfrentar los desafíos económicos y de salud.

RECOMENDACIONES

1. Dada la importancia atribuida por los huéspedes a las medidas de bioseguridad, se recomienda mantener y fortalecer las prácticas actuales. Regularmente evaluar y actualizar los protocolos de higiene para adaptarse a las expectativas cambiantes y asegurar un entorno seguro y explorar nuevas formas de incentivar la reserva anticipada y diseñar ofertas de temporada más atractivas. Considerar la introducción de programas de fidelidad más robustos y paquetes promocionales innovadores para atraer diferentes segmentos de clientes.
2. Mantener el enfoque en la atención personalizada, ambiente acogedor y comunicación clara. Explorar oportunidades para mejorar aún más la experiencia del huésped, como la organización de eventos temáticos o la integración de experiencias locales exclusivas. Establecer un sistema eficiente para la obtención de comentarios y retroalimentación de los huéspedes. Utilizar plataformas en línea y encuestas periódicas para comprender mejor las necesidades y expectativas de los clientes, permitiendo ajustes inmediatos y mejoras continuas.
3. Mantener la promoción en medios tradicionales, como la radio, pero explorar la inclusión de estrategias en redes sociales para llegar a una audiencia más amplia. Las campañas digitales pueden complementar las estrategias existentes y aprovechar nuevas oportunidades de mercado. Continuar monitoreando y analizando los indicadores financieros (ROA y ROE) para evaluar la eficiencia operativa y la rentabilidad. Realizar análisis comparativos con dentro y fuera para ajustar estrategias financieras según sea necesario.
4. Invertir en la capacitación continua del personal para mantener altos estándares de servicio. Enfocarse en áreas identificadas en la experiencia del huésped y garantizar que el personal esté alineado con la visión y valores del hotel. Explorar oportunidades de colaboración con actores

locales para enriquecer la oferta del hostel. Organizar eventos en conjunto o establecer convenios con empresas locales puede fortalecer la conexión con la comunidad y atraer nuevos clientes.

5. Mantenerse informado sobre las tendencias emergentes en la industria hotelera y turística. La adaptabilidad a nuevas tecnologías, expectativas del mercado y cambios en el comportamiento del consumidor es esencial para el éxito continuo. Desarrollar un plan estratégico a largo plazo que integre todas las recomendaciones. Establecer metas claras y plazos para la implementación de mejoras, asegurando una dirección coherente hacia el crecimiento sostenible y la excelencia operativa. Estas recomendaciones se basan en los hallazgos y conclusiones previas, buscando fortalecer áreas clave y capitalizar oportunidades identificadas durante el periodo de estudio. La implementación proactiva de estas sugerencias puede contribuir al éxito continuo del Hostal CCAHUATA EIRL en el contexto de la reactivación económica y la competencia en la industria hotelera.

Referencias Bibliográficas

- López, J. F. (2021). Inversión. *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Alvarez, J. (2023). *Repositorio Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil*. Obtenido de <http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1781/Estrategias%20empresariales%20para%20la%20reactivaci%c3%b3n%20tur%c3%adstica%20del.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aragon, J., & Rodriguez, E. (2021). *Repositorio de la Universidad de Lima*. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13722/Aragon_Janeth-Rodriguez_Esthefania.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Argüelles, L., Quijano, R., Fajardo, M., Medina, F., & Cruz, C. (2018). EL ENDEUDAMIENTO COMO INDICADOR DE. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 13. Obtenido de <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=342110087101018124109082088105107006002092063023032070066028029098081080119102004117121123020058055102054114069080095002001114049055017040015007066101099113068098101033093000103066112102090076005076098085087107>
- BLOOMENTHAL, A., KINDNESS, D., & MUNICHIELLO, K. (2022). *Investopedia*. Obtenido de <https://www.investopedia.com/terms/n/netinterestmargin.asp#toc-calculating-net-interest-margin>
- Chacon Cabrera, J. C. (2020). *Acceso al financiamiento y reactivación económica del sector hotelero, por implicancias del COVID-19, en la ciudad de Huánuco - 2020*. Obtenido de Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelería en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19034>
- Chang Campos, J. Y. (2019). *Plan de reactivación comercial para el segmento corporativo del Hotel Wyndham Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16154>
- DECRETO DE URGENCIA N° 070. (2020). *DECRETO DE URGENCIA PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y ATENCIÓN DE LA POBLACIÓN A TRAVÉS DE LA INVERSIÓN PÚBLICA Y GASTO CORRIENTE, ANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PRODUCIDA POR EL COVID-19*. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/863907/DU070_2020.pdf?v=1592612142
- Editorial Etece. (2021). Ingreso. *Equipo Editorial, Etece*. Obtenido de <https://concepto.de/ingreso-2/>
- Elizalde, L. (2019). Los estados financieros y las políticas contables. *Digital Punlisher*, 10. Obtenido de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/159
- Esteban, N. (2018). *Investigación en la Universidad Santo Domingo de Guzmán*.
- Fornero, R. (2019). *FORMULACION DE PROYECCIONES FINANCIERAS*. Obtenido de https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/dfe/trabajos_practicos/afic/AFIC%20Cap10%20Proyecciones%20financieras.pdf

