

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
HOTELERÍA



TESIS

USO DE REDES SOCIALES VIRTUALES EN
HOTELES DE TRES Y CUATRO ESTRELLAS
DEL CENTRO HISTÓRICO DE CAJAMARCA,
2022

Para optar el Título Profesional de:
LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA

Presentada por:

Bach. CARMEN CECILIA ALVARADO BROPHY

Bach. ELENA CASTREJÓN CARRASCO

Asesor:

Dr. ALFONSO ANTONIO TERÁN VIGO

Cajamarca - Perú
2025



CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. **Datos del Autor:**

Investigador (1):

Nombres y Apellidos: Carmen Cecilia Alvarado Brophy

DNI: 46802216

Escuela Profesional/Unidad UNC: Escuela Profesional de Turismo y Hotelería

Investigador (2):

Nombres y Apellidos: Elena Castrejón Carrasco

DNI: 46060637

Escuela Profesional/Unidad UNC: Escuela Profesional de Turismo y Hotelería

2. **Asesor:** Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo

Facultad/Unidad UNC: Facultad de Ciencias Sociales

3. **Grado Académico o Título Profesional**

☐ Bachiller

☒ Título profesional

☐ Segunda especialidad

☐ Maestro

☐ Doctor

4. **Tipo de Investigación:**

☒ Tesis ☐ Trabajo de investigación ☐ Trabajo de suficiencia profesional

☐ Trabajo académico

5. **Título del Trabajo de Investigación:** "Uso de Redes Sociales Virtuales en Hoteles de Tres y Cuatro Estrellas del Centro Histórico de Cajamarca, 2022".

6. **Fecha de evaluación:** 25/06/2024

7. **Software antiplagio:** ☒ TURNITIN ☐ URKUND (ORIGINAL) (*)

8. **Porcentaje de Informe de Similitud:** 14%

9. **Código Documento:** 3117:363018419

10. **Resultado de la Evaluación de Similitud:**

☒ APROBADO ☐ PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 27/08/2025

Firma y/o Sello
Emisor Constancia



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Dra. Doris Peres Castañeda Abanto
Directora de la Unidad de Investigación

DNI: 26676451

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023

DEDICATORIA

A Dios, el ser supremo que nos ha dado salud, fortaleza y la fuerza necesaria para culminar esta meta; a nuestros padres, quienes son nuestra admiración y ejemplo; a nuestra hermosa familia e hijos, por estar siempre presentes en los momentos importantes de nuestra vida y ser nuestra fortaleza en los momentos difíciles; a nuestros maestros, que contribuyeron durante cinco años en nuestra formación profesional; y a nuestra Alma Máter, que ha inquietado nuestra alma por el saber en los 5 años que nos acogió en las aulas universitarias.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Cajamarca por habernos acogido en su seno, formarnos como profesionales y hacer de nosotras mujeres de provecho para la sociedad. Asimismo, agradecemos a los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico por habernos facilitado la información necesaria para realizar este trabajo de investigación. Agradecer también, a las personas que estuvieron siempre acompañándonos en este proceso: nuestros padres, nuestra familia; nuestros maestros, especialmente, agradecemos de manera especial a nuestro Asesor, Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo, cuyo apoyo constante y valiosas enseñanzas fueron fundamentales para culminar esta investigación. Y en especial agradecemos a cada una de las personas que aportaron con su esfuerzo, consejos y conocimientos para poder culminar esta tesis.

Las Autoras

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I.....	18
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
1. Descripción de los hoteles de 3 estrellas que brindan servicios en el centro histórico de Cajamarca y análisis del uso de sus redes sociales virtuales para promover sus servicios.	18
1.1. Hotel Guisama Restaurante.	19
1.1.1. Servicio Hotelero.....	19
1.1.1.1. Ubicación.	19
1.1.1.2. Habitaciones del hospedaje.....	19
1.1.1.3. Servicios complementarios	20
1.1.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	20
1.1.1.5. Opinión de los usuarios	20
1.1.2. Redes Sociales.	21
1.1.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles	21
1.1.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas	21
1.1.2.3. Contenido de las publicaciones en las redes sociales.....	23
1.1.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales	23
1.2. Hotel Continental.....	23
1.2.1. Servicio Hotelero	23
1.2.1.1. Ubicación.....	23
1.2.1.2. Habitaciones del hospedaje.....	24
1.2.1.3. Servicios complementarios	26
1.2.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	26
1.2.1.5. Opinión de los usuarios	26
1.2.2. Redes Sociales	26
1.2.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles	26
1.2.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas	26
1.2.2.3. Contenido de las publicaciones en las redes sociales.....	28

1.2.2.4.	Frecuencia de publicaciones en redes sociales	28
1.3.	Hotel El Portal del Marqués	28
1.3.1.	Servicio Hotelero	28
1.3.1.1.	Ubicación.....	28
1.3.1.2.	Habitaciones del hospedaje.....	29
1.3.1.3.	Servicios complementarios	30
1.3.1.4.	Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	30
1.3.1.5.	Opinión de los usuarios	30
1.3.2.	Redes sociales	30
1.3.2.1.	Medios de comunicación para promoción de los hoteles	30
1.3.2.2.	Tipos de redes sociales utilizadas	30
1.3.2.3.	Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	32
1.3.2.4.	Frecuencia de publicaciones en redes sociales	32
1.4.	Hotel El Mirador del Inca	32
1.4.1.	Servicio Hotelero	32
1.4.1.1.	Ubicación.....	32
1.4.1.2.	Habitaciones del hospedaje.....	33
1.4.1.3.	Servicios complementarios	33
1.4.1.4.	Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	34
1.4.1.5.	Opinión de los usuarios	34
1.4.2.	Redes sociales	34
1.5.	Hotel Retamas II.....	36
1.5.1.	Servicio Hotelero	36
1.5.1.1.	Ubicación.....	36
1.5.1.2.	Habitaciones del hospedaje.....	37
1.5.1.3.	Servicios complementarios	37
1.5.1.4.	Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	38
1.5.1.5.	Opinión de los usuarios	38
1.6.	Hotel Prado	40
1.6.1.	Servicio Hotelero	40
1.6.1.1.	Ubicación.....	40
1.6.1.2.	Habitaciones del hospedaje.....	41
1.6.1.3.	Servicios complementarios	41

1.6.1.4.	Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	42
1.6.1.5.	Opinión de los usuarios	42
1.7.	Hotel El Ronderito.....	44
1.7.1.	Servicio Hotelero.....	44
1.7.1.1.	Ubicación.....	44
1.7.1.2.	Habitaciones del hospedaje.....	44
1.7.1.3.	Servicios complementarios	45
1.7.1.4.	Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	45
1.7.1.5.	Opinión de los usuarios	45
1.8.	Hotel Las Américas	48
1.8.1.	Servicio Hotelero.....	48
1.8.1.1.	Ubicación.....	48
1.8.1.2.	Habitaciones del hospedaje.....	49
1.8.1.3.	Servicios complementarios	49
1.8.1.4.	Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	49
1.8.1.5.	Opinión de los usuarios	50
1.8.2.	Redes sociales	50
1.8.2.1.	Medios de comunicación para promoción de los hoteles	50
1.8.2.2.	Tipos de redes sociales utilizadas	50
1.8.2.3.	Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	52
1.8.2.4.	Frecuencia de publicaciones en redes sociales	52
1.9.	Hotel Casa Blanca.....	52
1.9.1.	Servicio Hotelero.....	52
1.10.	Hotel El Clarín.	56
1.10.1.	Servicio Hotelero.....	56
1.10.1.1.	Ubicación.....	56
1.10.1.2.	Habitaciones del hospedaje.....	57
1.10.1.3.	Servicios complementarios	58
1.10.1.4.	Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	58
1.10.1.5.	Opinión de los usuarios	58
1.10.2.	Redes Sociales	58
1.10.2.1.	Medios de comunicación para promoción de los hoteles	58
1.10.2.2.	Tipos de redes sociales utilizadas	58

1.10.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	59
1.10.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales.....	59
1.11. Hotel Los Reyes.....	60
1.11.1. Servicio Hotelero.....	60
1.11.1.1. Ubicación.....	60
1.11.1.2. Habitaciones del hospedaje.....	60
1.11.1.3. Servicios complementarios.....	62
1.11.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento.....	62
1.11.1.5. Opinión de los usuarios.....	62
1.11.2. Redes sociales.....	62
1.11.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles.....	62
1.11.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas.....	62
1.11.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	64
1.11.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales.....	64
1.12. Hotel Cajamarca.....	64
1.12.1. Servicio Hotelero.....	64
1.12.1.1. Ubicación.....	64
1.12.1.2. Habitaciones del hospedaje.....	65
1.12.1.3. Servicios complementarios.....	66
1.12.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento.....	66
1.12.1.5. Opinión de los usuarios.....	66
1.12.2. Redes Sociales.....	66
1.12.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles.....	66
1.12.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas.....	66
1.12.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	68
1.12.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales.....	68
1.13. Hotel Sol de Belén.....	68
1.13.1. Servicio Hotelero.....	68
1.13.1.1. Ubicación.....	68
1.13.1.2. Habitaciones del hospedaje.....	69
1.13.1.3. Servicios complementarios.....	70
1.13.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento.....	70
1.13.1.5. Opinión de los usuarios.....	71

1.13.2. Redes sociales.....	71
1.13.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles.....	71
1.13.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas.....	71
1.13.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	73
1.13.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales.....	73
2. Descripción de los hoteles de 4 estrellas que brindan servicios en el centro histórico de Cajamarca y análisis del uso de sus redes sociales virtuales para promover sus servicios.	73
2.1. Hotel Costa del Sol	74
2.1.1. Servicio Hotelero.....	74
2.1.1.1. Ubicación.....	74
2.1.1.2. Habitaciones del hospedaje.....	75
2.1.1.3. Servicios complementarios.....	76
2.1.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	76
2.1.1.5. Opinión de los usuarios	76
2.1.2. Redes sociales	76
2.1.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles.....	76
2.1.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas	76
2.1.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	78
2.1.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales.....	78
2.2. Gran Hotel Continental	78
2.2.1. Servicio Hotelero.....	78
2.2.1.1. Ubicación.....	78
2.2.1.2. Habitaciones del hospedaje.....	79
2.2.1.3. Servicios complementarios.....	80
2.2.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento	80
2.2.1.5. Opinión de los usuarios	81
2.2.2. Redes sociales	81
2.2.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles.....	81
2.2.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas	82
2.2.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.....	83
2.2.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales.....	83
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	84
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	90
ANEXO N°01: Descripción estadística de los hoteles que brindan servicios.	95
ANEXO N°02: Análisis del uso de las redes sociales virtuales.....	98

ANEXO N°03: Mapa del Centro Histórico de Cajamarca.....	100
ANEXO N°04: Guión de la entrevista.	101
ANEXO N°05: Glosario de Términos.....	104
ANEXO N°06: Proyecto de Tesis.	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Listado de Hoteles de Tres Estrellas, Cajamarca, 2023.....	18
Tabla 2	Hotel Guisama Restaurante: Descripción de Habitaciones.....	20
Tabla 3	Hotel Guisama Restaurante: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	22
Tabla 4	Descripción de Habitaciones - Hotel Continental.....	20
Tabla 5	Hotel Continental: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	23
Tabla 6	Hotel El Portal del Marqués: Descripción de Habitaciones.....	25
Tabla 7	Hotel El Portal del Marqués: Descripción de Uso de Redes Sociales	27
Tabla 8	Hotel El Mirador del Inca: Descripción de Habitaciones	29
Tabla 9	Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales - Hotel El Mirador del Inca.....	31
Tabla 10	Hotel Retamas II: Descripción de Habitaciones.....	33
Tabla 11	Hotel Retamas II: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	35
Tabla 12	Hotel Prado: Descripción de Habitaciones.....	37
Tabla 13	Hotel Prado: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	39
Tabla 14	Hotel El Ronderito: Descripción de Habitaciones.....	41
Tabla 15	Hotel Ronderito: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	43
Tabla 16	Descripción de Habitaciones - Hotel Las Américas.....	45
Tabla 17	Hotel Las Américas: Descripción de uso de redes Sociales Virtuales	47
Tabla 18	Hotel Casa Blanca: Descripción de Habitaciones.....	49
Tabla 19	Hotel Casa Blanca: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	51
Tabla 20	Hotel El Clarín: Descripción de Habitaciones.....	57
Tabla 21	Hotel El Clarín. Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	55
Tabla 22	Hotel Los Reyes: Descripción de Habitaciones.....	57
Tabla 23	Hotel Los Reyes: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales.....	59
Tabla 24	Hotel Cajamarca: Descripción de Habitaciones.....	62
Tabla 25	Hotel Cajamarca: Descripción de Uso de Redes Sociales.....	67
Tabla 26	Descripción de Habitaciones – Hotel Sol de Belén.....	67
Tabla 27	Hotel Sol de Belén: Descripción de Uso de Redes Sociales	69
Tabla 28	Hoteles de 4 estrellas	70
Tabla 29	Hotel Costa del Sol: Descripción de Habitaciones	75
Tabla 30	Hotel Costa del Sol: Descripción de Uso de Redes Sociales.....	77
Tabla 31	Hotel Gran Continental: Descripción de Habitaciones.....	77
Tabla 32	Hotel Gran Continental: Descripción de Uso de Redes Sociales.....	82
Tabla 33	Capacidad de Alojamiento de Hoteles.....	95
Tabla 34	Servicios Complementarios de Hoteles de Cajamarca.....	96
Tabla 35	Servicios Incluidos en la Tarifa de Alojamiento.....	97
Tabla 36	Análisis del Uso de las Redes Sociales Virtuales.....	98
Tabla 37	Medios de Promoción a Través de Redes.....	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Hotel Guisama Restaurante.....	19
Figura 2 Hotel Continental.....	19
Figura 3 Hotel El Portal del Marqués.....	24
Figura 4 Hotel El Mirador del Inca.....	28
Figura 5 Hotel Retamas II.....	32
Figura 6 Hotel Prado.....	36
Figura 7 Hotel El Ronderito.....	40
Figura 8 Hotel Las Américas.....	44
Figura 9 Hotel CasaBlanca.....	48
Figura 10 Hotel El Clarín.....	52
Figura 11 Hotel Los Reyes.....	56
Figura 12 Hotel Cajamarca.....	60
Figura 13 Hotel Sol de Belén.....	66
Figura 14 Hotel Costa del Sol.....	71
Figura 15 Gran Hotel Continental.....	76
Figura 16 Mapa del Centro Histórico de Cajamarca.....	76

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad dar a conocer la manera en cómo los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de Cajamarca vienen haciendo uso de las redes sociales para promover sus servicios, cuáles son las más usadas y su importancia; de esta manera, los involucrados en el sector hotelero podrán disponer de información relevante para futuros proyectos de promoción y mejorar su oferta hotelera.

En tal sentido, de los 46 hoteles de tres estrellas y 2 de cuatro estrellas que hay en la ciudad de Cajamarca, se seleccionaron a 15 establecimientos de hospedaje del centro histórico, por estar en el espacio turístico más importante de nuestra ciudad, además, se encuentran registrados en el directorio de prestadores de servicios de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca (DIRCETUR) de acuerdo al artículo 11 del Reglamento Nacional de Establecimientos de Hospedaje y al artículo 30 de la ley 29408 “Ley General de Turismo”.

Para la obtención de datos se aplicó entrevistas a los gerentes, así mismo se analizó las redes sociales virtuales de cada una de ellas y se determinó la manera de como vienen usándolas para promover sus servicios.

Como resultado principal se puede confirmar que Facebook, WhatsApp e Instagram son las principales redes sociales utilizadas en el sector hotelero del centro histórico, sin embargo, no todos los hoteles aprovechan al máximo estas redes para impulsar sus servicios. También se puede corroborar que los servicios que ofrecen los establecimientos de hospedaje de tres y cuatro estrellas tienen similitud en el servicio hotelero que ofertan, y se diferencian por el tipo de categorización del hotel (tres y cuatro estrellas).

Palabras clave: hoteles, centro histórico, redes sociales virtuales.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to reveal the way in which three and four star hotels in the historic center of Cajamarca have been using social networks to promote their services, which are the most used and their importance; In this way, those involved in the hotel sector will be able to have relevant information for future promotion projects and improve their hotel offering.

In this sense, of the 46 three-star and 2 four-star hotels in the city of Cajamarca, 15 lodging establishments in the historic center were selected, for being in the most important tourist area of our city, in addition, they were are registered in the directory of service providers of the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism Cajamarca (DIRCETUR) in accordance with article 11 of the National Regulation of Lodging Establishments and article 30 of the law 29408 "General Tourism Law".

To obtain data, interviews were applied to the managers, the virtual social networks of each of them were also analyzed and the way in which they have been using them to promote their services was determined.

As a main result, it can be confirmed that Facebook, WhatsApp and Instagram are the main social networks used in the hotel sector of the historic center; however, not all hotels make the most of these networks to promote their services. It can also be confirmed that the services offered by three and four star lodging establishments are similar in the hotel service they offer, and are differentiated by the type of hotel categorization (three and four stars).

Keywords: *hotels, historic center, social networks.*

INTRODUCCIÓN

Planteamiento del problema.

El internet influye en la vida cotidiana de los ciudadanos a tal punto que es difícil ver a las personas estar desconectadas a dispositivos móviles con acceso a la red, ya que facilita la comunicación y el intercambio de información por la interactividad constante que se genera en la web. Esta poderosa herramienta de internet permite presentar un producto a un consumidor potencial en cualquier parte del mundo (Inieta & Díaz Bernardo, 2004). Asimismo, el desarrollo de las redes sociales en los últimos años ha ayudado a que las empresas lo vean como una manera muy eficaz de conocer a sus clientes, llegar a cada usuario y conocer sus necesidades; por esta razón el sector turístico ha notado el efecto del internet en los últimos años, ocasionando que tenga que renovarse y adaptarse a lo que comúnmente conocemos como la nueva era digital. Como resultado los hoteles han aumentado su participación en las redes sociales

Formulación del problema.

En la ciudad de Cajamarca según el directorio de prestadores de servicios de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) se ha registrado un total de 46 hoteles de tres estrellas y 2 hoteles de cuatro estrellas, de las cuales, centraremos nuestro estudio solo en la que se encuentran ubicadas dentro del centro histórico, por estar en el espacio turístico más importante de nuestra ciudad, y así poder conocer ¿de qué manera los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca hacen uso de las redes sociales para promover sus servicios?.