Giammattei, A. (2020). GUATEMALA: MINISTERIO DE ECONOMIA. Obtenido de https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Comunicacion%20Social/recuperacion_economica_sept-.pdf

Gil, S. (2019). Ingreso. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>

Guale, E. A., & Suárez, K. E. (2020). Periodo emergencia sanitaria covid- 19 y la rentabilidad en el sector turistico. 18. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5830>

Gutierrez, I. (2020). *Muy Financiero*. Obtenido de <https://muyfinanciero.com/conceptos/retorno-por-inversion/>

INFORMACION TURISTICA LIDER EN LATAM. (2020). *REPORTRIP*. Obtenido de <https://reportrip.com/Article/experiencia-del-huesped-en-hoteles-como-lograr-la-completa-satisfaccion-del-cliente-incluidos-los-consejos-covid-19-para-que-los-mismos-se-sientan-como-en-su-casa>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *EL MERCADO Y LA COMERCIALIZACIÓN*. (M. Blanco, F. Ganduglia, & D. Rodríguez, Edits.) SAN JOSE, COSTA RICA. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

Instituto Peruano de Economía. (2020). RECUPERACIÓN DE ECONOMÍA PODRÍA SER MÁS RÁPIDA QUE EN ANTERIORES CRISIS. *DIARIO UNO*, 1. Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/recuperacion-de-economia-podria-ser-mas-rapida-que-en-antiores-crisis/>

Izquierdo, A. M., Viteri , D. A., Baque , L. K., & Zambrano , S. A. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de producto biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 8. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-399.pdf>

López, J. F. (2019). Beneficio. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/beneficio.html>

Maticurena Quijiye, R. I. (2021). *Costos de producción: control financiero y su influencia en la rentabilidad operacional del hotel Radisson Guayaquil*. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1493>

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Gestión de la COVID-19 en hoteles y otras entidades del*. Obtenido de <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/334128/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-spa.pdf>

Pedrosa, S. J. (2019). Gasto. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>

Quiroz , B. (2016). *MICROECONOMÍA*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. doi:<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6400/Libro%20MICROECONOMIA.pdf?sequence=1>

Ramírez, G., Pérez, G., Ramos, A., & Iglesias, J. A. (2018). Mejoramiento del reconocimiento de ingresos a partir de la NIIF 15 en Ecuador. *Uisrael Revista Científica*, 12. Obtenido de

file:///C:/Users/TEROS/Downloads/64-Texto%20del%20art%C3%ADculo-200-3-10-20200803.pdf

Santillan , B., & Ruiz, L. (2021).

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20265/1/UPS-GT003211.pdf>.

Valls, E. (2022). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.com/diccionario/bolsa/roa>

Van, J., & Wachowicz, J. (2019). *Fundamentos de Administración Financiera*. (G. Domínguez, Ed.) pearson educación. Obtenido de <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/fundamentos-de-administracion-financiera-13-van-horne.pdf>

Velayos , V. (2021). Payback o plazo de recuperación. *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/payback.html#referencia>

Westreicher. (2020). Rentabilidad Economica (ROA).

ANEXOS

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022				
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<u>PROBLEMA GENERAL</u> ¿Cómo se viene dando la reactivación económica y la rentabilidad del hostel CCAHUATA EIRL, de la Provincia de Tambopata, 2020 - 2022? <u>PROBLEMA ESPECÍFICA</u> 1. ¿Cuáles son las medidas de seguridad implementadas para promover la reactivación económica y garantizar la confianza de los huéspedes durante su estadía en el Hostel Ccahuata EIRL en 2020- 2022? 2. ¿Cuáles son los incentivos y promociones ofrecidos como parte de su estrategia de reactivación económica y cómo repercuten estos incentivos en la atracción de nuevos huéspedes y en la fidelización de los clientes existentes del Hostel Ccahuata EIRL en 2020- 2022? 3. ¿Cómo ha enfocado el Hostel Ccahuata EIRL la experiencia del huésped en plena reactivación económica y qué acciones específicas ha implementado el hostel para mejorar la satisfacción de los huéspedes y fomentar la recomendación y repetición de visitas durante el año EIRL en 2020- 2022?	<u>OBJETIVO GENERAL</u> Analizar y describir la reactivación económica y la rentabilidad del hostel CCAHUATA EIRL, de la Provincia de Tambopata, 2020 - 2022 <u>OBJETIVO ESPECÍFICA</u> 1. Describir y analizar las medidas de seguridad implementadas en el Hostel Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022 para promover la reactivación económica, evaluando su efectividad en generar confianza y seguridad en los huéspedes. 2. Investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones utilizadas por el Hostel Ccahuata EIRL en 2020 - 2022 como parte de su estrategia de reactivación económica, analizando su impacto en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de los huéspedes existentes. 3. Examinar la experiencia del huésped en el Hostel Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022, considerando aspectos como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la atención personalizada, para determinar el	<u>HIPOTESIS GENERAL</u> Existe un incremento favorable de la reactivación económica y la rentabilidad del hostel CCAHUATA EIRL, de la Provincia de Tambopata, 2020 - 2022 <u>HIPOTESIS ESPECÍFICA</u> 1. El hostel Ccahuata EIRL experimentará un aumento en la demanda de huéspedes debido a las políticas efectiva de medidas de seguridad y prevención, como protocolos de limpieza y desinfección, distanciamiento social y uso de equipos de protección personal. 2. La implementación de incentivos y promociones, como descuentos especiales, paquetes promocionales y beneficios adicionales, en el hostel Ccahuata EIRL impulsará la atracción de nuevos huéspedes y fomentará la repetición de visitas, contribuyendo a la reactivación económica del establecimiento. 3. Un enfoque enriquecido en la experiencia del huésped, brindando servicios personalizados, actividades recreativas, asistencia y atención de calidad, generará un impacto positivo en la satisfacción y	VARIABLE 1: REACTIVACIÓN ECONÓMICA ✓ DIMENSION 1: Promoción de medidas de seguridad - Implementación de medidas de limpieza. - Desinfecciones rigurosas. - Uso de equipos de protección personal. - Fomento del distanciamiento social. - Promoción de prácticas de higiene entre los huéspedes. ✓ DIMENSION 2: Ofrecer incentivos y promociones - Descuentos por reserva anticipada. - Ofertas de temporada. - Tarifas especiales para estadías prolongadas. - Paquetes promocionales. - Programa de lealtad. - Descuentos especiales para grupos. - Promociones en redes sociales. - Programas de referidos. ✓ DIMENSION 3: Enfoque en la experiencia del huésped - Atención personalizada. - Ambiente acogedor. - Comunicación clara. - Experiencias locales. - Organización de eventos y actividades. - Servicios adicionales. - Obtención de comentarios y retroalimentación. - Gestión de problemas y quejas.	ENFOQUE: MIXTO DISEÑO: NO EXPERIMENTAL NIVEL: DESCRIPTIVO TIPO: BÁSICA MÉTODOS: Deductivo - Inductivo TECNICA DE INSTRUMENTO DE MUESTREO: No probabilístico DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Entrevistas DE PROCESAMIENTO DE DATOS: Fuentes Internas de Datos Secundarios DE ANALISIS POBLACIÓN: Atlas ti y R Estudio Personal e información financiera

4. ¿Cuál ha sido la evolución de la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL durante el período comprendido entre 2020 hasta 2022, analizada a través de las dimensiones de Rentabilidad sobre Activos (ROA) y Rentabilidad sobre el Capital (ROE)? 5. ¿Cómo se comparan las tasas de rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL en términos de ROA y ROE en los años 2020, 2021 y 2022 Y como se observa alguna tendencia o variación significativa en la rentabilidad a lo largo de este período?	grado en que el enfoque en la experiencia del huésped ha contribuido a la reactivación económica del establecimiento. 4. Analizar la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL durante el periodo comprendido entre 2020 hasta 2022, utilizando como variables de estudio el Return on Assets (ROA) y Return on Equity (ROE). 5. Comparar las tasas de rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL en términos de ROA y ROE en los años 2020, 2021 y 2022 Y como se observa alguna tendencia o variación significativa en la rentabilidad a lo largo de este período.	fidelización de los huéspedes, promoviendo la recomendación y el boca a boca positivo, lo que contribuirá a la recuperación económica sostenible del hostal Ccahuata EIRL. 4. Durante el período de 2020 a 2022, la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL medida a través del Retorno sobre Activos (ROA) y Return on Equity (ROE) ha experimentado un incremento considerable. 5. Existe un resultado positivo entre la rentabilidad del Hostal Ccahuata EIRL y el Retorno sobre la Inversión ROA y ROE durante el periodo de 2020 a 2022.	VARIABLE 2: RENTABILIDAD ✓ DIMENSION 1: ROA (Return on Assets) • ROA (Return on Assets). ✓ DIMENSIÓN 2: ROE (Return on Equity) • ROE (Return on Equity)	MUESTRA: Personal e información financiera
---	--	--	---	---

ANEXO N° 03: INSTRUMENTOS PARA VARIABLE N° 1

Guía de entrevista

GUIA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD		
DIA:.....	HORA:	Lugar:
Entrevistado/a	Entrevistadores:	
.....		
TEMA: “La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022”		

OBJETIVO	PREGUNTA	GERENTE	TRABAJADOR 1: ADMINISTRADOR	TRABAJADOR 2: RECEPCIONISTA 1	TRABAJADOR 3: RECEPCIONISTA 2
1.Describir y analizar las medidas de seguridad implementadas en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022 para promover la reactivación económica, evaluando su efectividad en generar confianza y seguridad en los huéspedes	1. ¿Cómo ha implementado el Hostal Ccahuata EIRL medidas de limpieza y desinfección rigurosas durante el período de 2020 a 2022?				
	2. ¿Cuál ha sido el enfoque del hostal en el uso de equipos de protección personal para garantizar la seguridad de los huéspedes y el personal?				
	3. ¿Qué prácticas específicas de distanciamiento social se han promovido en el hostal?				
	4. ¿Cómo se ha fomentado la adopción de prácticas de higiene entre los huéspedes?				
2. Investigar y documentar las estrategias de incentivos y promociones utilizadas por el Hostal Ccahuata EIRL en 2020 - 2022 como parte de su estrategia de reactivación económica, analizando su impacto en la atracción de	5. ¿Qué estrategias ha utilizado el hostal para ofrecer descuentos por reserva anticipada?				
	6. ¿Cuáles han sido las ofertas de temporada implementadas para atraer a más huéspedes?				
	7. ¿Cómo se han estructurado las tarifas especiales para estancias prolongadas?				
	8. ¿Qué tipo de paquetes promocionales ha ofrecido el hostal?				