Objetivos.

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la manera en que los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca hacen uso de las redes sociales virtuales para promover sus servicios. Los objetivos específicos fueron describir a los servicios que brindan los hoteles de tres y cuatro estrellas, así como analizar el uso de las redes sociales virtuales.

Enfoque teórico.

El estudio de las redes sociales es uno de los campos de investigación más importante dentro de las ciencias sociales, existen un conjunto de teorías que explican la complejidad de los sistemas de la interacción humana. Desde el punto de vista sociológica la teoría de redes sociales según Lozares (1996) lo

determina como un grupo delimitado de actores, personas, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. enlazados unos a otros a través de una conexión o un conjunto de conexiones sociales. Celaya (2008) define que las redes sociales son lugares en la web donde se publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, desconocidos y conocidos. Por otro lado, Ponce (2017) confirma que una red social es una estructura social formada por personas o sujetos que están conectados por algún tipo de relación o interés común. Gracias a los teléfonos inteligentes podemos conectarnos a cualquier red social. En este sentido las empresas han adaptado nuevas formas de promocionar sus negocios, vender sus servicios y captar nuevos clientes con el marketing en redes sociales.

De acuerdo con Ortiz y Gonzales (2014), el sector turístico ha cambiado significativamente con el surgimiento del internet, debido a que propicia la alteración de las barreras de entrada en este sector, como minimización de costos, creación de nuevos canales de distribución y facilitación de la transparencia de precios y opiniones, lo cual permite incrementar la eficacia de la industria.

En el sector hotelero, las redes sociales se utilizan como herramientas de estrategia comercial. Son útiles especialmente para la promoción, la gestión comercial y la investigación. En ellas, las páginas de fans dan a los alojamientos hoteleros la oportunidad de promocionar sus marcas, sus productos y sus servicios y mostrarlos a una audiencia global (Leung et al. 2013).

Metodología.

Desde el aspecto metodológico, la investigación corresponde a un diseño no experimental de nivel descriptivo. Como técnica de investigación se utilizó la entrevista y la revisión documentaria. Para la entrevista, se utilizó como instrumento una guía de entrevista dirigida a los gerentes o administradores de los 13 hoteles de tres estrellas, así como a los 02 hoteles de cuatro estrellas del centro histórico de Cajamarca, como se ve en la tabla1; estas entrevistas tuvieron como finalidad consultar el tipo de servicio, qué redes sociales utilizan, la frecuencia de sus publicaciones en redes, si cuentan con community manager, etc. A través de la revisión documentaria se utilizó una ficha de observación para analizar las redes sociales de los hoteles de estudio, obteniendo información de cómo los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca hacen uso de las redes sociales virtuales para promover sus servicios.

El presente informe de investigación sigue el esquema y protocolo dado en el Programa Autofinanciado de Acompañamiento de Tesis, de la Facultad de Ciencias Sociales. El informe está dividido de la siguiente manera:

Una introducción donde se presenta, de manera resumida, aspectos relevantes del proyecto de investigación; como por ejemplo el problema de investigación, los objetivos, el enfoque teórico y la metodología.

Un capítulo denominado Resultados de la investigación; donde trataremos sobre el servicio hotelero y uso de las redes sociales virtuales década uno de los hoteles de tres y cuatro estrellas que brindan servicios en el centro histórico de Cajamarca. Este capítulo analiza a los 15 hoteles que se identificaron, de los cuales 13 son de categoría de tres estrellas y los 2 restantes pertenecen a la categoría de cuatro estrellas.

Además, en este único capítulo, se agrega la discusión de los alcances e interpretación teórica de los resultados de la investigación.

El informe acaba con las conclusiones y recomendaciones a las que llevó la investigación.

Finalmente, los resultados obtenidos aportan información acerca de las redes sociales utilizadas por los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de Cajamarca; hecho que traerá consigo el interés por parte tanto de los gerentes o administrativos de los hoteles de estudio e implementar las medidas necesarias para mejorar el uso y elaborar futuros proyectos de promoción para mejorar su oferta hotelera. Una de las limitaciones que se tuvo en esta investigación, fue que no todos los administradores o gerentes de los establecimientos nos atendieron personalmente, debido a diferentes motivos como viaje, reuniones y hora de trabajo, pero asignaron a otros representantes del hotel, como recepcionistas, para entrevistarlos. Para terminar, se debe dejar constancia que todos los aciertos y errores encontrados en la investigación es responsabilidad directa de las investigadoras.

Las autoras.

CAPÍTULO I

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el siguiente capítulo se presentan los datos obtenidos en el trabajo de campo, esta investigación consta de un capítulo que, para su mejor entendimiento, estos se exponen por establecimientos de hospedaje, donde se analizará el servicio hotelero que ofrecen de acuerdo a su categoría y también se analizará el uso de las redes sociales de cada uno de los establecimientos de hospedaje.

1. Descripción de los hoteles de 3 estrellas que brindan servicios en el centro histórico de Cajamarca y análisis del uso de sus redes sociales virtuales para promover sus servicios.

A continuación, se describirá los servicios que ofrecen los establecimientos de hospedaje de tres estrellas ubicados en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, así mismo se identificarán y analizarán las redes sociales virtuales usadas por cada una de ellas.

Tabla 1

Listado de Hoteles de Tres Estrellas, Cajamarca, 2023.

Hoteles de tres estrellas:	Razón Social	Cargo del Informante
Gran Hotel Guisama	Gran Hotel Guisama Restaurant EIRL.	Gerente.
Hotel Continental.	Llaque Cacho, Walter Napoleón.	Asistente.
El Portal del Marqués.	Consorcio El Portal Del Marques S.A.C.	coordinadora.
El Mirador del Inca.	Marín Bolaños Eber.	Administrador.
Retamas Hotel II.	Terrones Sáenz, Rocio Mardeli.	Propietaria.
Hotel Prado.	Prado Chonón, Giovanni.	Recepcionista.
Hotel Ronderito.	Carranza León, José Santos	Propietario.
Las Américas.	N.H. E.I.R. Ltda.	Recepcionista.
Hotel Casa Blanca.	Inversiones Balora S.A.C.	Recepcionista.
El Clarín.	Servicios Turísticos Clarín S.A.C.	Recepcionista.
Hotel los Reyes.	Hotelería & Turismo Los Reyes S.C.R.L.	Propietaria.
Hotel Cajamarca.	Hotel Cajamarca Tres Estrellas EIRL.	Administrador
Hotel Sol de Belén.	Hotel Sol de Belén EIRL.	Administrador

1.1. Hotel Guisama Restaurante.

1.1.1. Servicio Hotelero.

1.1.1.1. Ubicación.

Se encuentra ubicado en Jr. Amazonas 861 a dos cuadras y media de la Plaza de Armas de la ciudad.

Figura 1

Hotel Guisama Restaurante.



Nota: La figura 1 muestra la fachada del Hotel Guisama Restaurante, tomada en abril del 2024.

1.1.1.2. Habitaciones del hospedaje

Cuenta con amplias habitaciones, baño privado, tina con hidromasaje y jacuzzi. Tiene un total de 27 habitaciones con capacidad de 36 camas instaladas. Las habitaciones están distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 2

Hotel Guisama Restaurante: Descripción de Habitaciones

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simple	2	Cama queen, ducha española, pisos y ropero de madera.
Dobles	7	dos camas individuales de 1.5 plz, ducha española, pisos y roperos de madera
Matrimonial	10	Cama king, ducha española, pisos y roperos de madera.
Matrimoniales Familiares	2	Cuentan con una cama queen, dos camas individuales de 1.5 plz, televisor, Wifi y teléfono.
Superiores	4	Una cama king, además brinda una tina con hidromasajes, ducha española, pisos y roperos de madera
Junior Suite	2	Cama king, jacuzzi doble con hidromasajes, ducha tipo teléfono, pisos y roperos de madera, teléfono, televisor y Wifi.
TOTAL	27	

1.1.1.3. Servicios complementarios

Los servicios que ofrece son: restaurante, wi-fi, sala de reuniones, cochera, cámaras de seguridad, salones para eventos, servicio de coffe break, catering, decoración, animación, sonido, bar y tours turísticos.

1.1.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno americano, agua caliente, televisión por cable, wifi, cochera, limpieza a la habitación y sala de reuniones.

1.1.1.5. Opinión de los usuarios

Según Estefani Cardozo Sanabria, el 29 de julio de 2023, en la red social Facebook del hotel, realiza un comentario positivo de los servicios de este establecimiento y comentó lo siguiente: “Buen servicio, Conserje atento, buen room service, habitaciones tranquilas, suites grandes, habitaciones espaciaosas e instalaciones detallistas” (Hotel Guisama Restaurante, 2023).

1.1.2. Redes Sociales.

1.1.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

De acuerdo al gerente de este establecimiento Guillermo Sánchez Malaver, indica que, el hotel considera que las redes sociales permiten interactuar, fidelizar, captar clientes y la opinión de estos es el principal aspecto de relacionarse con ellos, es por ello que consideran que Facebook les permite llegar a su segmento de usuarios.

1.1.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 3

Hotel Guisama Restaurante: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales

Redes Sociales Virtuales	Redes en Uso	Descripción de Uso
Facebook	X	Creada el 4 de febrero del 2019, cuenta con 1,6 mil seguidores, a pesar de ser la red más utilizada, la frecuencia de sus publicaciones es escasa, en el año 2023 tiene una totalidad de 9 publicaciones y su contenido se basa en la información del hotel, promoción de sus servicios, lugares y actividades turísticas de la región. Tiene un enlace que lleva al correo, ubicación y otro al WhatsApp. Dispone de 31 opiniones con una calificación del 74% de aprobación por parte de sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Es utilizado principalmente para la comunicación directa con sus clientes, intermediario directo para la venta de sus servicios.
Instagram	X	Red utilizada desde enero del 2019, cuenta con 186 seguidores, tiene una totalidad de 20 publicaciones y gran parte de ellas fueron realizadas en el año que se creó la cuenta. Su contenido son videos grabados donde hace referencia al agradecimiento y recomendaciones de los clientes alojados en el hotel.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023.

- Como se observa en la tabla anterior, el hotel Guisama Restaurante solo usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social y cuenta con 1.6 mil seguidores; también usa WhatsApp, esta red le

permite tener más interacción entre el hotel y los clientes cuyo acceso se genera a través de un enlace de Facebook; en Instagram cuenta con 186 seguidores, tiene una totalidad de 20 publicaciones y gran parte de ellas fueron realizadas en el año que se creó la cuenta, la última fue publicada el 04 de marzo del 2022.

1.1.2.3. Contenido de las publicaciones en las redes sociales.

El contenido es principalmente para informar los servicios del hotel, además de publicitar las promociones de acuerdo a las temporadas.

1.1.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica información mensualmente sobre los servicios que ofrece en redes como Facebook.

1.2. Hotel Continental

1.2.1. Servicio Hotelero

1.2.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. Amazonas 760 a cuadra y media de la Plaza de Armas, es un hotel dirigido al turismo de negocios, cuyo mercado objetivo es un 90% corporativo. Es uno de los hoteles más antiguos de la ciudad que viene trabajando desde el año 1986.

Figura 2

Hotel Continental.



Nota: Figura 2 fachada del Hotel Continental, fotografía tomada en abril 2024.

1.2.1.2. Habitaciones del hospedaje

Cuenta con un total de 64 habitaciones con capacidad total de 93 camas instaladas, las habitaciones están distribuidas de acuerdo con la información de la tabla 3.

Tabla 4*Descripción de Habitaciones - Hotel Continental.*

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	19	Cama tamaño queen, TV de pantalla plana, minibar, wifi, artículos de aseo, Caja fuerte, cuarto de baño, Sofá, Bañera o ducha, Suelo de madera o parquet, Servicio de despertador / alarma.
Dobles	16	Dos camas de tamaño plaza y media, TV de pantalla plana, minibar, wifi, artículos de aseo, Caja fuerte, cuarto de baño, Sofá, Bañera o ducha, Suelo de madera o parquet, Servicio de despertador / alarma.
Matrimonial	18	Cama tamaño queen, TV de pantalla plana, minibar, wifi, artículos de aseo, Caja fuerte, cuarto de baño, Sofá, Bañera o ducha, Suelo de madera o parquet, Servicio de despertador / alarma.
Triples	2	Tiene tres camas tamaño queen, TV de pantalla plana, minibar, wifi, artículos de aseo, Caja fuerte, cuarto de baño, Sofá, Bañera o ducha, Suelo de madera o parquet, Servicio de despertador / alarma.
Cuádruples	4	Tiene cuatro camas tamaño queen, TV de pantalla plana, minibar, wifi, artículos de aseo, Caja fuerte, cuarto de baño, Sofá, Bañera o ducha, Suelo de madera o parquet, Servicio de despertador / alarma.
Suit	1	Cama tamaño king, TV de pantalla plana, minibar, wifi, artículos de aseo, Caja fuerte, cuarto de baño, Sofá, Bañera o ducha, Suelo de madera o parquet, Servicio de despertador / alarma.
Presidencial	4	Cama tamaño king, TV de pantalla plana, minibar, wifi, artículos de aseo, Caja fuerte, cuarto de baño, Sofá, Bañera o ducha, Suelo de madera o parquet, Servicio de despertador / alarma.
TOTAL	64	

1.2.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, Servicio a la habitación, bar, Wifi, lavandería, traslados al aeropuerto, cochera, habitaciones para no fumadores, sala de reuniones y salón de eventos;

1.2.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno buffet, traslado al aeropuerto, limpieza a la habitación, sala de reuniones, cochera, y servicio de despertador.

1.2.1.5. Opinión de los usuarios

Según el último comentario de la red social Facebook del Hotel Continental, el usuario César A. Revollar Zuluaga, comentó que tiene excelentes instalaciones, excelente atención y que sus habitaciones son A1. Este comentario fue realizado el 12 de septiembre del 2022 (Hotel Continental, 2022).

1.2.2. Redes Sociales

1.2.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

De acuerdo, al jefe de recursos humanos de este establecimiento, Salomón Becerra Alvarado, menciona que, las redes sociales les facilitan la comunicación con sus clientes debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios e interactuar con ellos, les permite también publicar los servicios que ofrecen y las promociones de acuerdo a la temporada en la que se encuentren, les ayuda a compartir contenido de este establecimiento. Es por ello que consideran que las redes de Facebook, Instagram y su página web les permite proporcionar información de los servicios que ofrecen.

1.2.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 3*Hotel Continental: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales*

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Su página se creó el 5 de junio del 2013, cuenta con 6,2 mil seguidores y una totalidad de 5,9 mil me gusta. La frecuencia de sus publicaciones no es constante, tiene una totalidad de 34 publicaciones en el año 2023, el contenido que muestra principalmente son los servicios del restaurante y del hotel. Los enlaces con los que cuentan son del correo, ubicación, página web, reserva y el número fijo del hotel. Posee 19 opiniones de sus clientes con una recomendación del 82%.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Utilizada para la comunicación directa con los clientes.
Instagram	X	Se unió en noviembre del 2022, pero sus publicaciones comenzaron en mayo del 2023. Cuenta con 198 seguidores, tiene 53 publicaciones y el contenido que muestran es sobre los servicios del hotel y restaurante.
TikTok	-	No tiene cuenta creada a pesar de que nos informaron que si la tenían.
TOTAL	3	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Continental usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social y cuenta con 6,2 mil seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes; no tiene cuenta creada en Tiktok; en Instagram cuenta con 198 seguidores y 53 publicaciones.

1.2.2.3. Contenido de las publicaciones en las redes sociales.

El contenido mayoritariamente permite informar las promociones con las que cuenta este establecimiento en las diferentes temporadas del año, así como la atención al cliente por las diferentes redes sociales les permite tener mayores reservas.

1.2.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica información a diario sobre los servicios y las promociones que ofrece en la red social de WhatsApp.

1.3. Hotel El Portal del Marqués

1.3.1. Servicio Hotelero.

1.3.1.1. Ubicación

Localizado en el Jr. El comercio 644 a cuadra y media de la Plaza de Armas, la infraestructura del hotel combina un estilo tradicional y moderno.

Figura 3

Hotel El Portal del Marqués.



Nota: Fachada del Hotel Portal de Marqués, fotografía tomada en abril 2024.

1.3.1.2. Habitaciones del hospedaje

Cuenta con un total de 41 habitaciones, con una capacidad total de 77 camas instaladas, las habitaciones están distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 6

Hotel El Portal del Marqués: Descripción de Habitaciones.

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simple	5	Cama dos plazas, artículos de tocador, televisión de pantalla plana, ropa de cama, servicio a la habitación, caja de seguridad, escritorio, teléfono y wifi.
Dobles	10	Dos camas individuales, artículos de tocador, televisión de pantalla plana, ropa de cama, servicio a la habitación, caja de seguridad, escritorio, teléfono, wifi.
Matrimonial	9	Una cama de dos plazas, artículos de tocador, televisión de pantalla plana, ropa de cama, servicio a la habitación, caja de seguridad, escritorio, teléfono y wifi.
Triplas	11	Cuenta con tres camas individuales, artículos de tocador, televisión de pantalla plana, ropa de cama, servicio a la habitación, caja de seguridad, escritorio, teléfono y wifi.
Cuádruples	4	Una cama dos plazas y dos individuales, artículos de tocador, televisión de pantalla plana, ropa de cama, servicio a la habitación, caja de seguridad, escritorio, teléfono y wifi.
Suit Junior	2	Una cama queen, bañera de hidromasajes, minibar, artículos de tocador, televisión de pantalla plana, ropa de cama, servicio a la habitación, caja de seguridad, escritorio, teléfono y wifi.
TOTAL	41	

1.3.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, bar, sala de conferencias, wifi, casino, traslado al aeropuerto, estacionamiento, lavandería, servicio de habitaciones (caja fuerte) e información turística.

1.3.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno buffet, TV por cable, caja fuerte, baño privado, teléfono, minibar y sala de estar.

1.3.1.5. Opinión de los usuarios

De los 54 comentarios encontrados en su red social Facebook, la usuaria Meni Nikita hace un buen comentario de los servicios de este establecimiento el 14 de mayo del 2023: “Excelente atención, 10 puntos, todo muy bueno. Regresaríamos sin duda”. Dejando claro que su estadía fue muy buena (El Portal Del Marqués, 2023).