3. Examinar la experiencia del huésped en el Hostal Ccahuata EIRL durante el año 2020- 2022, considerando aspectos como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la atención personalizada, para determinar el grado en que el enfoque en la experiencia del huésped ha contribuido a la reactivación económica del establecimiento.	9. ¿Cuáles son los programas de lealtad o descuentos especiales para grupos?				
	10. ¿Cómo se han promocionado el hostel y sus ofertas en redes sociales?				
	11. ¿Existe algún programa de referidos implementado durante el período mencionado?				
	12. ¿Qué esfuerzos se han realizado para crear un ambiente acogedor en el hostel?				
	13. ¿Cómo se comunica el hostel con claridad con sus huéspedes?				
	14. ¿Qué experiencias locales ofrece el hostel para mejorar la estancia de los huéspedes?				
	15. ¿Se organizan eventos o actividades especiales para los huéspedes?				
	16. ¿Qué servicios adicionales se han implementado para mejorar la experiencia del huésped?				
	17. ¿Cómo se obtiene y gestiona la retroalimentación de los huéspedes?				
	18. ¿Cómo se manejan los problemas y quejas de los huéspedes?				

Guía de entrevista estructurada

Dimensión I: Promoción de Medidas de Seguridad

1. **Elección Múltiple:** ¿Cómo clasificaría la efectividad general de las medidas de seguridad implementadas en el hostel?
 - a) Muy efectivas. ()
 - b) Efectivas. ()
 - c) Neutrales. ()
 - d) Poco efectivas. ()
 - e) Nada efectivas. ()
2. **Preguntas con Respuesta en Abanico o Jerarquizadas:** ¿Qué medidas de limpieza considera más efectivas para garantizar la seguridad de los huéspedes?
 - a) Desinfección diaria de habitaciones. ()
 - b) Desinfección de áreas comunes. ()
 - c) Uso obligatorio de equipos de protección personal (EPP). ()
 - d) Promoción del distanciamiento social. ()
 - e) Fomento de prácticas de higiene entre los huéspedes. ()
3. **Preguntas de Intención:** ¿Qué haría el hostel si se detecta que algunos huéspedes no siguen las medidas de seguridad establecidas?
 - a) Advertir y recordar las medidas.
 - b) Tomar medidas disciplinarias.
 - c) Reforzar la comunicación sobre las medidas.

Dimensión 2: Ofrecer Incentivos y Promociones

4. **Elección Múltiple:** ¿Qué tipo de incentivos y promociones cree que son más atractivos para los huéspedes?
 - a) Descuentos por reserva anticipada.
 - b) Ofertas de temporada.
 - c) Tarifas especiales para estadías prolongadas.
 - d) Paquetes promocionales.
 - e) Programa de lealtad.
 - f) Otros, especificar

5. Preguntas de Hecho: ¿Cuántas promociones en redes sociales realiza el hostel en promedio por mes?

.....

6. Preguntas de Acción: ¿Qué acciones específicas tomaría el hostel para mejorar la efectividad de sus promociones en redes sociales?

7. Preguntas de Intención: ¿Qué haría el hostel si los descuentos especiales para grupos no generan el impacto esperado?

a) Modificar la estrategia de descuentos.

b) Introducir nuevas ofertas para grupos.

c) Evaluar otras estrategias de marketing.

d) Otros especificar

8. Preguntas de Opinión: En su opinión, ¿cómo afectan las promociones y programas de incentivos a la imagen general del hostel?

a) Mejora significativamente.

b) Mejora.

c) Neutral.

d) Afecta negativamente.

e) Afecta significativamente.

Dimensión 3: Enfoque en la Experiencia del Huésped

9. Elección Múltiple: ¿Cuál considera que es la característica más importante para proporcionar una experiencia positiva a los huéspedes?

a) Atención personalizada. ()

b) Ambiente acogedor. ()

c) Comunicación clara. ()

d) Otras (especificar). ()

10. Preguntas de Clasificación: ¿Cómo clasificaría la efectividad de la organización de eventos y actividades para mejorar la experiencia del huésped?

a) Muy efectivo.

b) Efectivo.

c) Neutral.

d) Poco efectivo.

e) Nada efectivo.

11. Preguntas de Intención: ¿Qué haría el hostel si identifica que la atención personalizada no está cumpliendo con las expectativas de los huéspedes?

a) Capacitar al personal en servicio al cliente.

b) Realizar encuestas de satisfacción para obtener retroalimentación.

c) Contratar personal adicional para mejorar la atención.

d) Otros, especificar

12. Preguntas de Opinión: En su opinión, ¿cuál es la importancia de la gestión efectiva de problemas y quejas para la reputación del hostel?

a) Muy importante.

b) Importante.

c) Neutral.

d) Poco importante.

e) Nada importante.

Variable 2: Rentabilidad

Dimensión 1: ROA (Return on Assets)

13. Elección Múltiple: ¿Cómo describiría la evolución del ROA del Hostel Ccahuata EIRL durante el periodo 2020-2022?

a) Aumentó significativamente.

b) Aumentó.

c) Mantuvo.

d) Disminuyó.

e) Disminuyó significativamente.

14. Preguntas de Clasificación: ¿Cómo clasificaría la eficiencia del hostel en el uso de sus activos para generar ingresos? a) Muy eficiente. b) Eficiente. c) Neutral. d) Poco eficiente. e) Nada eficiente.

15. Preguntas de Estimación: Estime el porcentaje de aumento o disminución del ROA del hostel en el último año.

.....

16.Preguntas de Hecho: ¿Cuál fue el ROA promedio del hostel durante el periodo 2020-2022?

17.Preguntas de Acción: ¿Qué acciones tomaría el hostel si identifica que el ROA está disminuyendo consistentemente?

18.Preguntas de Intención: ¿Qué haría el hostel si se presenta una oportunidad para invertir en activos que podrían mejorar el ROA a largo plazo?

- a) Invertir inmediatamente.
- b) Realizar un análisis de riesgo y beneficio antes de invertir.
- c) No considerar la inversión en este momento.
- d) Otro, especificar.

Dimensión 2: ROE (Return on Equity)

19.Elección Múltiple: ¿Cómo describiría la evolución del ROE del Hostel Ccahuata EIRL durante el periodo 2020-2022?

- a) Aumentó significativamente.
- b) Aumentó.
- c) Mantuvo.
- d) Disminuyó.
- e) Disminuyó significativamente.

20.Elección Múltiple: ¿Cuál de las siguientes métricas considera más relevante para evaluar la rentabilidad de una empresa?

- a) ROA (Return on Assets).
- b) ROE (Return on Equity).
- c) Ambas son igualmente importantes.
- d) Ninguna de las anteriores.

21.Preguntas de Clasificación: ¿En cuál de las siguientes categorías clasificaría la importancia del ROE en la toma de decisiones financieras?

- a) Muy Importante.
- b) Importante.
- c) Neutral.
- d) Poco Importante.

e) Nada Importante.

22.Preguntas de Intención: ¿Qué haría usted si, al analizar las cifras financieras de una empresa, nota una disminución constante en el ROE a lo largo de los años?

- a) Investigar las razones detrás de la disminución.
- b) Vender las acciones de inmediato.
- c) Esperar a ver si la tendencia persiste antes de tomar una decisión.

23.Preguntas de Opinión: En su opinión, ¿cuál de las dos métricas (ROA o ROE) proporciona una mejor indicación de la salud financiera a largo plazo de una empresa?

- a) ROA (Return on Assets).
- b) ROE (Return on Equity).
- c) Ambas son igualmente importantes.
- d) Ninguna de las anteriores.

Agradecimiento por la participación en la entrevista a profundidad y estructurada.

INSTRUMENTOS PARA VARIABLE N° 2

Estados financieros

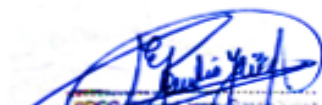
HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L. RUC: 20450664287					
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
Al 31 de Diciembre del 2020 y Diciembre 2021					
(Expresado en Nuevos Soles)					
	Totales		Totales		
	2020	%	2021	%	
VENTAS NETAS (Ingresos Operacionales)	380,005.00		450,000.00		
Otros Ingresos Operacionales	0.00		0.00		
(-) Descuentos, rebajas y Bonificaciones concedidas	0.00		0.00		
(+) TOTAL INGRESOS	380,005.00	100.00	450,000.00	100.00	
(-) INVENTARIO INICIAL	0.00	0.00	0.00	0.00	
(-) COMPRAS (ó COSTO DE PRODUCCIÓN)	0.00	0.00	0.00	0.00	
(+) INVENTARIO FINAL	0.00	0.00	0.00	0.00	
(-) COSTO DE VENTAS (Operacionales)	0.00	0.00	0.00	0.00	
UTILIDAD BRUTA	380,005.00	100.00	450,000.00	100.00	
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	-234,667.92	61.75	0.00	0.00	
(-) GASTOS DE VENTAS	-18,000.00	4.74	-195,805.04	43.51	
	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.00	0.00	0.00	0.00	
UTILIDAD OPERATIVA	127,337.08	33.51	254,194.96	56.49	
(-) GASTOS FINANCIEROS	0.00		0.00	0.00	
(-) DEPRECIACION	0.00	0.00	0.00	0.00	
(+) OTROS INGRESOS	0.00	0.00	0.00	0.00	
(-) OTROS EGRESOS (Gastos Diversos)	0.00	0.00	0.00	0.00	
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	
Utilidad (o Perdida) Neta Antes de IR	127,337.08	33.51	254,194.96	56.49	
(-) Impuesto a la Renta (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00	
UTILIDAD (o perdida) NETA	127,337.08	33.51	254,194.96	56.49	