1.3.2. Redes sociales

1.3.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

La coordinadora de recepción y reservas de este establecimiento de hospedaje, Sara Muñoz, indica que, las redes sociales le permiten interactuar con los clientes a través de sus publicaciones, es por ello que consideran que las redes sociales son muy importantes y eficaces debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios, para el establecimiento es importante contar con un personal capacitado que maneje sus redes sociales.

1.3.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 7

Hotel El Portal del Marqués: Descripción de Uso de Redes Sociales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Fue creada el 17 de diciembre de 2016, con 5,7 mil seguidores y 5,5 mil interacciones de me gusta, su frecuencia de publicaciones en el 2023 fue casi nula ya que cuenta con tan sólo una publicación en su página. El contenido que muestra en sus publicaciones es sobre los servicios del hotel, restaurante, promoción turística y convocatorias laborales. Los enlaces que presenta son del correo, página web, ubicación, reservas y número de celular. De las 156 opiniones realizadas por los clientes, posee una aprobación del 92%.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Utilizada para la comunicación directa con los clientes.
Instagram	X	Se unió en febrero del 2017, cuenta con un total de 1,052 seguidores, posee 44 publicaciones y su contenido es sobre los servicios y promociones del hotel, restaurante y atractivos turísticos de Cajamarca.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Portal del Marqués solo usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social, cuenta con 5.7 mil seguidores y 5.5 mil me gusta, en su página principal hay un enlace directo para reservas; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes; en Instagram cuenta con 1052 seguidores y tiene 44 publicaciones.

1.3.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido es mayormente para informar los servicios del hotel; además informan las promociones de las diferentes temporadas; también se usa para publicidad y para contratar nuevo personal.

1.3.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica información semanal sobre los servicios del hotel y promociones de las diferentes temporadas, así como publicidad y también publica para contratar nuevo personal.

1.4. Hotel El Mirador del Inca.

1.4.1. Servicio Hotelero.

1.4.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. La Mar 435. Se caracteriza por tener como mercado objetivo a los turistas.

Figura 4

Hotel El Mirador del Inca.



Nota: Fachada Hotel El Mirador del Inca, fotografía tomada en abril 2024

1.4.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 28 habitaciones alfombradas con baño privado que están distribuidas de la siguiente manera: 1 simple, 16 dobles, 3 triples, 5 matrimoniales, 2 suite y 1 junior suite - jacuzzi con camas supletorias. Todas las habitaciones son de dos tipos (estándar y superior) con una capacidad total de 50 camas instaladas. Ver Anexo N° 01: Tabla de servicios.

Tabla 8

Hotel El Mirador del Inca: Descripción de Habitaciones

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	1	Cama de dos plazas, televisor, Wifi, ropero de madera y teléfono.
Dobles	16	Una cama de dos plazas y una cama de plaza y media, teléfono, televisor y wifi.
Matrimonial	5	Cama de dos plazas, televisor, teléfono y wifi.
Triples	3	Cuentan con una cama de dos plazas y dos camas de plaza y media, televisor, teléfono y wifi.
Suite	2	Cama queen, televisor, jacuzzi, teléfono y wifi.
Suite Junior	1	Una cama queen, jacuzzi, frigobar, televisor, teléfono y wifi.
TOTAL	28	

Fuente: Elaboración propia (Anexo N°01: Descripción estadística de los hoteles que brindan servicios.

1.4.1.3. Servicios complementarios

Ofrece el servicio de servicio a la habitación, restaurante, bar, wifi, internet, custodia de equipaje, lavandería, cochera, caja de seguridad en la recepción, agencia de viajes y turismo (servicios de tours, guiado e información turística), traslados, alquiler de carros, servicio de taxi, confirmación de pasajes

(impresión de Boarding pass), auditorio, servicio de café y cámaras de seguridad.

1.4.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Habitaciones alfombradas, baño privado con agua fría y caliente, desayuno americano, TV por cable, teléfono, armario, escritorio, WiFi.

1.4.1.5. Opinión de los usuarios

En Facebook la usuaria Cristina Huamán Cabrera, el 27 de julio de 2022, recomienda los servicios del hotel El Mirador del Inca con el siguiente comentario: “hermoso, me encanto todo, la atención y los ambientes bien ordenados” (El Mirador del Inca , 2022).

1.4.2. Redes sociales

1.4.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

De acuerdo, al administrador de este establecimiento de hospedaje, Carlos Rodríguez, indica que, las redes sociales le permiten captar nuevos clientes y a la vez relacionarse con ellos, esto facilita que su establecimiento sea conocido, considera que las redes sociales son muy importantes y eficaces debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios.

1.4.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 9

Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales - Hotel El Mirador del Inca.

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Su página fue creada el 17 de febrero de 2016, posee 2,4 mil seguidores, la frecuencia de uso en el 2023 es mínima, con un total de 8 publicaciones. El contenido que transmiten es sobre sus instalaciones y servicios del hotel, promoción y difusión turística de los eventos y atractivos. Los enlaces que tiene son del correo, página web, ubicación y número telefónico. De las 44 opiniones tiene el 66% de recomendación por sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	Nos informaron que tenían cuenta en YouTube, sin embargo, no cuentan con un canal propio, los videos publicados del hotel se realizaron de otras cuentas.
WhatsApp	X	Utilizada para la comunicación directa con los clientes.
Instagram	X	Se unió en enero de 2021, posee 162 seguidores y 28 publicaciones, el contenido de sus publicaciones es sobre sus servicios del hotel, promoción de atractivos y actividades turísticas.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel El Mirador del Inca supuestamente utiliza cuatro redes sociales para promocionar sus servicios, sin embargo, en la red social YouTube no cuentan con un canal propio, todos los videos publicados promocionando su hotel pertenecen a otras cuentas; por otro lado Facebook es su principal red social y cuenta con 2.4 mil seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes cuyo acceso se genera a través de un enlace de Facebook; por ultimo en Instagram cuenta con 162 seguidores y 28 publicaciones.

1.4.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

Las publicaciones que realiza el establecimiento es mayormente información del hotel también lo utiliza para informar promociones de las diferentes temporadas del año y publicidad del hotel.

1.4.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica en sus redes información de los servicios del hotel, así como las promociones que oferta el establecimiento en las diferentes temporadas del año.

1.5. Hotel Retamas II

1.5.1. Servicio Hotelero.

1.5.1.1. Ubicación

Lo encontramos en el Jr. Horacio Urteaga 447. Su mercado objetivo son los turistas.

Figura 5

Hotel Retamas II



Nota: Fachada del Hotel Retamas II, fotografía tomada en junio del 2024.

1.5.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 22 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 5 simple, 12 matrimoniales, 1 triples, 2 cuádruples y 2 familiares. Con una capacidad total de 34 camas instaladas. Anexo N° 01: Tabla de servicios.

Tabla 10

Hotel Retamas II: Descripción de Habitaciones

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	5	Una cama de dos plazas, Wifi, Tv cable, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Matrimonial	12	Cama de dos plazas, Wifi, Tv cable, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Triples	1	Dos camas de dos plazas y una cama individual, wifi, Tv cable, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Cuádruples	2	Una cama de dos plazas y tres camas individuales, wifi, Tv cable, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Familiar	2	Cuentan con una cama de dos plazas y dos camas individuales, wifi, Tv cable, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
TOTAL	22	

1.5.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, Servicio de lavandería, Servicio de planchado, Plancha, Internet, wifi, Calefacción, Traslado aeropuerto y estacionamiento.

1.5.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento.

Desayuno, Wifi, Tv cable, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.

1.5.1.5. Opinión de los usuarios

Así como algunos hoteles tienen comentarios positivos hay otros que critican los servicios como es el caso del hotel Retamas donde la usuaria de Google Samantha Alvarez Gratelli en 2023 hizo el siguiente comentario: “Pésimo servicio, las señoras de limpieza y recepción entraron a nuestra habitación sin tocar y prácticamente nos botaron de la habitación, entraron al baño que lo estaba ocupando mi compañera. El servicio de desayuno malo, no dan lo que realmente ofrecen y nos maltrataron verbalmente. No recomendado” (Retamas Hotel II, 2023).

1.5.2. Redes Sociales

1.5.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

La propietaria Terrones Sáenz, Rocio Mardeli, menciona que las redes sociales le permiten que su establecimiento tenga mayor visibilidad en las redes, también facilita acceder a la información que se publican en las redes y la posibilidad de tener una mejor comunicación con los clientes, conocen sus opiniones y experiencia en la estadía, también usan su página web y agencias de viajes.

1.5.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 11*Hotel Retamas II: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales*

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Se unió el 28 de enero del 2013, tiene 4,2 mil seguidores, la frecuencia de publicaciones en el año 2023 fue un total de 35; es regular a comparación de los hoteles anteriores, El contenido que transmiten principalmente es sobre información turística sobre atractivos y eventos culturales de la ciudad. Los enlaces que encontramos son de la página web, ubicación y el correo. En su información no se encuentra activa las interacciones y recomendaciones de sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	X	Se unió en enero del 2023, tiene 25 seguidores y no cuenta con publicaciones.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Retamas II usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social, tiene 4,2 mil seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes; en Instagram cuenta con 25 seguidores y no tiene publicaciones.

1.5.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido es mayormente información de los servicios del hotel; así como información de las promociones que ofrece el establecimiento en las

diferentes temporadas del año y en especial lo usan para la publicidad de este establecimiento.

1.5.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica información semanal sobre los servicios y promociones que tiene en redes como Facebook y WhatsApp.

1.6. Hotel Prado

1.6.1. Servicio Hotelero.

1.6.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. La Mar 582, rodeada de toda la actividad comercial y muy cerca a los sitios de interés cultural y turístico de la ciudad. Se caracteriza por brindar sus servicios por más de 35 años en el rubro hotelero y de alimentación atendiendo a instituciones públicas y privadas.

Figura 6

Hotel Prado.



Nota: Fachada del Hotel Prado, fotografía tomada en junio del 2024.

1.6.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 50 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 10 simple, 3 dobles, 19 matrimoniales, 13 triples y 5 cuádruples. Con capacidad total de 104 camas instaladas. Ver Anexo N° 01: Tabla de servicios.

Tabla 12

Hotel Prado: Descripción de Habitaciones.

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	10	Con camas de dos plazas y de plaza y media, TV cable, wifi, cable, televisor, teléfono, escritorio, silla, ropero, baño y agua caliente.
Dobles	3	Dos camas individuales, wifi, cable, televisor, escritorio, silla, ropero, teléfono, baño, agua caliente y servicio a la habitación.
Matrimonial	19	Cama de dos plazas, wifi, televisor, cable, teléfono, escritorio, silla, ropero, baño, agua caliente y servicio a la habitación.
Triples	13	Cuentan con dos camas individuales y una cama de dos plazas, wifi, televisor, teléfono, calefacción, escritorio, silla, ropero baño, agua caliente y servicio a la habitación.
Cuádruples	5	Cuatro camas individuales, wifi, Tv cable, teléfono, escritorio, silla, ropero, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio a la habitación.
TOTAL	50	

1.6.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, mostrador de información turística y Wifi.

1.6.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Escritorio, Baño privado, agua caliente, Wifi, Tv cable, servicio de limpieza, ropa de cama, servicio a la habitación, mostrador de información turística, servicio de despertador y productos de tocador de cortesía.

1.6.1.5. Opinión de los usuarios

Según su página de Facebook del hotel la usuaria Saira Salazar Luna recomienda su estadía en el hotel (Hotel Prado, 2018).

1.6.2. Redes sociales

1.6.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

El recepcionista de este establecimiento, Jhonatan Cortegana Heras, menciona que las redes sociales le permiten promocionar a su establecimiento de hospedaje, así como captar nuevos clientes, y fidelizar a su segmento de usuarios.

1.6.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 4

Hotel Prado: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Página creada el 04 de julio del 2017, cuenta con 841 seguidores, su frecuencia de publicaciones en el año 2023 fue un total de 62, y el contenido que muestra es sobre información turística y servicios del hotel. En esta página encontramos enlaces que nos llevan al WhatsApp, número telefónico, página web, dirección y correo electrónico. Tiene dos opiniones, pero no cuenta con calificaciones en la página sobre el hotel y su servicio.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	X	Se unió en 13 de diciembre del 2018, tiene 140 seguidores y 11 publicaciones.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Prado solo usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social cuenta con 841 seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes cuyo acceso se genera a través de un enlace de Facebook; en Instagram tiene 140 seguidores y 11 publicaciones.

1.6.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido de sus publicaciones es mayormente información de los servicios que ofrece el establecimiento de hospedaje.

1.6.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica mensualmente información de los servicios que ofrece en redes como Facebook e Instagram.

1.7. Hotel El Ronderito

1.7.1. Servicio Hotelero.

1.7.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. Tarapacá 983, cuya apertura inicia desde el año 2013, expresa en su estructura estilo arquitectónico tradicional moderno y muestra la mixtura cajamarquina. Se encuentra rodeada de toda la actividad comercial.

Figura 7

Hotel El Ronderito.



Nota: Fachada Hotel El Ronderito, fotografía tomada en abril 2024.

1.7.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 27 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 8 dobles, 9 matrimoniales, 6 triples y 4 cuádruples. Con capacidad total de 59 camas instaladas.

Tabla 14

Hotel El Ronderito: Descripción de Habitaciones

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Dobles	8	Dos camas de dos plazas y de plaza y media, TV cable, wifi, ropero, mesa, silla, teléfono, agua caliente y lavandería.
Matrimonial	9	Una cama de dos plazas, TV cable, wifi, ropero, mesa, silla, agua caliente, lavandería y servicios a la habitación.
Triples	6	tres camas de plaza y media, TV cable, wifi, ropero, mesa, silla, agua caliente y lavandería.
Cuádruples	4	Cuatro camas de plaza y media, TV cable, wifi, ropero, mesa, silla, agua caliente, lavandería.
TOTAL	27	

1.7.1.3. Servicios complementarios

Restaurant, alquiler de camioneta, lavandería, salón de eventos, casino, servicio de taxi, mini gimnasio.

1.7.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno, TV cable, wifi, agua caliente, lavandería y servicio a la habitación.

1.7.1.5. Opinión de los usuarios

Para la usuaria Calderón Samame E. su experiencia con el servicio de este establecimiento de hospedaje no fue buena, realizó el siguiente comentario el 17 de diciembre del 2023: “Ha cambiado mucho el servicio, antes era mejor, en la actualidad se demoran en asear el cuarto, y se quedan con las cosas personales, se quedaron con algo personal, en el terrapuerto llame y supuestamente me enviaron en un taxi que nunca llegó, pésimo, no volveré a este hospedaje” (Hotel el Ronderito, 2023).

1.7.2. Redes sociales

1.7.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

A esta categoría, el propietario, José Carranza León, ha proporcionado la siguiente respuesta, el hotel considera que las redes sociales le permiten mantenerse activo, es por ello que consideran que las redes sociales son muy importantes y eficaces debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios y tener una comunicación más directa con sus potenciales clientes, tienen presencia en Facebook, Instagram y WhatsApp también hacen uso de las agencias de viajes.

1.7.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 5*Hotel Ronderito: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales*

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Su página fue creada el 13 de enero de 2016, posee 967 me gusta y 998 seguidores, la frecuencia de uso en el año 2023 fue de 18 publicaciones y su contenido básicamente es sobre información turística y servicios del hotel. Los enlaces que muestra son: dirección, celular, correo y sitio web. La recomendación del hotel es de un 92% de las 32 opiniones de sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	x	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	x	Se unió en febrero del 2022, cuenta con 56 seguidores y 6 publicaciones, el contenido de sus publicaciones es sobre los servicios del hotel.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel El Ronderito usa tres redes sociales como principales redes para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social cuenta con 998 seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes cuyo acceso se genera a través de un enlace de Facebook; En Instagram cuenta con 56 seguidores y 6 publicaciones.

1.7.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido de sus publicaciones es mayormente información del hotel; informar promociones; publicidad; contratar nuevo personal y atención al cliente.

1.7.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica en sus redes semanalmente sobre los servicios y promociones que ofrece el hotel.

1.8. Hotel Las Américas

1.8.1. Servicio Hotelero.

1.8.1.1. Ubicación

Situado en el Jr. Amazonas # 622 a cuadra y media de la Plaza de Armas, es un hotel con características modernas, contemporáneas y con ambientes tradicionales.

Figura 8

Hotel Las Américas.



Nota: Fachada Hotel Las Américas, fotografía tomada en abril 2024.

1.8.1.2. Habitaciones del hospedaje

Cuenta con un total de 45 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 19 simples, 12 dobles y 14 matrimoniales con una capacidad total de 57 camas instaladas.

Tabla 16

Descripción de Habitaciones - Hotel Las Américas.

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simple	19	Tv de alta definición con Directv, cortinas enrollables, secador de cabello, cama de dos plazas, servicio a la habitación y wifi.
Dobles	12	Camas de dos plazas, Tv de alta definición con Directv, cortinas enrollables, secador de cabello, cama de dos plazas, servicio a la habitación y wifi.
Matrimonial	14	Cama queen, Tv de alta definición con Directv, cortinas enrollables, secador de cabello, cama de dos plazas, servicio a la habitación y wifi.
TOTAL	45	

1.8.1.3. Servicios complementarios

Dentro de los servicios que brinda para complementar sus habitaciones ofrecen restaurante, catering, bar, cafetería, cochera privada, transporte al aeropuerto, gimnasio, servicio de planchado, llamadas telefónicas, servicio de delivery, TV digital Directv, secadora de cabello y sala de reuniones.

1.8.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno buffet, servicio a la habitación, secadora de cabello, resguardo de equipaje, wifi, Tv digital Directv, cochera y traslados al aeropuerto.

1.8.1.5. Opinión de los usuarios

El usuario de Facebook Lc Rodriguez Levano, realizó el siguiente comentario el 22 de febrero del 2023: “Lo recomiendo al 100%, el ambiente con acabados de primera, el desayuno excelente y variado por día, la habitación muy cómoda y siempre limpio, personal muy atento y amable. Mi familia muy a gusto; el mejor hotel de Cajamarca” (Las Américas Hotel, 2023).

1.8.2. Redes sociales

1.8.2.1. *Medios de comunicación para promoción de los hoteles*

A esta categoría, la entrevistada, ha proporcionado la siguiente respuesta, el hotel considera que las redes sociales son muy importantes y eficaces debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios.