 Gerente
 N° CERTIFICACIÓN 2012-0889

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L.
 RUC: 20450664287

 Gerente
 Gerente Ccahuata Tunqui

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L. RUC: 20450664287									
BALANCE GENERAL									
Al 31 de Diciembre del 2020 y Diciembre 2021									
(Expresado en Nuevos Soles)									
ACTIVO	Totales		Totales		PASIVO Y PATRIMONIO	Totales		Totales	
	2020	%	2021	%		2020	%	2021	%
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Caja/Bancos	30,565.28	5.67	181,262.00	26.30	Sobregiros Bancarios	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversiones Financieras	0.00	0.00	0.00	0.00	Proveedores (Ctas x Pagar Comerciales)	0.00	0.00	0.00	0.00
Cientes (Cuentas por Cobrar Comerciales) (neto)	0.00	0.00	0.00	0.00	Cuentas por Pagar a partes relacionadas	0.00	0.00	120,000.00	17.41
Cuentas por Cobrar a partes relacionadas	0.00	0.00	0.00	0.00	Tributos por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	Remuneraciones por pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Existencias (Mercaderías)(Productos Terminados)	0.00	0.00	0.00	0.00	Ctas. por pagar diversas	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos Diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00	Otras Cuentas por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Suministros Diversos	0.00	0.00	0.00	0.00	Cuentas por Pagar Prestamos Accionistas, di	0.00	0.00	0.00	0.00
Crédito Fiscal	0.00	0.00	0.00	0.00	Pasivo Diferido	0.00	0.00		
Materias Primas	0.00	0.00	0.00	0.00					
Gastos Pagados por Anticipado	0.00	0.00	0.00	0.00					
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00					
TOT ACTIVO CORRIENTE	30,565.28	5.67	181,262.00	26.30	TOTAL PASIVO CORRIENTE	0.00	0.00	120,000.00	17.41
ACTIVO NO CORRIENTE					PASIVO NO CORRIENTE				
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	Deudas a Largo Plazo	0.00	0.00	0.00	0.00
Inmuebles Maquinaria y Equipos (neto)	574,542.80	106.67	574,542.80	83.35	Beneficios Sociales	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Depreciacion y Amort. Acumul	-66,492.00	12.34	-66,492.00	9.65	Ganancias Diferidas	0.00	0.00	0.00	0.00
Activos Intangibles (neto)	0.00	0.00	0.00	0.00	Compensación por Tiempo de Servicio (CTS)	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00					
TOT ACTIVO NO CORRIEN	508,050.80	94.33	508,050.80	73.70	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0.00	0.00	0.00	0.00
					PATRIMONIO				
					Capital Social	311,837.00	57.90	311,837.00	45.24
					Capital adicional	0.00	0.00	0.00	0.00
					Resultados Acumulados	99,442.00	18.46	3,280.84	0.48
					Resultados del Periodo	127,337.08	23.64	254,194.96	36.88
					Reservas Legales	0.00	0.00	0.00	0.00
					TOTAL PATRIMONIO	538,616.08	100.00	569,312.80	82.59
TOTAL ACTIVO	538,616.08	100.00	689,312.80	100.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	538,616.08	100.00	689,312.80	100.00

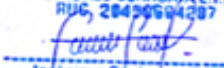

 Gerente
 N° CERTIFICACION 2012/009

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L.
 RUC: 20450664287

 Gerente

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L. RUC: 20450664287					
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
Al 31 de Diciembre del 2021 y Diciembre 2022					
(Expresado en Nuevos Soles)					
	Totales		Totales		
	2021	%	2022	%	
VENTAS NETAS (Ingresos Operacionales)	450,000.00		524,325.00		
Otros Ingresos Operacionales	0.00		0.00		
(-) Descuentos, rebajas y Bonificaciones concedidas	0.00		0.00		
(+) TOTAL INGRESOS	450,000.00	100.00	524,325.00	100.00	
(-) INVENTARIO INICIAL	0.00	0.00	0.00	0.00	
(-) COMPRAS (ó COSTO DE PRODUCCIÓN)	0.00	0.00	0.00	0.00	
(+) INVENTARIO FINAL	0.00	0.00	0.00	0.00	
(-) COSTO DE VENTAS (Operacionales)	0.00	0.00	0.00	0.00	
UTILIDAD BRUTA	450,000.00	100.00	524,325.00	100.00	
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	0.00	0.00	-85,800.00	16.36	
(-) GASTOS DE VENTAS	-195,805.04	43.51	-105,005.04	20.03	
	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.00	0.00	0.00	0.00	
UTILIDAD OPERATIVA	254,194.96	56.49	333,519.96	63.61	
(-) GASTOS FINANCIEROS	0.00		0.00	0.00	
(-) DEPRECIACION	0.00	0.00	0.00	0.00	
(+) OTROS INGRESOS	0.00	0.00	0.00	0.00	
(-) OTROS EGRESOS (Gastos Diversos)	0.00	0.00	0.00	0.00	
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	
Utilidad (o Perdida) Neta Antes de IR	254,194.96	56.49	333,519.96	63.61	
(-) Impuesto a la Renta (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00	
UTILIDAD (o perdida) NETA	254,194.96	56.49	333,519.96	63.61	


 GERENTE
 N° CERTIFICACIÓN 2012-0009

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L.
 RUC: 20450664287

 Gerente
 Gerente

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L. RUC: 20450664287									
BALANCE GENERAL									
Al 31 de Diciembre del 2021 y Diciembre 2022									
(Expresado en Nuevos Soles)									
ACTIVO	Totales		Totales		PASIVO Y PATRIMONIO	Totales		Totales	
	2021	%	2022	%		2021	%	2022	%
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Caja/Bancos	181,262.00	26.30	501,501.12	49.68	Sobregiros Bancarios	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversiones Financieras	0.00	0.00	0.00	0.00	Proveedores (Ctas x Pagar Comerciales)	0.00	0.00	0.00	0.00
Clientes (Cuentas por Cobrar Comerciales) (neto)	0.00	0.00	0.00	0.00	Cuentas por Pagar a partes relacionadas	120,000.00	17.41	110,000.00	10.90
Cuentas por Cobrar a partes relacionadas	0.00	0.00	0.00	0.00	Tributos por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	Remuneraciones por pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Existencias (Mercaderías)(Productos Terminados)	0.00	0.00	0.00	0.00	Ctas. por pagar diversas	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos Diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00	Otras Cuentas por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Suministros Diversos	0.00	0.00	0.00	0.00	Cuentas por Pagar Prestamos Accionistas, di	0.00	0.00	0.00	0.00
Crédito Fiscal	0.00	0.00	0.00	0.00	Pasivo Diferido	0.00	0.00		
Materias Primas	0.00	0.00	0.00	0.00					
Gastos Pagados por Anticipado	0.00	0.00	0.00	0.00					
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00					
TOT ACTIVO CORRIENTE	181,262.00	26.30	501,501.12	49.68	TOTAL PASIVO CORRIENTE	120,000.00	17.41	110,000.00	10.90
ACTIVO NO CORRIENTE					PASIVO NO CORRIENTE				
Otras Cuentas por Cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	Deudas a Largo Plazo	0.00	0.00	0.00	0.00
Inmuebles Maquinaria y Equipos (neto)	574,542.80	83.35	574,542.80	56.91	Beneficios Sociales	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Depreciacion y Amort. Acumul	-66,492.00	9.65	-66,492.00	6.59	Ganancias Diferidas	0.00	0.00	0.00	0.00
Activos Intangibles (neto)	0.00	0.00	0.00	0.00	Compensación por Tiempo de Servicio (CTS)	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00					
TOT ACTIVO NO CORRIENTE	508,050.80	73.70	508,050.80	50.32	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0.00	0.00	0.00	0.00
					PATRIMONIO				
					Capital Social	311,837.00	45.24	311,837.00	30.89
					Capital adicional	0.00	0.00	0.00	0.00
					Resultados Acumulados	3,280.81	0.48	254,194.96	25.18
					Resultados del Periodo	254,194.96	36.88	333,519.96	33.04
					Reservas Legales	0.00	0.00	0.00	0.00
					TOTAL PATRIMONIO	569,312.80	82.59	899,551.92	89.10
TOTAL ACTIVO	689,312.80	100.00	1,009,551.92	100.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	689,312.80	100.00	1,009,551.92	100.00


 Juan Carlos Paredes
 RUC: 20450664287
 N° CERTIFICACIÓN 2012/009

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L.
 RUC: 20450664287

 Juan Carlos Paredes
 Gerente

ANEXO 05: SOLICITUD DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO Y FICHAS DE VALIDACIÓN.

*“Año de la universalización de la salud”
“Capital de la Biodiversidad del Perú”*

Puerto Maldonado, 01 de marzo del 2021.

SOLICITO: Autorización y/o permiso para aplicar los instrumentos de nuestra investigación.

SEÑOR:

Jerónimo Ccahuata Tunqui

Gerente

HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L.

Ciudad. –

Tenemos el agrado de dirigirnos a ustedes, para saludarlo cordialmente y en ocasión de solicitarle que los bachilleres de la carrera profesional de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, podamos tener el debido permiso de usted para realizar nuestra tesis de su prestigiosa empresa HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L.

Dado que el HOTEL HOSTAL CCAHUATA E.I.R.L. es una de las mejores empresas hoteleras en la ciudad de Puerto Maldonado y representan la calidad, seguridad y confort en la Región de Madre de Dios, por lo que nosotras como bachilleres de la UNAMAD quisieras realizar nuestra tesis de **“La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022”**, para su empresa y poder contribuir al desarrollo en el proceso de contingencia nacional e impactara en dicha organización positivamente.

Agradeciendo su colaboración que ayudara en gran manera con el proceso de formación profesional y por la oportunidad de poder contribuir para el beneficio de nuestra región Madre de Dios.

Atentamente,

Yenny Michelle Pumaccajia Acurio.

Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Rocio Solis Mar.

Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

*“Año de la universalización de la salud”
“Capital de la Biodiversidad del Perú”*

Puerto Maldonado, 16 de junio del 2022.

CARTA S/N-2020

MG. C.P.C.C. Ruth Marleni Serrano Checca

Presente. -

ASUNTO: SOLICITO OPINIÓN PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, en condición de estudiantes de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, de la escuela profesional de Contabilidad y Finanzas, venimos realizando el trabajo de investigación cuyo título es:

La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022.

Por tal razón, recurrimos a su conocimiento y experiencia en el campo de la investigación para solicitarle su opinión profesional respecto a la estructura y validez de los instrumentos que acompañe a la presente.

- Matriz de consistencia de la investigación.
- Matriz de definición conceptual y operacional de variables de investigación.
- Instrumento y fichas técnica.
- Cronograma de la investigación.

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente, quedando de usted, muy agradecidas.