1.8.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 17

Hotel Las Américas: Descripción de uso de redes Sociales Virtuales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Su página fue creada el 23 de marzo de 2016, tiene 761 me gusta y 809 seguidores, la frecuencia de uso en el año 2023 fue de 18 publicaciones de las cuales estaban enfocadas en mostrar el servicio del hotel, información turística y promociones usando partidos de futbol para vender sus servicios. Encontramos enlaces de la ubicación, celular, correo electrónico, sitio web y WhatsApp. Tiene una aprobación del 72% de 68 opiniones de sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	-	
TikTok	-	
TOTAL	2	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Las Américas usa dos redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social y cuenta con 809 seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes.

1.8.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido de sus publicaciones es mayormente información del hotel; también lo usan para informar promociones y publicidad.

1.8.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica información de los servicios del hotel mensual, usa la red de Facebook.

1.9. Hotel Casa Blanca

1.9.1. Servicio Hotelero.

1.9.1.1. Ubicación

Lo encontramos en el Jr. Dos de mayo 446, en plena Plaza de Armas, rodeada de todo el encanto cultural y turístico de la ciudad como Cuarto de Rescate, las iglesias San Francisco, la Catedral y el mirador Santa Apolonia.

Figura 9

Hotel Casa Blanca.



Nota: Fachada del Hotel Casa Blanca, fotografía tomada en abril del 2024

1.9.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 19 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 5 simple, 6 dobles, 6 matrimoniales, 1 triples y 1 suite. Con capacidad total de 38 camas instaladas.

Tabla 18

Hotel Casa Blanca: Descripción de Habitaciones.

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	5	Camas de 2 plazas, wifi, televisor, cable, baño, agua caliente y servicio a la habitación.
Dobles	6	Cuentan con dos camas individuales, wifi, televisor, baño, agua caliente y servicio a la habitación.
Matrimonial	6	camas de 2 plazas, wifi, televisor, cable, baño, agua caliente y servicio a la habitación.
Triples	1	Dos camas individuales y una cama doble extragrande, wifi, televisor, baño, agua caliente y servicio a la habitación.
suite	1	Cama King, wifi, televisor, cable, baño, agua caliente y servicio a la habitación.
TOTAL	19	

1.9.1.3. Servicios complementarios

Restaurant, sala de juegos con máquinas tragamonedas, wifi, lavandería, planchado.

1.9.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno continental, TV por cable, baño privado con artículos de aseo, internet, wifi, agua fría y caliente, minibar, bebidas calientes gratuitas.

1.9.1.5. Opinión de los usuarios.

La usuaria de Google Malena Gabriela Pérez Villenas, realizó el siguiente comentario en el año 2022: “El lugar es muy bonito y todos son muy amables. El desayuno básico pero muy rico. Las habitaciones limpias. La infraestructura es antigua, pero la hace especial. Todo me gustó mucho” (Hotel Casablanca, 2022).

1.9.2. Redes Sociales

1.9.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

Para la administradora de este establecimiento Laura Rojas Rubio, las redes sociales son medios que facilitan la comunicación con sus clientes son tan importantes y eficaces debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios, redes como WhatsApp y Facebook le permiten tener mayor alcance.

1.9.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 19

Hotel Casa Blanca: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Página creada el 31 de diciembre de 2011, cuenta con un total de 1,4 mil me gusta y 1,5 mil seguidores. En el año 2023 tuvo tan solo 4 publicaciones y la información publicada fue sobre servicios del hotel y promoción turística. Posee los siguientes enlaces: ubicación, celular, correo electrónico y sitio web. Muestra una aprobación del 70% de las 12 opiniones de los clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	-	
TikTok	-	
TOTAL	2	

Fuente: Ficha de observación de redes virtuales, abril 2023.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Casablanca usa dos redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social cuenta con 1,5 mil seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes; también hace uso de la plataforma de reservas Booking, el cual le permite al hotel ser comercializado y valorado por los clientes en base a sus comentarios ya sea positivos o negativos, cuenta con 247 comentarios.

1.9.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido es mayormente es publicidad del establecimiento de hospedaje y también lo usan para contratar nuevo personal.

1.9.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica información de los servicios del hotel de mensual en redes como Facebook.

1.10. Hotel El Clarín¹.

1.10.1. Servicio Hotelero.

1.10.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. Amazonas 1017, Es un hotel que combina el estilo tradicional de Cajamarca. Actualmente tiene otro nombre comercial: Hotel Copacabana.

Figura 10

Hotel El Clarín.



Nota: Recepción del Hotel El Clarín, tomado de (Facebook, Hotel Clarín (fotografía), 2023).

¹ En el trabajo de campo que se realizó en mayo del 2023, el Hotel El Clarín aún conservaba su nombre comercial, sin embargo, actualmente este establecimiento de hospedaje se llama Hotel Copacabana, ha cambiado de nombre y de dueño en setiembre del 2023, su administrador es el señor Joel Aguilar Bueno.

1.10.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 21 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 11 simples, 4 dobles, 3 matrimoniales, 3 triples y 1 suite. Con capacidad total de 34 camas instaladas.

Tabla 20

Hotel El Clarín: Descripción de Habitaciones

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simple	11	Cama doble, artículos de tocador, ropa de cama, Tv de 24 pulgadas, Tv por cable, wifi, servicio a la habitación, escritorio, teléfono, caja de seguridad, servicio nocturno de cortesía.
Doble	4	Algunas cuentan con dos camas individuales, otras cuentan con una cama doble, artículos de tocador, ropa de cama, Tv de 24 pulgadas, Tv por cable, wifi, servicio a la habitación, escritorio, teléfono, caja de seguridad, servicio nocturno de cortesía.
Matrimonial	3	Cama doble, artículos de tocador, ropa de cama, Tv de 24 pulgadas, Tv por cable, wifi, servicio a la habitación, escritorio, teléfono, caja de seguridad, servicio nocturno de cortesía.
Triple	3	Cuenta con tres camas individuales, artículos de tocador, ropa de cama, Tv de 24 pulgadas, Tv por cable, wifi, servicio a la habitación, escritorio, teléfono, caja de seguridad, servicio nocturno de cortesía.
Suite	1	Cama King, artículos de tocador, ropa de cama, Tv de 24 pulgadas, Tv por cable, wifi, servicio a la habitación, escritorio, teléfono, caja de seguridad, servicio nocturno de cortesía.
TOTAL	21	

1.10.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, bar, cochera, internet, lavandería, servicio de limpieza, servicio a la habitación, centro de conferencias, traslado desde/hacia el aeropuerto, asistencia turística y para compra de entradas.

1.10.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno buffet, wifi, traslado al aeropuerto.

1.10.1.5. Opinión de los usuarios

El hotel no cuenta con comentarios en su red social.

1.10.2. Redes Sociales

1.10.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

El administrador y gerente Cesar Paredes Días de este establecimiento, menciona que las redes sociales le permiten interactuar con los clientes y publicitar a su hotel a través de sus publicaciones en redes son más conocidos.

1.10.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 21

Hotel El Clarín. Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Se unió el 18 de junio de 2012, cuenta con 260 me gusta y 300 seguidores, las publicaciones en el 2023 fueron en total 7 y el contenido publicado es sobre los servicios del hotel. Posee los siguientes enlaces: ubicación, número de celular y correo electrónico. Su página tiene dos opiniones, pero no cuenta con calificaciones.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	-	
TikTok	-	
TOTAL	2	

Fuente: *Ídem.*

- Como se observa en la figura anterior, el Hotel El Clarín usa dos redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social cuenta con 260 me gusta y 300 seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes.

1.10.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

Sus publicaciones son mayoritariamente información de los servicios que oferta el hotel, esto también le permite informar promociones y publicidad de este establecimiento.

1.10.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica semanal información de los servicios y promociones del hotel.

1.11. Hotel Los Reyes.

1.11.1. Servicio Hotelero.

1.11.1.1. Ubicación

Localizado en el Jr. Amalia Puga 418, a dos cuadras de la Plaza de Armas, rodeada de todas las edificaciones del centro histórico de la ciudad.

Figura 11

Hotel Los Reyes



Nota: Fachada Hotel Los Reyes, fotografía tomada en mayo del 2024.

1.11.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 24 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 9 simple, 3 dobles, 7 matrimoniales, 4 triples y 1 cuádruple. Con capacidad total de 35 camas instaladas.

Tabla 22*Hotel Los Reyes: Descripción de Habitaciones.*

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	9	Cama individual, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Dobles	3	Dos camas individuales y otras cuentan con cama doble, wifi, tv cable, televisor, teléfono, escritorio, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Matrimonial	7	Una cama doble, wifi, tv cable, televisor, brigobar, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Triples	4	Una cama individual y una cama doble, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Cuádruples	1	Cuenta con cuatro camas individuales, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
TOTAL	24	

***Fuente:** Ídem.*

1.11.1.3. Servicios complementarios

Restaurant, conserjería, información turística, traslado al aeropuerto, servicio a la habitación, wifi,

1.11.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno continental, Tv cable, artículos de aseo, servicio a la habitación, wifi.

1.11.1.5. Opinión de los usuarios

El usuario de Booking Gabriel; realizó el siguiente comentario: “El trato del personal excelente, en todo momento están atentos a las necesidades de los clientes, la ubicación es perfecta.” Para Liz de nacionalidad peruana “El tamaño del cuarto estaba bien y tenía frigobar que ayuda mucho para quienes compramos alimentos de la zona para llevar de recuerdo, muy limpio y el desayuno tipo buffet estaba rico y tenía más...” (Hotel los Reyes, 2023).

1.11.2. Redes sociales

1.11.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

De acuerdo con la dueña de este establecimiento, Esther Eugenia Negrón de Cieza, considera que, las redes sociales son muy importantes, en la actualidad permite que su establecimiento sea conocido en estos medios y a la vez le permite llegar a su segmento de clientes. Usan redes como WhatsApp y Facebook, también hacen uso de la plataforma de reservas Booking.

1.11.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 23

Hotel Los Reyes: Descripción de Uso de Redes Sociales Virtuales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Página creada el 20 de septiembre del 2017; cuenta con 1,3 mil me gusta y 1,4 mil seguidores, en el año 2023 tiene un total de 84 publicaciones y el contenido que muestran es sobre servicios y promociones del hotel, información turística de los atractivos y eventos culturales, convocatorias laborales, noticias turísticas y publicaciones sobre palabras quechuas y sus significados. Cuenta con los siguientes enlaces: ubicación, número telefónico, correo electrónico, sitio web y WhatsApp. En su información no se encuentra activa las interacciones y recomendaciones de sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	-	
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ídem.

- Como se observa en la tabla anterior, Los Reyes Hotel solo usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social, cuenta con 1,4 mil seguidores y 1,3 mil me gusta; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes cuyo acceso se da desde la página principal de Facebook; también hacen uso de Booking, es una plataforma de reservas, cuenta con 118 comentarios y una puntuación de 7,5.

1.11.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido es mayormente para informar las promociones que tiene el hotel en cada una de las temporadas del año, también publican para contratar nuevo personal.

1.11.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

La frecuencia de estas publicaciones es semanal en redes como Facebook.

1.12. Hotel Cajamarca.

1.12.1. Servicio Hotelero.

1.12.1.1. Ubicación

Situado en el Jr. Dos de Mayo 311, a media cuadra de la Plaza de Armas, su infraestructura conserva el patrimonio histórico de la ciudad, se encuentra cerca a los sitios de interés cultural y turístico.

Figura 12

Hotel Cajamarca.



Nota: Fachada Hotel Cajamarca, tomado de (Facebook, Hotel Cajamarca (fotografía), 2023).

1.12.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 33 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 1 simple, 12 dobles, 11 matrimoniales, 6 triples, 2 cuádruples y 1 suite. Con capacidad total de 65 camas instaladas. Ver Anexo N° 01: Tabla de servicios.

Tabla 6

Hotel Cajamarca: Descripción de Habitaciones.

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	1	Cama doble, wifi, tv pantalla plana, artículos de aseo, ropa de cama, escritorio, utensilios de planchado, servicios de despertador/alarma.
Dobles	12	Algunas cuentan con 1 cama individual y una doble, otras cuentan con una cama doble, wifi, tv pantalla plana, artículos de aseo, ropa de cama, escritorio, utensilios de planchado, servicios de despertador/alarma.
Matrimonial	11	Con camas de 2 plazas, wifi, tv pantalla plana, artículos de aseo, ropa de cama, escritorio, utensilios de planchado, servicios de despertador/alarma.
Triples	6	Tres camas individuales, wifi, tv pantalla plana, artículos de aseo, sofá, ropa de cama, escritorio, utensilios de planchado, servicios de despertador/alarma.
Cuádruples	2	Cuatro camas dobles, wifi, tv pantalla plana, artículos de aseo, sofá, ropa de cama, escritorio, utensilios de planchado, servicios de despertador/alarma.
Suit	1	Cama doble extragrande, minibar, sofá cama, wifi, tv pantalla plana, artículos de aseo, ropa de cama, escritorio, utensilios de planchado, servicios de despertador/alarma.
TOTAL	33	

1.12.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, terraza, bar, Wifi, traslado al aeropuerto, servicio de habitaciones, cochera y lavandería.

1.12.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno buffet, wifi, servicio a la habitación.

1.12.1.5. Opinión de los usuarios

El usuario de Booking Ana de Perú menciona: “La bulla de la peña/ discoteca no nos permitió pasar las noches con descanso, el servicio y atención buenos” (Hotel Cajamarca, 2022).

1.12.2. Redes Sociales

1.12.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

De acuerdo con el administrador, Juan Carlos Rojas de este establecimiento, menciona que, las redes sociales son muy importantes en su establecimiento debido que les permite promocionar y publicar información del hotel. Las redes que más usan son Facebook, Tiktok, Instagram y WhatsApp.

1.12.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 25

Hotel Cajamarca: Descripción de Uso de Redes Sociales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Se unió el 19 de junio de 2012, tiene 5,2 mil seguidores y 1,3 mil me gusta, las publicaciones en el 2023 fueron en total 73 y el contenido publicado se basa en la información del hotel, promoción de los servicios. Tiene enlaces que lleva al correo, sitio web y número de celular. En su información no se encuentra activa las interacciones y recomendaciones con sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	No cuentan con un canal propio en youtube, pero si tienen videos publicados promocionando sus instalaciones por otros suscriptores en la red social. Su video cuenta con 5.1 k de visualizaciones video publicado hace 6 años.
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	X	Se unió en mayo 2017, Tiene 582 seguidores y 63 publicaciones, presenta un enlace en su página principal a su página web, el contenido de sus publicaciones es sobre los servicios e instalaciones del hotel, promociones que ofrecen por temporadas, convocatorias laborales e información turística.
TikTok	X	La cuenta tiene 889 seguidores y 19 publicaciones, el contenido que muestran es básicamente sobre convocatorias de personal y servicios, promociones e instalaciones del hotel.
TOTAL	4	

Fuente: Ídem.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Cajamarca usa cuatro redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social cuenta con 5,2 mil seguidores; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes; en Tiktok cuenta con 889 seguidores y 19 videos publicados; en Instagram cuenta con 582 seguidores y 63 publicaciones presenta un enlace en su página principal a su página web y

finalmente en YouTube encontramos un video con 5.1 k de visualizaciones video publicado hace 6 años por otro suscriptor.

1.12.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido es mayormente para informar las promociones que oferta durante todo el año, a la vez información de la publicidad del hotel, así como información para contratar nuevo personal.

1.12.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica información semanal y mensual información de los servicios del hotel en redes como Facebook.

1.13. Hotel Sol de Belén.

1.13.1. Servicio Hotelero.

1.13.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. Belén 636 a una cuadra y media de la Plaza de Armas, tiene un diseño de estilo colonial pero su equipamiento e instalaciones son modernas. Situado cerca a los sitios de interés cultural y turístico de la ciudad como el conjunto Belén, Plaza de Armas, Santa Apolonia, Cuarto del Rescate, etc.

Figura 13

Hotel Sol de Belén.



Nota: Fachada Hotel Sol de Belén, obtenido de (maps, 2023)

1.13.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 28 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 5 simple, 8 dobles, 9 matrimoniales, 4 triples y 2 cuádruples. Con capacidad total de 50 camas instaladas.

Tabla 26*Descripción de Habitaciones – Hotel Sol de Belén.*

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	5	Equipada con una cama de dos plazas, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Dobles	8	Dos camas individuales, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Matrimonial	9	Una cama de dos plazas, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Triples	4	Una cama doble y una cama individual, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
Cuádruples	2	Cuatro camas individuales de plaza y media, wifi, tv cable, televisor, teléfono, baño privado, agua caliente y servicio de limpieza diario.
TOTAL	28	

1.13.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, coffe bar, internet, salón de auditorios, cochera, gimnasio, lavandería, wifi, transporte al aeropuerto, servicio de taxi, servicio de despertador, centro de negocios con acceso a internet, eventos corporativos y catering.

1.13.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno buffet, wifi, tv con cable, escritorio, servicio a la habitación, caja fuerte, cochera, gimnasio, secadora de cabello y una pequeña cocina.

1.13.1.5. Opinión de los usuarios

Según Yovana Carbajal, usuaria de Facebook del hotel Sol de Belén, el 7 de junio del 2022 comentó lo siguiente: “Está muy bien ubicado, la atención excelente, muy amables, el desayuno delicioso, las habitaciones súper limpias y muy acogedoras, súper recomendado, definitivamente regresaré” (Hotel Sol de Belen, 2022).

1.13.2. Redes sociales

1.13.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

Para el gerente de este establecimiento, José Rojas, las redes sociales son muy importantes, en la actualidad se han convertido en una herramienta muy útil para promocionar un negocio debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios. Las redes usadas son Facebook, Instagram, WhatsApp, Tv y boletines.

1.13.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 7

Hotel Sol de Belén: Descripción de Uso de Redes Sociales

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Se unió el 9 de marzo de 2013, tiene 3,3 seguidores y 3,1 me gusta, la frecuencia de uso es semanal, en el año 2023 tuvieron 161 publicaciones de las cuales muestran el servicio del hotel, información de atractivos y eventos turísticos, gastronomía, convocatorias laborales y promociones por temporadas para vender sus servicios. Encontramos enlaces de la ubicación, celular, correo electrónico, sitio web y WhatsApp. Tiene una aprobación del 84% de 30 opiniones de sus clientes.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	X	Se unió en septiembre de 2016, cuenta con un total de 1,002 seguidores, posee 320 publicaciones y su contenido es sobre los servicios, instalaciones y promociones del hotel de acuerdo a temporadas, eventos culturales y atractivos turísticos de Cajamarca, días festivos, gastronomía y medio ambiente., tiene enlaces que te llevan a la página web y muestran su ubicación en Google maps.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: Ídem.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Sol de Belén usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social tiene 3,3 seguidores y 3,1 me gusta; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel y los clientes cuyo acceso se encuentra en la página principal de Facebook; en Instagram tiene 1,002 seguidores y 320 publicaciones.

1.13.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido de sus publicaciones generalmente es para informar los datos, ubicación y servicios con los que cuenta el hotel, además permite informar promociones de las diferentes temporadas del año, así como facilita la publicidad del establecimiento en él también se publica avisos para contratar nuevo personal.

1.13.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica semanal información de los servicios y promociones que brinda el hotel en la red de Facebook.

2. Descripción de los hoteles de 4 estrellas que brindan servicios en el centro histórico de Cajamarca y análisis del uso de sus redes sociales virtuales para promover sus servicios.

A continuación, se describirá los servicios que ofrecen los establecimientos de hospedaje de cuatro estrellas ubicados en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca, así mismo se identificarán y analizarán las redes sociales virtuales usadas por cada una de ellas.

Tabla 28

Hoteles de 4 estrellas.

Hoteles de cuatro estrellas:	Razón Social	Cargo del Informante
Hotel Costa del Sol	Hotel Costa del Sol Wyudhay Cajamarca	Gerente.
Gran Hotel Continental.	Llaque Cacho Walter Napoleón	Asistente

2.1. Hotel Costa del Sol

2.1.1. Servicio Hotelero.

2.1.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. Cruz de piedra 707, en plena Plaza de Armas de la ciudad de Cajamarca. Sus instalaciones del hotel fueron edificadas sobre una antigua casona de la familia Santolaya, su infraestructura es moderna, pero a la vez está decorada con motivos andinos de la cultura Cajamarca. Cabe recalcar que es el único hotel en Cajamarca que pertenece a la cadena de hoteles Wyudhay la cual lleva más de 27 años ofreciendo sus servicios de alojamiento en diferentes ciudades del Perú.

Figura 14

Hotel Costa del Sol.



Nota: Recepción Hotel Costa del Sol Cajamarca, tomado de (Booking, 2023)

2.1.1.2. Habitaciones del hospedaje

Ofrece 71 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 18 dobles, 41 matrimoniales, 4 triples, 2 suite familiar, 2 junior suite y 4 gran suite premium. Con capacidad total de 101 camas instaladas. Cuenta con dos habitaciones dog friendly.

Tabla 29

Hotel Costa del Sol: Descripción de Habitaciones

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Dobles	18	Dos camas Full Size, TV con cable de 32", Wifi, escritorio, un exceso, plancha, planchador, secadora, amplio closet, servicio a la habitación, caja fuerte, alarma, amenities especiales, minibar y tina
Matrimonial	41	Una cama Queen, TV con cable de 32", Wifi de alta velocidad, escritorio, un resistente, plancha, planchador, secadora, amplio closet, servicio a la habitación, caja fuerte, alarma, amenities especiales, minibar, tina. La habitación superior matrimonial se diferencia por el tipo de cama tamaño King
Triples	4	Una cama Full Size, 2 twin, TV con cable de 32", Wifi, escritorio, un exceso, plancha, planchador, secadora, amplio closet, servicio a la habitación, caja fuerte, alarma, amenities especiales, minibar y tina
Suit Junior	2	Una cama King, TV con cable de 36", Wifi, escritorio, una hipertensión, maleta, plancha, planchador, secadora, amplio closet, servicio a la habitación, caja fuerte, alarma, amenities especiales, frigobar, jacuzzi, batas de baño y pantuflas.
Suit Familiar	2	Una cama King, TV, cable de 36", Wifi, escritorio, una hipertensión, maleta, plancha, planchador, secadora, amplio closet, servicio a la habitación, caja fuerte, alarma, amenities especiales, frigobar, jacuzzi, batas de baño y pantuflas.

Suit Premium	4	Una cama King, TV con cable de 36", Wifi, escritorio, un deterioro, maleta, plancha, planchador, secadora, amplio closet, servicio a la habitación, caja fuerte, alarma, amenities especiales, minibar, jacuzzi, batas de baño y pantuflas
TOTAL	71	

2.1.1.3. Servicios complementarios

Cuentan con calefacción, restaurante, bar, sala de eventos, spa, gimnasio, casino, cochera, piscina, cafetera en las habitaciones, Traslado al aeropuerto – Hotel.

2.1.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Desayuno buffet, piscina, room service, gimnasio, cochera, despertador, amenidades para el baño, bañera, Televisión por cable, Teléfono, Internet, Colina baja, secador de pelo, servicio de plancha, Minibar, detectores de humo y tetera/cafetera en todas las habitaciones.

2.1.1.5. Opinión de los usuarios

Para el usuario de Facebook Cesar Calderon su experiencia en el hotel Costa del sol fue: "10 de 10 agradables instalaciones y confortables habitaciones y la comida ni hablar excelente y la atención de primera paz tranquilidad y seguridad en un sólo lugar recomendable" (Hoteles Costa del Sol, 2023).

2.1.2. Redes sociales

2.1.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

Para el gerente de este establecimiento, Aitor Apaolaza Soberón, las redes sociales son muy importantes debido a que facilita a que su establecimiento sea reconocido y encontrado en las diferentes plataformas más usadas por los usuarios.

2.1.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 30

Hotel Costa del Sol: Descripción de Uso de Redes Sociales.

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Su página fue creada el 29 de julio de 2011, tiene 163 mil me gusta y 168 mil seguidores, la frecuencia de uso es diaria, pertenece a la cadena de hoteles Wyndhan, el contenido de las publicaciones es sobre el servicios e instalaciones de los hoteles en los diferentes departamentos del Perú, información de atractivos y eventos turísticos, gastronomía y promociones por temporadas para vender sus servicios. Encontramos enlaces de un teléfono general, correo electrónico y sitio web. Tiene una aprobación del 80% de 1554 opiniones de sus clientes.
Twitter	X	Se unió en diciembre del 2012, tiene 3,711 seguidores, sus publicaciones no son frecuentes, en el 2023 tuvo 6 publicaciones.
LinkedIn	X	Cuenta con 17,644 seguidores, esta red es utilizada para las convocatorias laborales y contratación de personal a nivel de todas sus sedes.
YouTube	X	Se unió el 25 de mayo de 2010, cuenta con 583 suscriptores, 75 videos publicados con un total de 1,194,494 vistas, tiene vínculos que nos llevan directo a su página web, Facebook, Instagram, twitter y LinkedIn.
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	X	Se unió en mayo de 2013, cuenta con un total de 52 mil seguidores, tiene 2057 publicaciones y su contenido es sobre los servicios e instalaciones de los hoteles en los diferentes departamentos del Perú, información de atractivos y eventos turísticos, gastronomía y promociones por temporadas para vender sus servicios, tiene enlaces que te llevan a la página web.
TikTok	X	La cuenta tiene 4187 seguidores y 8694 me gusta, el contenido que muestran es sobre los servicios e instalaciones de los hoteles en los diferentes departamentos del Perú, información de atractivos, eventos turísticos, actividades, gastronomía y promociones por temporadas para vender sus servicios.
TOTAL	7	

Fuente: Ídem.

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel Costa del Sol usa seis redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social y cuenta con 163 mil me gusta y 168 mil seguidores, presenta un enlace directo hacia su página web, que permite realizar una reservación en sus instalaciones; también usa WhatsApp, esta red permite tener más interacción entre el hotel y los clientes cuyo acceso se genera a través de un enlace de Facebook; también usa tiktok tiene 4187 seguidores y 8694 me gusta; en Instagram cuenta con un total de 52 mil seguidores, tiene 2057 publicaciones; en YouTube se encuentra un enlace directo a Booking que permite realizar una reservación, su última publicación fue hace una año tiene 1444 comentarios y una puntuación de 8,8 en su escala de valoración por los usuarios.

2.1.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido es mayoritariamente para informar los servicios del hotel, también para informar las diferentes promociones que se han programado durante el año, para publicidad del establecimiento, también publican para contratar nuevo personal y es fundamental la atención al cliente mediante enlaces en las diferentes plataformas virtuales.

2.1.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica a diario en la red social de WhatsApp información de los servicios y promociones del hotel.

2.2. Gran Hotel Continental

2.2.1. Servicio Hotelero.

2.2.1.1. Ubicación

Ubicado en el Jr. Amazonas 781, a cuadra y media de la Plaza de Armas, viene operando desde el 10 de Julio del 2004, su público receptivo principalmente son los viajeros de negocios, está cerca a los sitios de interés cultural y turístico de la ciudad.

Figura 15

Gran Hotel Continental



Nota: Recepción Gran Hotel Continental, tomado de (Continental, 2023)

2.2.1.2. Habitaciones del hospedaje

Cuenta con 72 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 13 simple, 28 dobles, 21 matrimoniales, 3 triples, 1 cuádruple, 5 junior suite y 1 Grand suite. Con capacidad total de 109 camas instaladas. Las habitaciones incluyen escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte, armario.

Tabla 8*Hotel Gran Continental: Descripción de Habitaciones*

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Simples	13	Camas tamaño queen, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte, armario
Dobles	28	Una cama de dos plazas y una de plaza y media, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte, armario.
Matrimonial	21	Cama tamaño queen, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte, armario
Triples	3	Tres camas individuales, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte, armario.
Cuádruples	1	Una cama de dos plazas y tres de plaza y media, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte, armario.
Suit Junior	5	Cama queen con capacidad para 2 personas, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte, armario
Presidencial	1	Cama King con capacidad para 3 personas, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, ropa de cama, caja fuerte y armario.
TOTAL	72	

2.2.1.3. Servicios complementarios

Restaurante, bar, traslado al aeropuerto, servicio a la habitación, WiFi, conserjería, estacionamiento, sala de eventos, organización de excursiones.

2.2.1.4. Servicios que incluyen la tarifa de alojamiento

Las habitaciones incluyen desayuno buffet, bar, escritorio, TV de pantalla plana, baño privado, caja fuerte, armario, traslado al aeropuerto.

2.2.1.5. Opinión de los usuarios

El 30 de junio del 2022, el usuario de Facebook Ricardo Camac Abril comento lo siguiente:” Buen servicio, personal muy amable” (Gran Hotel Continental, 2023).

2.2.2. Redes sociales

2.2.2.1. Medios de comunicación para promoción de los hoteles

De acuerdo, al jefe de recursos humanos de este establecimiento, Salomón Becerra Alvarado, menciona que, las redes sociales les facilitan la comunicación con sus clientes debido a que les permite llegar a su segmento de usuarios e interactuar con ellos, les permite también publicar los servicios que ofrecen y las promociones de acuerdo a la temporada en la que se encuentren, les ayuda a compartir contenido de este establecimiento. Es por ello que consideran que las redes de Facebook,

Instagram y su página web les permite proporcionar información y promover sus servicios,

2.2.2.2. Tipos de redes sociales utilizadas

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

Tabla 9

Hotel Gran Continental: Descripción de Uso de Redes Sociales.

Redes Sociales Virtuales	Redes En Uso	Descripción De Uso
Facebook	X	Su página se creó el 24 de mayo del 2011, cuenta con 3,9 mil seguidores y 3,7 mil me gusta. La frecuencia de sus publicaciones es constante, tiene aproximadamente 90 publicaciones en el año 2023, el contenido que muestra principalmente son los servicios del restaurante, instalaciones del hotel, promociones por temporadas, gastronomía, eventos culturales y atractivos turísticos. Los enlaces con los que cuentan son del correo, ubicación, página web y celular del hotel. Posee 787 opiniones de sus clientes con una recomendación del 72%.
Twitter	-	
LinkedIn	-	
YouTube	-	
WhatsApp	X	Comunicación directa para reservas con los clientes.
Instagram	X	Se unió en abril del 2019, tiene 751 seguidores y 164 publicaciones, el contenido que publican es sobre los servicios del restaurante, instalaciones del hotel y fechas célebres.
TikTok	-	
TOTAL	3	

Fuente: *Ídem.*

- Como se observa en la tabla anterior, el Hotel “Gran Continental” solo usa tres redes sociales para promocionar sus servicios; Facebook es su principal red social y cuenta con 3.9 mil seguidores, dentro de la página se encuentra la información del hotel como ubicación, teléfono. Página web y correo

electrónico; también usa WhatsApp, esta red le permite tener más interacción entre el hotel; en Instagram, tiene 751 seguidores y 164 publicaciones, presenta imágenes o videos lo que permite mostrar las habitaciones e instalaciones del hotel y en consecuencia la calidad del hotel.

2.2.2.3. Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales.

El contenido es mayormente para informar promociones de las diferentes temporadas del año, así como la atención a los clientes en todas sus plataformas.

2.2.2.4. Frecuencia de publicaciones en redes sociales

El establecimiento de hospedaje publica a diario información de las promociones que ofrecen durante las diferentes temporadas del año.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

A continuación, se presenta la discusión y análisis de los resultados obtenidos de los dos instrumentos de investigación: entrevistas a los gerentes y administradores de los hoteles de tres y cuatro estrellas y ficha de observación de las redes sociales de sus plataformas virtuales de cada establecimiento (ver anexo 4). Para una mejor lectura, la discusión de resultados se presenta en función a los objetivos específicos.

Servicios que brindan los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de Cajamarca:

Los resultados muestran una heterogeneidad en los tipos de habitaciones ofrecidas, incluso entre hoteles de una misma categoría. Aunque todos los hoteles de tres estrellas están clasificados oficialmente bajo esta categoría, existen diferencias significativas en el equipamiento y distribución de sus habitaciones, lo cual influye directamente en la percepción del cliente. Por ejemplo, algunos hoteles como el Gran Hotel Guisama y el Hotel Cajamarca destacan por ofrecer suites y habitaciones familiares, tal como lo muestra la tabla 2 y 24, mientras que otros como el Hotel Ronderito presentan deficiencias en el cumplimiento del reglamento de hospedaje, como el uso de uniforme del personal. De la misma manera las tablas 7, 12 y 14, pertenecientes a: Hotel Prado, Hotel los Reyes y el Hotel Sol de Belén también tienen el mismo tipo de habitaciones; mientras que en el Hotel Retamas, Hotel El Ronderito y Hotel Las Américas guardan similitud en el modelo de sus habitaciones, como se puede observar en las tablas 6, 8 y 9, igualmente sucede en el Hotel El Mirador del Inca, Hotel Casa Blanca y Hotel El Clarín actualmente llamado Copacabana, tablas 5, 10 y 11. Por otro lado los hoteles de cuatro estrellas tienen diferentes tipos de habitaciones: el Hotel Costa del Sol cuenta con habitaciones dobles, matrimoniales (también ofrecida como simple), triples, suit junior, suit familiar y suit premium; en cambio el Hotel Gran Continental cuenta con simples, dobles, matrimoniales, triples, cuádruples, suit junior y presidencial; como se puede apreciar en las tablas 16 y 17.

En cuanto a los servicios complementarios, se identificó una oferta bastante homogénea: restaurante, wifi, servicio de lavandería, custodia de equipaje, entre otros. Los hoteles de tres estrellas que cuentan con el servicio complementario del casino son: el Hotel Portal del Marqués, Hotel El Ronderito y Hotel Casa Blanca; mientras que el hotel Costa del Sol es el único hotel de cuatro estrellas que cuenta con casino, spá, piscina, cafetera en las habitaciones y gimnasio. Así mismo, los únicos hoteles de tres estrellas que brindan el servicio de gimnasio en sus instalaciones son: Hotel El Ronderito, Hotel Las América y Hotel Sol de Belén.

Sin embargo, la calidad del servicio no siempre está a la par con la oferta declarada, como se evidenció en algunas críticas en línea (por ejemplo, el Hotel Retamas II recibió opiniones negativas por maltrato y servicios deficientes).

Análisis del uso de las redes sociales virtuales por los hoteles de tres y cuatro estrellas:

Respecto al uso de redes sociales, se encontró que Facebook y WhatsApp son las plataformas más utilizadas por los hoteles, seguidas por Instagram. Llama la atención que redes emergentes como TikTok y YouTube apenas están presentes, y otras como Twitter y LinkedIn prácticamente no se usan. Esto revela un enfoque conservador en la estrategia digital hotelera, lo cual puede limitar su alcance frente a una audiencia más joven y visual.

El Hotel Costa del Sol, es el único en utilizar siete redes sociales, destaca como ejemplo de buenas prácticas en marketing digital. En contraste, la mayoría de hoteles de tres estrellas solo usan entre dos y tres redes, con publicaciones esporádicas y sin una estrategia de contenido definida. Esta limitada presencia digital coincide con la falta de personal especializado (community manager) en la mayoría de establecimientos, lo cual fue confirmado en las entrevistas.

Comparación con estudios previos:

Los hallazgos se alinean con investigaciones previas como las de Miranda Zavala & Cruz Estrada (2017), quienes encontraron que Facebook y WhatsApp son las redes más usadas en hoteles de Tijuana, siendo el primero esencial para la promoción y el segundo para contacto directo. Asimismo, la evidencia local respalda lo señalado por

Leung (2013) sobre la importancia de las redes sociales como herramienta estratégica de comunicación y fidelización en el sector hotelero.

No obstante, el nivel de profesionalización en el uso de redes sociales en Cajamarca aún es bajo si se compara con cadenas internacionales que integran todas las plataformas disponibles y aplican métricas para medir su impacto (engagement, ROI, etc.), como lo señala Sánchez Jiménez et al. (2017) para el caso de Cádiz.

Contraste entre resultados y bases teóricas :

Al comparar los hallazgos de esta investigación con las bases teóricas expuestas, se puede apreciar una clara relación entre los postulados conceptuales y la realidad observada en los hoteles del centro histórico de Cajamarca. Este contraste permite validar algunos enfoques, así como revelar brechas entre teoría y práctica.

Desde el enfoque teórico, Leung et al. (2013) plantean que las redes sociales representan una herramienta clave para la promoción, investigación y gestión comercial en el sector hotelero. Este planteamiento se corrobora parcialmente con los resultados obtenidos: si bien la mayoría de los hoteles utilizan Facebook y WhatsApp para interactuar con sus clientes, en muchos casos este uso es básico y poco planificado. Por ejemplo, el uso de Instagram, aunque está presente en algunos establecimientos, no es aprovechado con regularidad ni con contenido profesional.