Atentamente,

Yenny Michelle Pumaccajia Acurio.
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Rocio Solis Mar.
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

*“Año de la universalización de la salud”
“Capital de la Biodiversidad del Perú”*

Puerto Maldonado, 16 de junio del 2022.

CARTA S/N-2020

C.P.C.C. Mayra Chulla Montes

Presente. -

ASUNTO: SOLICITO OPINIÓN PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, en condición de estudiantes de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, de la escuela profesional de Contabilidad de Finanzas, venimos realizando el trabajo de investigación cuyo título es:

La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022.

Por tal razón, recurrimos a su conocimiento y experiencia en el campo de la investigación para solicitarle su opinión profesional respecto a la estructura y validez de los instrumentos que acompañe a la presente.

- Matriz de consistencia de la investigación.
- Matriz de definición conceptual y operacional de variables de investigación.
- Instrumento y fichas técnica.
- Cronograma de la investigación.

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente, quedando de usted, muy agradecidas.

Atentamente,

Yenny Michelle Pumaccajia Acurio.
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Rocio Solis Mar.
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

*“Año de la universalización de la salud”
“Capital de la Biodiversidad del Perú”*

Puerto Maldonado, 16 de junio del 2022.

CARTA S/N-2020

C.P.C. C. Jhon Gregory Gutiérrez Mejía.

Presente. -

ASUNTO: SOLICITO OPINIÓN PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, en condición de estudiantes de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, de la escuela profesional de Contabilidad de Finanzas, venimos realizando el trabajo de investigación cuyo título es:

La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022.

Por tal razón, recurrimos a su conocimiento y experiencia en el campo de la investigación para solicitarle su opinión profesional respecto a la estructura y validez de los instrumentos que acompañe a la presente.

- Matriz de consistencia de la investigación.
- Matriz de definición conceptual y operacional de variables de investigación.
- Instrumento y fichas técnica.
- Cronograma de la investigación.

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente, quedando de usted, muy agradecidas.

Atentamente,

Yenny Michelle Pumacajia Acurio.
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Rocio Solis Mar.
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas.
Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

FICHAS DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN



FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación:

La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022.

Nombres de instrumentos: Cuestionario y entrevista para todo el personal del hostel.

Investigadores: Rocio Solis Mar.

Yenny Michelle Pumacajia Acurio.

CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-50%	Muy Bueno 51-80%	Excelente 81-90%
Relación entre variables y dimensión.				80%	
Relación entre dimensión y el indicador.					85%
Relación entre indicador y la pregunta.					90%
La pregunta mide lo que se propone medir.					83%
La redacción es clara, precisa y comprensible.					93%

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación ☒

Debe corregirse ☐


DNE 741171422
Mayra Chulla Montes.



FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación:

La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022.

Nombres de instrumentos: Cuestionario y entrevista para todo el personal del hostel.

Investigadores: Rocio Solis Mar.
Yenny Michelle Pumacajia Acurio.

CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-50%	Muy Bueno 51-80%	Excelente 81-90%
Relación entre variables y dimensión.					95%
Relación entre dimensión y el indicador.					95%
Relación entre indicador y la pregunta.					95%
La pregunta mide lo que se propone medir.					95%
La redacción es clara, precisa y comprensible.					95%

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación ☒

Debe corregirse ☐


 Rocio Solis Mar.
 MATRICULA N° 25 993
 Reg. N° 201521857



FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación:

La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022.

Nombres de instrumentos: Cuestionario y entrevista para todo el personal del hostel.

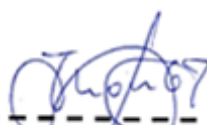
Investigadores: Rocio Solis Mar.
Yenny Michelle Pumacajia Acurio.

CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-50%	Muy Bueno 51-80%	Excelente 81-90%
Relación entre variables y dimensión.					85%
Relación entre dimensión y el indicador.					87%
Relación entre indicador y la pregunta.					81%
La pregunta mide lo que se propone medir.					83%
La redacción es clara, precisa y comprensible.					85%

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación ☒

Debe corregirse ☐


 C.P.S. JHON GREGORY GUTIERREZ MEJIA
 CIP: 25-121

ANEXO 05: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Puerto Maldonado 01 de marzo del 2022.

Carta N° 001-2022-HC-MDD

Señoritas:

Yenny Michelle Pumacajia Acurio

Rocio Solis Mar

Ciudad. -

REFERENCIA: Carta de fecha 01 de marzo 2022.

De nuestra mayor consideración:

Por el presente hacemos de vuestro conocimiento **AUTORIZAMOS** a ustedes Srtas. Yenny Michelle Pumacajia Acurio y Rocio Solis Mar bachilleres de la facultad de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, para que realicen el trabajo de investigación titulado **“La reactivación económica y la rentabilidad del hostel Ccahuata EIRL, de la provincia de Tambopata, 2020 - 2022”**; sin que esto acarree ningún aspecto económico a nuestra empresa.

Asimismo, una vez concluido el estudio nos entregaran un ejemplar de dicho estudio para poder firmar su conformidad y hacer conocer a la UNAMAD.

Muy Atentamente;

HOSPEDAJE CCAHUATA E.I.R.L.
RUC: 20420664287

Jerónimo Ccahuata Tunqui
GERENTE