Por tanto, aunque los gerentes reconocen su importancia (como indican las entrevistas), no aplican estrategias estructuradas ni cuentan con personal capacitado para gestionarlas, lo cual limita el alcance de los beneficios estratégicos que señala la teoría.

La teoría sociológica de Lozares (1996) define las redes sociales como estructuras relacionales que permiten interacciones constantes. Celaya (2008) y Ponce (2017) complementan esta idea al destacar que las redes facilitan el conocimiento y fidelización del cliente. En la práctica, este aspecto se evidencia en el uso frecuente de WhatsApp para mantener contacto directo con los huéspedes, gestionar reservas y responder consultas. No obstante, se observa una falta de análisis o uso de

retroalimentación de los clientes en la toma de decisiones, lo que refleja un uso superficial del potencial relacional de estas plataformas.

Ortiz y Gonzales (2014) destacan que internet ha transformado la industria turística al reducir costos, abrir nuevos canales de distribución y mejorar la transparencia. Sin embargo, los resultados de esta investigación muestran que solo un grupo reducido de hoteles como Costa del Sol o Gran Hotel Continental ha incorporado un enfoque más amplio de marketing digital, incluyendo uso activo de varias redes, enlaces de reserva directa, y promoción constante de contenidos. En cambio, la mayoría de los hoteles muestran una presencia limitada y sin estrategia multicanal, lo que pone en duda su nivel real de adaptación a la nueva era digital que propone la teoría.

Mientras que estudios de Sánchez Jiménez et al. (2017) y Miranda Zavala & Cruz Estrada (2017) muestran un uso más profesional y estratégico de las redes en hoteles de otras ciudades y países, en Cajamarca se evidencia un rezago importante. Esto se puede deber a limitaciones en infraestructura digital, conocimientos técnicos y falta de inversión en marketing digital, elementos que no son abordados a profundidad en la teoría, pero que son fundamentales para explicar la brecha entre el ideal teórico y la realidad local.

Para finalizar, si bien es cierto, los administradores reconocen la utilidad de las redes sociales, en la práctica no se está explotando todo su potencial. Esto representa una oportunidad para implementar planes de mejora en la estrategia de comunicación digital, como la capacitación del personal, la contratación de community managers y la diversificación de canales. De esta manera, los hoteles podrían incrementar su visibilidad, posicionamiento y, por ende, su competitividad en el mercado turístico regional.

CONCLUSIONES

1. Los servicios ofertados por los hoteles son en su mayoría homogéneos, tanto en el tipo de habitaciones como en los servicios complementarios ofrecidos. Esto sugiere que la diferenciación competitiva podría lograrse a través de estrategias digitales innovadoras, lo cual no está siendo aprovechado actualmente.
2. Las redes sociales más utilizadas por los hoteles del centro histórico de Cajamarca son Facebook, WhatsApp e Instagram, siendo Facebook la plataforma predominante en todos los establecimientos. Sin embargo, su uso es mayoritariamente básico y operativo, centrado en informar promociones o servicios, sin estrategias claras de marketing digital ni generación de contenido constante y profesional.
3. Nueve de las empresas hoteleras coinciden en la utilización de redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram estas son: Hotel Guisama Restaurante, Hotel Continental, Hotel el Portal del Marqués; Retamas Hotel II, Hotel Prado, Hotel el Ronderito; Hotel Sol de Belén y el Hotel Grand Continental.
4. Existe una marcada diferencia en el nivel de presencia digital entre hoteles de tres y cuatro estrellas. Los hoteles de cuatro estrellas como Costa del Sol y Gran Hotel Continental muestran un manejo más profesional de sus redes sociales, tanto en la frecuencia de publicaciones como en la calidad del contenido, mientras que en muchos hoteles de tres estrellas el manejo de redes es limitado y poco planificado.
5. La mayoría de los hoteles no cuenta con personal especializado para la gestión de redes sociales (community manager), lo que se traduce en una falta de planificación, baja frecuencia de publicaciones y escasa interacción con los usuarios. Esto limita el alcance e impacto de sus estrategias promocionales. El Hotel Costa del Sol cuenta con un área especializada en Marketing, área encargada de la gestión de sus redes a nivel Nacional; el Hotel El Ronderito contrata una empresa de publicidad para la gestión de sus redes sociales y del

Hotel Sol de Belén la gestión de sus redes sociales virtuales está a cargo de una supervisora del área de comunicaciones.

6. Las redes sociales son valoradas por los administradores como herramientas útiles para interactuar con los clientes y aumentar la visibilidad, sin embargo, esta percepción no se traduce aún en acciones concretas, como el diseño de campañas, análisis de métricas o fidelización de clientes mediante contenidos personalizados.
7. Plataformas como TikTok, YouTube, Twitter o LinkedIn están ausentes en la mayoría de hoteles, lo cual evidencia un desaprovechamiento del potencial multimedia, especialmente frente a las nuevas generaciones de turistas más conectados y visuales.
8. Las opiniones de los usuarios en redes sociales reflejan tanto fortalezas como debilidades en la atención hotelera, pero muchos establecimientos no responden ni gestionan activamente esta retroalimentación, perdiendo la oportunidad de mejorar su reputación en línea.
9. Se deben mejorar las publicaciones tanto en Facebook e Instagram, actualizando enlaces de reservas que permitan acceder rápido a los teléfonos de WhatsApp, se encontró que de todos estudiados los hoteles de tres estrellas: Guisama, Prado, Los Reyes, Las Américas, Ronderito, Sol de Belén y El Mirador del Inca cuenta con un enlace de WhatsApp en Facebook los demás cuentan con enlaces de su página Web de reserva; Costa del Sol es el único hotel de cuatro estrellas que cuenta con un enlace de WhatsApp en Facebook, el Gran Continental cuenta con un enlace a su página web de reserva.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a los gerentes de los hoteles, llevar una mejor gestión de la administración de sus redes, elaborar un proceso de seguimiento permanente de sus redes sociales, así como actualización, mantenimiento y frecuencia de sus publicaciones.
- Se sugiere a la DIRCETUR-CAJAMARCA, programar capacitaciones a los gerentes o encargados de las redes sociales de los establecimientos hoteleros sobre temas de gestión de redes sociales.
- Se sugiere a La Escuela de Turismo de la Universidad Nacional de Cajamarca programar capacitaciones a los gerentes de los hoteles para una mejor gestión de sus redes sociales. También se sugiere introducir cursos de manejo y uso de las redes sociales para preparar y fortalecer las capacidades a sus estudiantes.

REFERENCIAS

- Iniesta, F., & Díaz Bernardo, R. (2004, 1 julio). Request Rejected. Euskadinnova. Recuperado 2 de febrero de 2023, de <https://www.spri.eus/euskadinnova/error500.asp?aspxerrorpath=/home.aspx>
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers. Revista de Sociologia*, 48, 103. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814>
- Celaya, J. (2008). La-empresa-en-la-web-20_9788498751734.jpg (1328×2000). Grupo planeta. https://planetadelibroscom.cdnstatics2.com/usuarios/libros/fotos/52/original/la-empresa-en-la-web-20_9788498751734.jpg
- Ponce, I. (2017, abril 17). Monográfico: Redes Sociales—Historia de las redes sociales | Observatorio Tecnológico. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043?start=2>
- Leung D, Law R, van Hoof H, Buhalis D (2013) Social media in tourism and hospitality: a literatura review. *J Travel Tour Mark* 30 (1–2): 3–22. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.750919> Último acceso: 02/10/2020
- Miranda Zavala, A. M., & Cruz Estrada, I. (2017, junio 29). Uso de las redes sociales digitales en empresas hoteleras en la ciudad de Tijuana, Baja California. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/1327>.
- Booking. (2023). *Costa del Sol Wyndham Cajamarca(fotografía)*. <https://www.booking.com/hotel/pe/costa-del-sol-wyndham-cajamarca.es.html?aid=>
- Booking. (2023). *Continental Cajamarca*. Obtenido de <https://www.booking.com/hotel/pe/continental-cajamarca.es-mx.htm>
- Booking. (2023). *Hotel PradoCajamaraca*. Obtenido de <https://www.booking.com/hotel/pe/hotelprado-cajamarca.es.htm>.
- Booking. (2023). *Hotel Cajamarca*. Obtenido de <https://www.booking.com/hotel/pe/cajamarca.es.html?aid>
- Booking. (2023). *Mirador del Inca Cajamarca*. Obtenido de <https://www.booking.com/hotel/pe/hotelmiradordelinca-cajamarca.es.htm>.
- Booking. (2023). *Hotel Sol de Belén*. Obtenido de <https://www.booking.com/hotel/pe/hotesoldebelen-cajamarca.es.htm>.
- Booking. (2023). *Hotel Las Américas Cajamarca*. Obtenido de <https://www.booking.com/hotel/pe/hotellasamericas-cajamarca.es.htm>.

Booking. (2023). *Hotel Los Reyes Cajamarca*. Obtenido de
<https://www.booking.com/hotel/pe/los-reyes-hotel.es.htm>

Booking. (2023). *El Clarin Cajamarca*. Obtenido de
<https://www.booking.com/hotel/pe/elclarin-cajamarca.es.htm>

Booking. (2023). *Casablanca Cajamarca*. Obtenido de
<https://www.booking.com/hotel/pe/casablanca-cajamarca.es.htm>

Facebook. (2023). Las Américas Hotel. Obtenido de
<https://www.facebook.com/lasamericashotelcajamarca/reviews>

Booking. (2023). *Costa del Sol Wyndham Cajamarca(fotografía)*.
<https://www.booking.com/hotel/pe/costa-del-sol-wyndham-cajamarca.es.html?aid=383261&label>

Cajamarca, H. C. (2023). *Facebook*. Facebook:
<https://www.facebook.com/HotelesCDSCajamarca>

Continental, H. (2023). *Hoteles Continental*.
<https://www.hotelescontinental.com.pe/>

El Mirador del Inca . (julio de 2022). *Facebook*. Comentarios Booking:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100054345888270&sk=reviews>

El Portal Del Marqués. (mayo de 2023). *Facebook*. Comentarios Facebook:
https://www.facebook.com/HotelPortaldelMarques/reviews?locale=es_LA

Fuente, O. (Enero de 2023). *IEBS*. IEBS:
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>

Gran Hotel Continental. (mayo de 2023). *Facebook*. Comentarios Facebook:
<https://www.facebook.com/HotelesCDSCajamarca>

Hotel Cajamarca. (31 de Agosto de 2022). *Booking*. Comentarios Booking:
<https://www.booking.com/hotel/pe/cajamarca.es.html?aid=306396&label=cajamarca->

Hotel Casablanca. (2022). *Google*. Comentarios Google:
<https://www.google.com/travel/search?q=hotel%20cajamarccasablanca&glb=4965990%2C496980>

Hotel Continental. (setiembre de 2022). *Facebook*. Comentarios Facebook:
https://www.facebook.com/HotelContinentalCajamarca/reviews?locale=es_LA

Hotel el Ronderito. (2023). *Tripadvisor*. Comentarios Tripadvisor:
https://www.tripadvisor.es/ShowUserReviews-g319821-d13335322-r930117350-Hotel_el_Ronderito-Cajamarca_Cajamarca_Region.html

Hotel Guisama Restaurante. (julio de 2023). *Facebook*. Comentarios Facebook: https://www.facebook.com/HotelContinentalCajamarca/reviews?locale=es_LA

Hotel los Reyes. (2023). *Booking*. Comentarios Booking: https://www.booking.com/hotel/pe/los-reyes-hotel.es.html?aid=306396&label=cajamarca-mod90aGO6a0_Pc0eDqHf3AS392514991843%3Apl%3Ata%3Ap140%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aaneg%3Afi%3Atikwd-11582190686%3Alp9073327%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUmFuZG9tSVYkc2RIlyh9YdnZzv7u3SiOco

Hotel Prado. (2018). *Facebook*. Comentarios Facebook: https://www.facebook.com/HOTELPRADO.CAJAMARCA/reviews?locale=es_LA

Hotel Sol de Belen. (7 de junio de 2022). *Facebook* . Comentarios Facebook: <https://www.facebook.com/hotelsoldebelen>

Hoteles Costa del Sol. (mayo de 2023). *Facebook*. Retrieved 25 de mayo de 2023, from Comentarios Facebook: <https://www.facebook.com/HotelesCDScajamarca>

Las Américas Hotel. (febrero de 2023). *Facebook*. Comentarios Facebook: <https://www.facebook.com/lasamericashotelcajamarca>

Retamas Hotel II. (2023). *Google*. Comentarios Google: <https://www.google.com/travel/search?q=hotel%20retamas%20ii%20%20cajamarca&g2lb=4>

Mincetur. (2018). *Reglamento de Establecimientos de Hospedaje*. https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/RM_Nro_170_2018_ProjReglEstableHospedaje.pdf

Zendesk. (2024). *Servicio*. Liderazgo y asesoramiento: <https://www.zendesk.com.mx/blog/feedback-que-es/>

ANEXOS

ANEXO N°01: Descripción estadística de los hoteles que brindan servicios.

Tabla 33

Capacidad de Alojamiento de Hoteles.

Capacidad de alojamiento de hoteles	N° habitaciones	N° hab. Simples	N° hab. Dobles	N° hab. Matrimonial	N° hab. Triples	N° hab. Cuádruples	N° hab. Familiar	N° hab. Suit	N° hab. Gran Suit	N° hab. Suit Junior	N° hab. Suit Familiar	N° hab. Presidencial	N° hab. Suit Premium	Número de camas instaladas
Gran Hotel "El Ronderito"	28	-	8	9	6	4	-	-	-	-	-	-	-	59
Gran Hotel Guisama	27	2	7	16	-	-	2	-	-	-	-	-	-	36
Hotel "El Mirador Del Inca"	28	1	16	5	3	-	-	2	-	1	-	-	-	50
Hotel Cajamarca	35	1	12	11	6	2	-	1	-	-	-	-	-	65
Hotel Casa Blanca	19	5	6	6	6	-	-	-	-	-	-	-	-	38
Hotel Clarín	21	11	4	3	3	-	-	1	-	-	-	-	-	33
Hotel Continental	64	19	16	18	2	4	-	1	-	-	-	1	-	93
Hotel Costa Del Sol	71	-	18	41	4	-	-	-	-	2	2	-	4	101
Hotel Gran Continental	72	13	28	21	3	1	-	-	1	5	-	1	-	109
Hotel los Reyes	24	9	3	7	4	1	-	-	-	-	-	-	-	35
Hotel Portal Del Marqués	41	5	10	9	11	4	-	-	-	2	-	-	-	77
Hotel Prado	50	10	3	19	13	5	-	-	-	-	-	-	-	104
Hotel Sol de Belén	28	5	8	9	4	2	-	-	-	-	-	-	-	50
Las Américas Hotel	45	19	12	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57
Retamas Hotel II	22	5	-	12	1	2	2	-	-	-	-	-	-	34

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los gerentes o administradores de los hoteles de tres estrellas, del centro histórico de Cajamarca,

Tabla 34*Servicios Complementarios de Hoteles de Cajamarca.*

Servicio Complementario	Restaurante	Bar	Cochera	Lavandería	Traslado al aeropuerto	Gimnasio	Auditorio	Eventos	Agencia de viajes	SPA	Piscina
Gran Hotel "El Ronderito"	Si	No	No	No	No	No	Si	Si	No	No	No
Gran Hotel Guisama	Si	Si	Si	No	No	No	Si	Si	No	No	No
Hotel "El Mirador Del Inca"	Si	No	Si	No	Si	No	Si	Si	Si	No	No
Hotel Cajamarca	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	No	No
Hotel Casa Blanca	Si	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	No
Hotel Clarín	Si	No	Si	No	No	No	Si	Si	Si	No	No
Hotel Continental	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	No	No
Hotel Costa Del Sol	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si
Hotel Gran Continental	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	No	No
Hotel los Reyes	Si	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No
Hotel Portal Del Marqués	Si	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	No	No	No
Hotel Prado	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Hotel Sol de Belén	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si	No	No	No
Las Américas Hotel	Si	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	No
Retamas Hotel II	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los gerentes o administradores de los hoteles de tres estrellas, del centro histórico de Cajamarca,

Tabla 10

Servicios Incluidos en la Tarifa de Alojamiento.

Servicios incluidos en tarifa de alojamiento	Desayuno	Transporte al aeropuerto	Servicio a la habitación	Amenities	Uso de piscina	Limpieza a la habitación	Agua caliente	Conexión a WIFI	Conexión de cable TV	Uso del gimnasio	Uso de cochera
Gran Hotel "El Ronderito"	No	No	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No
Gran Hotel Guisama	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
Hotel "El Mirador Del Inca"	Si	No	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
Hotel Cajamarca	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
Hotel Casa Blanca	Si	No	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No
Hotel Clarín	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
Hotel Continental	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
Hotel Costa Del Sol	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Hotel Gran Continental	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	Si
Hotel los Reyes	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No
Hotel Portal Del Marqués	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No
Hotel Prado	Si	No	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No
Hotel Sol de Belén	Si	No	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Las Américas Hotel	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No
Retamas Hotel II	Si	No	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los gerentes o administradores de los hoteles de tres estrellas, del centro histórico de Cajamarca,

ANEXO N°02: Análisis del uso de las redes sociales virtuales

Tabla 116

Análisis del Uso de las Redes Sociales Virtuales en los hoteles de tres estrellas del Centro Histórico de Cajamarca.

Redes Hoteles	Facebook	WhatsApp	Instagram	TikTok	YuoTube	Twitter	LinkedIn	Total
Gran Hotel Guisama	X	X	X	-	-	-	-	3
Hotel Continental	X	X	X	-	-	-	-	3
El Portal del Marqués	X	X	X	-	-	-	-	3
El Mirador del Inca	X	X	X	-	--	-	-	3
Retamas Hotel II	X	X	X	-	-	-	-	3
Hotel Prado	X	X	X	-	-	-	-	3
Hotel Ronderito	X	X	X	-	-	-	-	3
Hotel Las Américas	X	X	-	-	-	-	-	2
Hotel Casa Blanca	X	X	-	-	-	-	-	2
Hotel El Clarín	X	X	-	-	-	-	-	2
Hotel Los Reyes	X	X	-	-	-	-	-	2
Hotel Cajamarca	X	X	X	X	--	-	-	4
Hotel Sol de Belén	X	X	-	-	-	-	-	2
Total	13	13	8	1	0	0	0	

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los gerentes o administradores de los hoteles de tres estrellas, del centro histórico de Cajamarca.

Tabla 37

Análisis del Uso de las Redes Sociales Virtuales en los hoteles de cuatro estrellas del Centro Histórico de Cajamarca

REDES SOCIALES VIRTUALES DE LOS HOTELES DE CUATRO ESTRELLAS								
Redes Hoteles	Facebook	WhatsApp	Instagram	TikTok	YuoTube	Twitter	LinkedIn	Total
Hotel Costa Del Sol	X	X	X	X	X	X	X	7
Gran Hotel Continental	X	X	X	-	-	-	-	3
Total	2	2	2	1	1	1	1	

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los gerentes o administradores de los hoteles de tres estrellas, del centro histórico de Cajamarca.

Tabla 38

Medios de Promoción a Través de Redes.

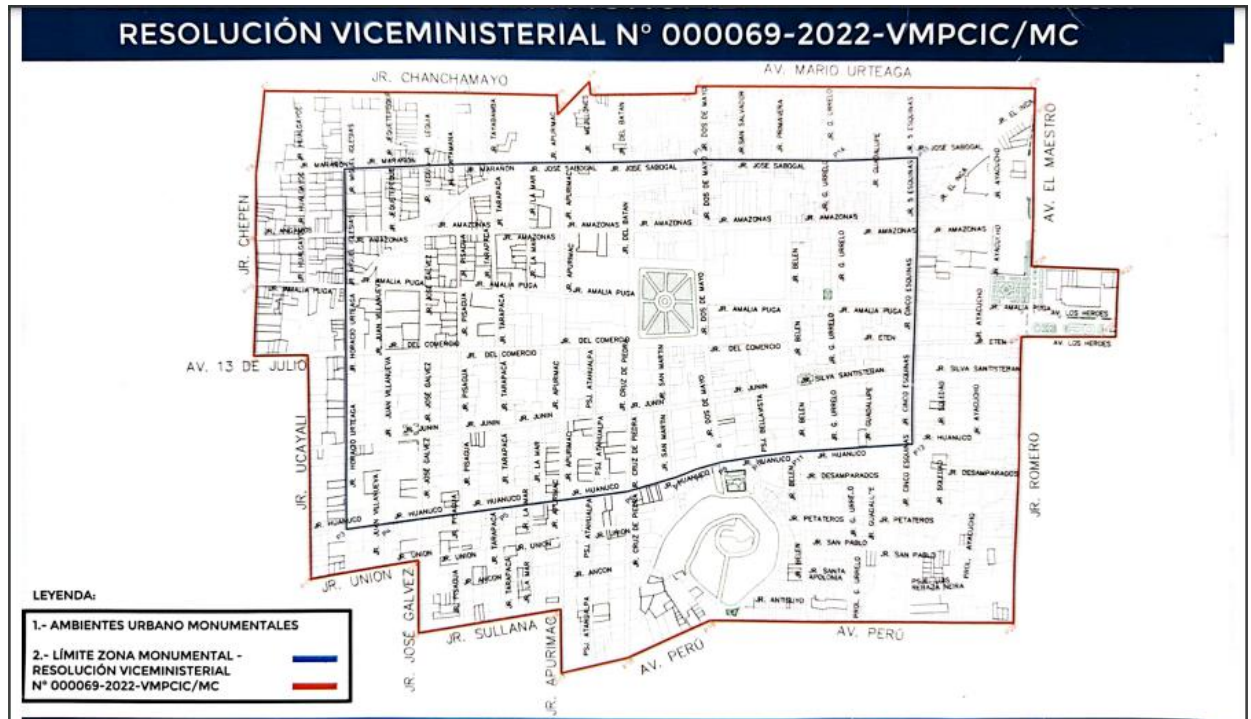
MEDIOS DE PROMOCIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES				
		Si	No	Total
Nombre del hotel	Hotel "El Ronderito"	1	0	1
	Gran Hotel Guisama	1	0	1
	Hotel "El Mirador Del Inca"	1	0	1
	Hotel Cajamarca	1	0	1
	Hotel Casa Blanca	0	1	1
	Hotel Clarín	1	0	1
		1	0	1
	Hotel Costa Del Sol	1	0	1
	Hotel Gran Continental	0	1	1
	Hotel los Reyes	0	1	1
	Hotel Portal Del Marqués	1	0	1
	Hotel Prado	0	1	1
	Hotel Sol de Belén	1	0	1
	Las Américas Hotel	1	0	1
	Retamas Hotel II	1	0	1
TOTAL =		11	4	15

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los gerentes o administradores de los hoteles de tres estrellas, del centro histórico de Cajamarca.

ANEXO N°03: Mapa del Centro Histórico de Cajamarca

Figura 16

Mapa del Centro Histórico de Cajamarca.



Nota: Afiche de mapa del centro histórico de Cajamarca. Reproducida de Municipalidad Provincial de Cajamarca 2023.

ANEXO N°04: Guión de la entrevista.

Entrevista

Nombre del hotel

Nombre del entrevistado:.....

Lugar donde se realiza la entrevista:

Ciudad:Fecha:Cargo:

Edad:Sexo:

¿Cuál es la categoría de su establecimiento de hospedaje?

.....

¿Cuántas habitaciones tiene su establecimiento de hospedaje?

.....

Cómo se distribuyen las habitaciones de su establecimiento de hospedaje

TIPO	N° DE HABITACIONES
Simple	
Doble	
Matrimonial	
Triple	
cuádruple	
Suit	
Suit junior	
Gran suit	

¿Cuál es la capacidad de camas instaladas que tiene su alojamiento?

.....

¿Qué servicios complementarios ofrece su establecimiento de hospedaje?

.....

¿Qué tipo de servicios están incluidos en el paquete y/o servicio de alojamiento?

.....

¿Cuenta con paquetes hoteleros por temporada?

.....

¿Cuál es el total de paquetes hoteleros que ofertan en un año?

.....

¿En qué temporadas del año promocionan estos paquetes?

.....

¿Con cuánto tiempo de anticipación lo promocionan?

.....

¿A través de que medios de comunicación lo promocionan?

.....

¿Su establecimiento hotelero tiene presencia en alguna red social virtual?

.....

¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por su hotel?

.....

¿Usted considera importante el uso de las redes sociales en su hotel?

.....

¿Por qué considera importante las redes sociales?

.....

¿Existe un personal que se encargue de gestionar las redes sociales?

.....

¿En su negocio cuenta con un community manager?

.....

¿Por qué no considera necesario el community manager?

.....

Su establecimiento de hospedaje tiene alguna área que monitorea las redes sociales.

.....

¿Cuáles son las redes que más utilizan en su hotel?

.....

¿Porque solo utilizan esas redes sociales?

.....

¿Usted cree que ha mejorado la publicidad y promoción del hotel con la utilización de las redes sociales?

.....

¿Considera usted que ha aumentado la afluencia de huéspedes a su hotel por la utilización de las redes sociales?

.....

¿Con qué frecuencia publican contenido en sus redes?

.....

¿Qué tipo de contenido publican en las redes sociales?

.....

¿Los mensajes publicados tienen alguna duración en la red?

.....

¿Tiempo de duración?

.....

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO N°05: Glosario de Términos

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Dircetur Cajamarca

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca, es responsable de la implementación y ejecución de las políticas nacionales y regionales en materia de comercio exterior, turismo y artesanía en el ámbito regional. Participa, además, de las acciones de promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía, en el ámbito regional (Dircetur Cajamarca, 2024).

Feedback

Consiste en la manifestación de una opinión, en la demostración de un punto de vista o incluso, en el análisis de algo. Se utiliza, por ejemplo, para evaluar a un colaborador, una empresa, un producto o servicio, e incluso una experiencia. Por lo tanto, es una herramienta para el diagnóstico que permite identificar puntos positivos y negativos en aquello que se evalúa (Zendesk, 2024).

Alojamiento

Lugar donde una persona o un grupo de personas se hospeda, se aposenta o acampa. (Hernández, 2016)

Amenities

Voz inglesa para productos de acogida. Ver Productos de acogida.

Bar Establecimiento en el que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie, ante el mostrador. (Hernández, 2016)

Recepción

En hotelería, espacio situado a la entrada de un establecimiento alojativo donde se gestionan las entradas y salidas de los clientes y se atienden sus necesidades y demandas durante su estancia. (Hernández, 2016)

Segmento de Mercado

En marketing, conjunto de posibles clientes que presentan una serie de características comunes que les confieren más probabilidades de consumir un determinado producto o visitar un determinado destino y que, generalmente, constituyen el motivo de que una empresa o un destino se dirija a ellos en sus actividades de marketing. (Hernández, 2016)

Servicio Hotelero

En hotelería, cada una de las prestaciones que una persona o grupo contrata directa o indirectamente a un establecimiento hotelero. (Hernández, 2016)

Reserva Online

En turismo, reserva realizada a través de un medio digital, gestionada mediante una aplicación informática que conecta directa o indirectamente con el proveedor del servicio. (Hernández, 2016)

Room Service

En hotelería, expresión inglesa para el servicio de alimentos y bebidas que se presta en una habitación. (Hernández, 2016)

Sector Turístico

Conjunto de unidades productivas en diferentes industrias que generan bienes y servicios de consumo demandados principalmente por clientes visitantes. (Hernández, 2016)

Redes Sociales:

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma Celaya (2008).

Community Manager

Es el profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans en internet. (Fuente, 2023)

Coffee break

Expresión inglesa para un refrigerio que se sirve durante los recesos de un evento, convención, congreso o jornada de trabajo. (Hernández, 2016)

5.1. ANEXO N°06: Proyecto de Tesis.



Universidad Nacional de Cajamarca

“Norte de la Universidad Peruana”

Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

Av. Atahualpa N° 1050- Ciudad Universitaria - Cajamarca



PROYECTO DE TESIS:

Uso de Redes Sociales Virtuales en Hoteles de Tres y Cuatro Estrellas del Centro Histórico de Cajamarca, 2022

Autores:

Bach. Carmen Cecilia Alvarado Brophy.

Bach. Elena Castrejón Carrasco.

Asesor:

Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo

Cajamarca, mayo del 2024

1. TÍTULO

Uso de redes sociales virtuales en hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de Cajamarca.

2. EL PROBLEMA

2.1. Planteamiento.

El internet influye en la vida cotidiana de los ciudadanos a tal punto que es difícil ver a las personas estar desconectadas a dispositivos móviles con acceso a la red ya que facilita la comunicación y el intercambio de información por la interactividad constante que se genera en la web. Esta poderosa herramienta de internet permite presentar un producto a un consumidor potencial en cualquier parte del mundo (Iniesta & Díaz Bernardo, 2004). Asimismo, el desarrollo de las redes sociales en los últimos años y el uso extendido de las mismas ha ayudado a que las empresas vean que estas son una manera muy eficaz de conocer a sus clientes, llegar a cada usuario y conocer sus necesidades más personalmente en tiempo real. Este tipo de mensajería instantánea permite la entrega de mensajes o elementos en tiempo real, de modo que se establece una comunicación continua y a veces incluso constante. También podemos mencionar que hay contenidos en las redes sociales que pueden llegar a propagarse a gran velocidad y llegar a un gran número de usuarios, es decir se “viralizan”, Sobre esto podemos añadir que, además, los propios consumidores en ocasiones ayudan a las empresas con la promoción de la misma de dos formas: Por un lado, la comunicación con el cliente que ya ha experimentado con el producto gracias al feedback que proporcionan las reseñas, publicaciones de imágenes o vídeos, y, por otro lado, sirve para atraer a posibles nuevos compradores de productos o servicios.(Rubio & Cánovas, 2019)

El sector turístico ha notado el efecto del internet en los últimos años, ocasionando que tenga que renovarse y adaptarse a lo que comúnmente conocemos como la nueva era digital. Por ello surgió el Turismo 2.0, que es el empleo de los instrumentos de la Web 2.0 acomodándolas al sector turístico, donde el contenido difundido por los turistas en las redes sociales enlazados con sus vivencias de viaje ya sea por medio de comentarios, fotos, vídeos y otro tipo de publicaciones cobran especial importancia (Mellinas, 2011). Entre finales del siglo XX y principios del siglo XXI, los hoteles de todo el mundo fueron entendiendo la importancia que tiene el entorno online para sus negocios, adaptándose progresivamente a esa nueva realidad.(Jiménez, 2017). En el sector hotelero, las redes sociales se utilizan como herramientas de estrategia comercial. Son útiles especialmente para la promoción, la gestión comercial y la investigación. En ellas,

las páginas de fans dan a los alojamientos hoteleros la oportunidad de promocionar sus marcas, sus productos y sus servicios y mostrarlos a una audiencia global (Leung et al. 2013). El crecimiento de las comunidades de marca y el aumento de la interacción social online, han fomentado que los hoteles vean a las redes

sociales como una oportunidad, no solo de promoción, sino también de venta (Minazzi y Lagrosen 2014).

En la última década los hoteles han aumentado su participación en las redes sociales. Tanto si hablamos de cadenas de lujo, moteles o *boutique hotels* que aparecieron en la década de los 80 en Estados Unidos. Todos en algún momento han acabado usando las redes para aumentar la conciencia de marca y el tráfico a sus websites. Estas plataformas también permiten comunicarse con los huéspedes y atraer a nuevos clientes. Cadenas como: Four Seasons Hotels and Resorts es una de las empresas hoteleras más conocidas en todo el mundo con 99 hoteles en 41 países. Four Seasons está presente en las diferentes plataformas de los medios de comunicación social. De hecho, tienen presencia en Facebook (con casi 424.000 Me gusta), en Twitter (224.000 seguidores), en Instagram (292.000 seguidores) también en Google+, LinkedIn (330 236 seguidores) y YouTube; RIU Hotels and Resorts, esta segunda cadena tiene 105 hoteles en 19 países. RIU está también en las seis principales plataformas de medios de comunicación social con una gran comunidad en Facebook (969.356 Me gusta). Está también presente en Twitter (50.000 seguidores), Instagram (50.000), Google (160.114), LinkedIn y YouTube. Las grandes cadenas hoteleras también comparten las publicaciones de sus clientes; tal es el caso de Melia Hotels International, el cual incluso ha creado un hashtag particular para dar a conocer las experiencias de sus huéspedes: #meliaexperience.(García, s. f.)

El Perú no es ajeno al crecimiento de las redes sociales, Según las estadísticas de la situación digital de Perú en el 2021-2022; nos indica que el 83.8% de la población es usuaria activa en redes sociales, es decir, 28.10 millones de personas. El 48.2% de los usuarios de redes sociales son mujeres y el 51.8% son hombres. Facebook tiene la mayor participación en cuanto al tráfico web con el 77.24% con un descenso de -17.2% en un año. En segundo lugar, se encuentra Pinterest con el 9.89% que aumentó en un año 7.4%. La aplicación que presenta más crecimiento en el país es Instagram con un 90.7% (Alvino, 2022). De este modo las empresas

hoteleras cada vez están más inmersas en las redes sociales para promocionar sus servicios y darse a conocer, Ahora bien, Cajamarca cuenta con un total de 46 hoteles de 3 estrellas y 2 de cuatro estrellas de las cuales centraremos nuestro estudio solo en la que se encuentran ubicadas dentro del centro histórico para explorar y conocer de qué manera vienen haciendo uso de las redes sociales para promover sus servicios.

2.2. Formulación.

¿De qué manera los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca hacen uso de las redes sociales virtuales para promover sus servicios?

2.3. Justificación.

El presente trabajo de investigación se justifica ya que hoy en día el uso de las redes sociales en las empresas hoteleras juega un rol muy importante; es un medio de comunicación interactiva con los clientes, la que debe ser aprovechada al máximo por los hoteles para que puedan promocionar sus servicios. Además, tiene como finalidad dar a conocer la manera en que los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de Cajamarca vienen haciendo uso de las redes sociales para promover sus servicios, cuáles son las más usadas, su importancia y su uso para la promoción de los hoteles objeto de estudio, de esta manera, los involucrados en el sector hotelero podrán disponer de información relevante para un adecuado uso y elaboración de futuros proyectos de promoción para mejorar su oferta hotelera.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivo general.

Determinar la manera que los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca hacen uso de las redes sociales virtuales para promover sus servicios

1.1. Objetivos específicos.

- a. Describir a los hoteles de tres y cuatro estrellas que brindan servicios en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca.
- b. Analizar el uso de las redes sociales virtuales por los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca para promover sus servicios.

2. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes:

Sánchez Jiménez, et al. (2017) *“Análisis de la actividad en las redes sociales del sector hotelero de la provincia de Cádiz”*, en este estudio se ha analizado el uso o la actividad de las redes sociales por parte de los hoteles de la provincia de Cádiz a través de la medición de indicadores obtenidos mediante la herramienta de análisis online Fanpage Karma. En los resultados destacan Facebook y Twitter como principales redes sociales utilizadas en el sector hotelero de la provincia de Cádiz, sobre todo la primera, cuyo uso es generalizado, permitiendo un mayor engagement o interacción de los usuarios con el hotel, mejorando así la imagen y la reputación del mismo. Además, pese a ser utilizada por pocos hoteles, destaca la buena respuesta de los usuarios a Instagram. De esta manera, se ha comprobado qué redes sociales intervienen en los hoteles de la provincia de Cádiz para, posteriormente, analizar el ROI de la actividad que realizan dichas redes sociales a través de la medición de una serie de indicadores de rendimiento mediante la herramienta de análisis online “Fanpage Karma”. (Jiménez, 2017)

Miranda Zavala, A.M y Cruz Estrada, I. (2017) *Uso de las redes sociales digitales en empresas hoteleras en la ciudad de Tijuana, baja California* en esta investigación se utilizaron análisis cualitativo y cuantitativo de las redes sociales de 16 hoteles de cuatro y cinco estrellas localizadas en el municipio de Tijuana, Baja California, México. Concluyendo que la red social más utilizada por los huéspedes es Facebook, lo que indica que a pesar de existir otros medios en los que se tienen presencia, a esta herramienta a la que recurren con mayor frecuencia los clientes, para acceder a los contenidos publicitados por estas organizaciones en internet. Además, los atributos que consideran los clientes indispensables en la red social del hotel son: en primer lugar, la ubicación, seguido los precios, promociones, restaurante, videos y número de estrellas. (Miranda Zavala & Cruz Estrada, 2017)

Solano Rubio, C. (2019 – 2020) *El uso de las redes sociales en el sector hotelero de la región de Murcia*, está basada en un estudio exploratorio cuyos resultados fueron tomados de una muestra de noventa hoteles en total, para lo cual hicieron una serie de clasificaciones, se logró conocer la presencia de estos hoteles en las Redes Sociales Facebook e Instagram, y la frecuencia con qué hacen uso de ellas por lo cual se concluyó que la red social que utilizan más es Facebook con relación a la de Instagram y que desde el año 2010 ha

ido ganado popularidad entre las empresas hoteleras, sin embargo 18 hoteles no cuentan con de Facebook y 50 no tienen Instagram. No obstante, aún más preocupante es el hecho de que 13 hoteles sigan sin tener si quiera página web propia o de cadena. Con respecto a la tipología de publicaciones que realizan se puede afirmar que realizan más publicaciones sobre el hotel que sobre el destino. (Rubio & Cánovas, 2019)

Base teórica y conceptual:

Desde el punto de vista sociológica la teoría de redes sociales según Lozares (1996) lo determina como un grupo delimitado de actores, personas, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. Enlazados unos a otros a través de una conexión o un conjunto de conexiones sociales. El ser humano por su naturaleza es un ser sociable que interactúa constantemente con su entorno y que en el transcurso de los años ha ido desarrollando medios de comunicación e interacción entre individuos que han marcado la historia de la humanidad tal es el caso del surgimiento de la escritura en el siglo IV a.c. lo cual permitió formar vínculos en la convivencia social, otro nacimiento fundamental fue la creación del teletipo en 1874, el cual se utilizaba para enviar mensajes a distancia, luego aparecieron otros inventos importantes como el fax y el teléfono que permitían el intercambio de información, por otro lado en los años 60 el descubrimiento de la red internacional conocida como internet revolucionó la manera de comunicarse. En este sentido se creó la primera red social virtual llamada SixDegrees creada en el año 1997 por Andrew Weinreich, esta era una red que permitía localizar a otros miembros de la red y crear listas de amigos, y que se basaba en la teoría de los seis grados de separación, que afirma que es posible conectar con cualquier otra persona del mundo en tan solo 6 pasos donde (Watts, 2006) dice que la mayoría tiene contacto directo, más o menos constante, con unas 100 personas. En nuestra vida, se restan o se suman para fortalecer nuestras listas de unas 100 a 200 personas. Si esos 100 contactos nos remitieran a los 100 contactos relevantes, nuestra lista de referencias crecería exponencialmente. Eso significa que tendríamos 100 personas en el primer nivel, y si cada una remitiera a sus 100 contactos, tendríamos 10 000 miembros en nuestra lista, y así sucesivamente, hasta

llegar a los seis niveles, para un total de 1 billón de personas (un millón de millones). Con esta información, cualquier persona puede conocer a cualquier otra persona en el mundo a través de su red de relaciones.

La creación de nuevas redes sociales , en un inicio no se ofrecían exactamente como herramienta de relaciones públicas y marketing digital, o sea era un medio social; se debe precisar que marketing según Kotler & Armstrong (2013) lo define como el proceso mediante el cual una empresa crea valor para sus clientes y construye relaciones sólidas con ellos para extraer valor de los compradores y poder cumplir con las necesidades del cliente. Los productos se pueden vender fácilmente si los especialistas en marketing comprenden estas necesidades y elaboran productos con un valor excelente, les asignan un precio correcto, los distribuyen y promocionan de manera eficaz. En cuanto a marketing digital Selman (2017) explica que incluye todas las estrategias de mercadotecnia que hacemos en línea para lograr que los usuarios visiten nuestro sitio web a través de nuestras acciones planificadas previamente. Va mucho más allá de las ventas y el marketing tradicional, abarcando un conjunto muy diverso de métodos y técnicas diseñadas para el mundo virtual; es decir el marketing digital reúne la comunicación, publicidad y relaciones públicas, así se inicia a propagarse acoplándose a nuevas tecnologías por las exigencias de los consumidores integrándose a los dispositivos móviles y de esta manera nace el marketing móvil como respuesta a esta necesidad. Existen razones del porqué hacer marketing en los dispositivos móviles; en primera instancia, porque está muy vinculado a la persona, es un intermediario en redes sociales, sirve como agenda de base de datos, es una herramienta de comunicación eficaz y permite segmentar e individualizar. Igualmente, las estrategias de marketing a través de dispositivos móviles consiguen un alto nivel de interactividad por su carácter instantáneo y permite dar respuesta a los consumidores de manera inmediata.(Mass et al., 2016). Así mismo los medios sociales es un grupo de medios en línea que permiten la interrelación y el intercambio de contenidos entre un conjunto de personas que son los cibernautas de estas redes sociales (Picher Vera, 2014).

Celaya (2008) define que las redes sociales son lugares en la web donde se publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, desconocidos y conocidos. Por otro lado, Ponce (2017) confirma que una red social es una estructura social formada por personas o sujetos que están conectados por algún tipo de relación o interés común. Además, se inventaron para favorecer las relaciones entre personas en distintas partes del mundo, ya que ofrecen una combinación única de tecnología e interacción social que crea valor personal para los usuarios. Son herramientas de comunicación en línea en las que los usuarios pueden publicar comentarios, fotos, videos, muchas veces hay un proceso de retroalimentación para identificar problemas conocidos, también se encuentran en el día a día de las personas, gracias a los teléfonos inteligentes podemos conectarnos a cualquier red social, en este sentido las empresas han adaptado nuevas formas de promocionar sus negocios, vender sus servicios y captar nuevos clientes con el marketing en redes sociales, donde Blanco, Medrano y Millán (2008) definen el Social Media Marketing como una de las herramientas del Marketing Online, específicamente del Search Engine Marketing, con el que se busca conseguir la comunicación de una marca, servicio o producto mediante la utilización de redes sociales” lo que da una perspectiva amplia con relación al sin fin de aplicaciones online que se pueden utilizar en calidad de herramientas de marketing. Así mismo se puede decir que para las empresas son muy importantes estos canales de distribución, donde Barrientos (2018), lo define como el proceso que comprende un producto desde su punto de partida hasta su punto final. Es decir, desde que es enviado por su productor hasta que es recibido por el consumidor, no sin olvidarnos de los intermediarios por los que transcurre. Por este motivo, el canal de distribución de una empresa debe ser lo más rápido posible y al mismo tiempo eficaz.

Dentro de las redes sociales más usadas tenemos:

- Facebook, es una red social sin costo que te mantiene en contacto con amigos, familiares o conocidos de todo el mundo. También te permite entablar relaciones profesionales a través de conexiones directas con empresas o perfiles de usuario. Gracias a sus funciones, te

permite conocer a más personas y compartir publicaciones, música, videos, aplicaciones, juegos e imágenes con otros usuarios. Facebook tiene un sistema de mensajería instantánea con una base de usuarios activos que supera los 1200 millones que te permite chatear con amigos que se encuentren conectados al mismo tiempo que tú y es la segunda aplicación de mensajería instantánea más usada en todo el mundo. (Guik e-mkt digital media, 2022)

- Twitter es una red social de microblogging. La actividad principal de esta red social es enviar y recibir tweets: se pueden emitir mensajes de hasta 140 caracteres. Estos "mensajes de texto" son públicos, pero también se pueden enviar mensajes privados a usuarios individuales. Los tweets pueden contener texto, enlaces y otros elementos específicos de Twitter: conjeturas, hashtags. (Palomares, 2018)
- LinkedIn es una red de contactos laborales que tiene como objetivo conectar a diferentes profesionales de cualquier ámbito a través de perfiles personales y de empresas. Es importante enfatizar que LinkedIn no es solo un lugar para que las personas encuentren trabajo, también es un gran lugar para relacionarse con profesionales de diferentes industrias. (Borras-Gene & Blazquez, 2016)
- YouTube, es la red más popular de videos, además genera fuentes de ingresos ya que puedes crear videos para que otros usuarios lo puedan consumir. (Selman, 2017)
- WhatsApp, es la red social más conocida en todo el mundo que ofrece un servicio de mensajería por el cual se pueden enviar, fotos, videos, documentos, mensajes y grabaciones de voz, además de realizar llamadas a amigos y familiares. (SENAMA, 2022)
- Instagram, es una red gratuita para compartir fotos y videos, además, es la herramienta que te permite mostrar tu negocio, promocionarlo y captar a clientes potenciales. Pero lo más importante es que te permite conectarte con tus seguidores. Hay una respuesta que te permite aprender de ellos. Desde hace un tiempo, Instagram permite tanto el uso comercial como el personal. Puede utilizar esta red

social para promover los productos y servicios de su empresa y para comunicar todas sus actividades comerciales. (Gonzalez, 2021)

- TikTok, Es una red donde se puede compartir contenidos de videos pequeños, generalmente en formato de "repetición", así mismo puedes transmitir videos en vivo. Su popularidad se ha disparado, particularmente durante el cierre del 2020 causado por la pandemia de coronavirus.(Grijó Iglesias, 2022)

De acuerdo con Ortiz y Gonzales (2014), el sector turístico ha cambiado significativamente, con el surgimiento del internet, debido a que ha propiciado la alteración de las barreras de entrada en este sector, como minimización de costos, creación de nuevos canales de distribución y facilitación de la transparencia de precios y opiniones, lo cual ha permitido incrementar la eficacia de la industria. Por lo que internet se ha manifestado como una de las formas más generalizadas y revolucionarias de crear lazos y comunidades virtuales, lo que por su alcance y posibilidades de desarrollo ha permitido que la disciplina de la mercadotecnia vea en este canal un potencial de posibilidad para implementar las estrategias necesarias para acercarse al mercado y buscar nuevas oportunidades de negocio. En el sector hotelero, las redes sociales se utilizan como herramientas de estrategia comercial. Son útiles especialmente para la promoción, la gestión comercial y la investigación. En ellas, las páginas de fans dan a los alojamientos hoteleros la oportunidad de promocionar sus marcas, sus productos y sus servicios y mostrarlos a una audiencia global (Leung et al. 2013). El crecimiento de las comunidades de marca y el aumento de la interacción social online, han fomentado que los hoteles vean Facebook como una oportunidad, no solo de promoción, sino también de venta (Minazzi y Lagrosen 2014). Por lo mencionado anteriormente podemos inferir que las redes sociales tienen un gran impacto en el sector hotelero y por ende los hoteles de tres y cuatro estrellas deberían aprovechar al máximo para dar a conocer sus servicios y así captar a nuevos clientes.(Miranda Zavala & Cruz Estrada, 2017)

Wichels (2016) estudió cómo las redes sociales han transformado la comunicación hotelera; como TripAdvisor, Facebook o Twitter están

revolucionando los flujos, los procesos y las herramientas de la comunicación turística exigiendo nuevas prácticas en comunicación debido a que las estrategias y herramientas tradicionales se tornan cada vez menos efectivas. Concluye que una adecuada gestión de la comunicación en línea permite a los hoteles conservar una comunicación bidireccional y simétrica con sus clientes, recibir retroalimentación continua y promocionar sus servicios y productos. (Oliveros Contreras & Martínez, 2017) La evolución de los canales de distribución para productos hoteleros, tiene su origen en un solo canal de distribución, el hotel, en el cual después se adicionaron las agencias de viajes virtuales, páginas web, etc. Por lo tanto, las vías por las cuales un cliente puede realizar una reserva de habitación son muchas. Este puede llamar por teléfono, ir directamente al hotel, llamar al call center del hotel, también por medio de la página web del hotel, o por los intermediarios como booking, airbn, etc. Las tecnologías en la distribución están produciendo un cambio de tal manera que la contratación de productos turísticos está pasando de los agentes de viajes, call center, a los consumidores finales en forma de consumidores individuales por medio del internet, además de las diferentes alianzas que realizan distintos hoteles, con otros hoteles y además con otras atracciones turísticas, con el fin de innovar y tener variedad de planes turísticos para todo tipo de clientes. (Gálvez Villafañe & Patiño Giraldo, 201)

MATRIZ DE CONSISTENCIA: USO DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES EN LOS HOTELES DE TRES Y CUATRO ESTRELLAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, 2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES/DESCRIPTORES	FUENTES E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS
¿De qué manera los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca hacen uso de las redes sociales virtuales para promover sus servicios?	Objetivo General Determinar la manera que los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca hacen uso de las redes sociales virtuales para promover sus servicios.	Uso de las redes sociales virtuales de los hoteles de tres y cuatro estrellas para promover sus servicios.	SERVICIO HOTELERO	• Tipo de habitaciones. • Nro. De Hoteles tres estrellas • Nro. De Hoteles cuatro estrellas. • Servicios complementarios al alojamiento. • Capacidad de alojamiento instalado. • Servicios incluidos en el alojamiento. • Cantidad de paquetes hoteleros por temporada.	• Entrevistas a Gerentes de hoteles de cuatro estrellas • Encuestas a Gerentes de hoteles de tres estrellas
	Objetivos Específicos 1. Describir los servicios de los hoteles de tres y cuatro estrellas en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca. 2. Analizar el uso de las redes sociales por los hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca para promover sus servicios.		REDES SOCIALES	• Tipos de redes sociales utilizadas por los hoteles. • Contenido de publicidad o promoción en las redes sociales. • Frecuencia de publicaciones en las redes sociales • Cantidad de redes sociales utilizadas por los hoteles • Duración del mensaje	Ficha de observación por cada red social de los hoteles.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

a. Nivel de Investigación.

La presente investigación se enmarca en los estudios básica descriptiva. Con la investigación se busca conocer el uso de las redes sociales virtuales en los hoteles de 3 y 4 estrellas del centro histórico de Cajamarca.

Diseño de Investigación.

El diseño de la investigación es no experimental, transversal. Se observarán las dimensiones e indicadores de la variable de estudio en los establecimientos de hospedaje y el uso de las redes sociales virtuales, para la obtención de datos y posteriormente analizarlos. Los datos a recoger corresponderán al segundo semestre del año 2022 y el primer semestre del año 2023.

b. Unidad de Análisis y Observación.

Unidad de Análisis. Empresas hoteleras de 3 y 4 estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca y el uso de redes sociales virtuales en la promoción de sus servicios.

Unidad de Observación. Gerentes de los hoteles de empresas hoteleras de 3 y 4 estrellas del centro histórico de la ciudad de Cajamarca y las redes sociales virtuales que hacen uso los hoteles.

c. Población y muestra.

La población está constituida por trece (13) hoteles de 3 estrellas y dos (2) de 4 estrellas ubicadas en el centro histórico de la ciudad de Cajamarca (Ver Anexo 1), con datos proporcionados por Dircetur Cajamarca en el año 2022. No se emplearán muestras.

d. Técnicas e Instrumento de Recojo de Información.

Entrevistas: Se aplicará una guía de entrevista a los gerentes y/o administradores de los hoteles de tres y cuatro estrellas.

Observación estructurada. Para ello se utilizará una guía de observación de las páginas virtuales y de las características de los hoteles. Haciendo uso de la herramienta de un cuaderno de registro.

e. Procesamiento y Análisis de Resultados.

Los datos recogidos en trabajo de campo y fuentes secundarias se procesarán estadísticamente (distribución de frecuencias, tablas cruzadas, etc.). Se utilizará el paquete estadístico aplicado a las ciencias sociales SPSS.

4. GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

a. Cronograma.

Nro.	ACTIVIDADES	MESES/2023																			
		Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Mayo			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Presentación del proyecto																				
2	Sustentación del proyecto ante Jurado																				
3	Levantamiento de observaciones																				
4	Elaboración de instrumentos de recojo de datos																				
5	Prueba piloto de los instrumentos de recojo de datos																				
6	Recojo de datos (trabajo de campo y gabinete)																				
7	Procesamiento y análisis de datos																				
8	Redacción del informe de resultados																				
9	Sustentación de Tesis																				

b. Presupuesto y financiamiento.

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. Materiales				
Papel bond A4	Millar	1	28.00	28.00
Lapiceros	Caja	1	15.00	15.00
2. Equipos				
Uso de laptops	Hora	160	5.00	800.00
Uso de impresora	Unidad impresiones	500	0.10	50.00
3. Servicios				

Aplicación de encuestas	Encuesta	16	40.00	640.00
Aplicación de entrevistas	Entrevista	6	50.00	300.00
Procesamiento de encuestas	Encuesta	16	5.00	80.00
Procesamiento de entrevistas	Entrevista	6	50.00	300.00
4. Movilidad				
Pasajes interno	Pasaje	160	2.00	320.00
TOTAL				2,533.00

ANEXO

ANEXO 01

<i>Hoteles de cuatro estrellas:</i>	<i>Hoteles de tres estrellas:</i>
• Costas del Sol • Gran Hotel Continental	• Gran Hotel Guisama Restaurante. • Continental. • El Portal del Marqués. • El Mirador del Inca. • Retamas Hotel II. • Hotel Prado. • Hotel Ronderito. • Las Américas.. • Hotel Casa Blanca. • El Clarín. • Hotel los Reyes. • Hotel Cajamarca. • Hotel Sol de Belén.

REFERENCIAS

- Iniesta, F., & Díaz Bernardo, R. (2004, 1 julio). Request Rejected. Euskadinnova. Recuperado 2 de febrero de 2023, de <https://www.spri.eus/euskadinnova/error500.asp?aspxerrorpath=/home.aspx>
- Sánchez Jiménez, M. Á., Fernández Alles, M. T., & Mier-Terán Franco, J. J. (2020). El uso y la importancia de las redes sociales en el sector hotelero desde la perspectiva de los responsables de su gestión. *Investigaciones Turísticas*, 20, 50. https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.03496_T91E.pdf. (s. f.).
- Borras-Gene, O., & Blazquez, A. (2016). Manual de LinkedIn. file:///C:/Users/YERICK/Downloads/Manual_de_Linkedin.pdf
- Celaya, J. (2008). La-empresa-en-la-web-20_9788498751734.jpg (1328×2000). Grupo planeta. https://planetadelibroscom.cdnstatics2.com/usuarios/libros/fotos/52/original/la-empresa-en-la-web-20_9788498751734.jpg
- García, C. (s. f.). Casos de estudio. Las mejores estrategias social media para hoteles. Recuperado 27 de febrero de 2023, de <https://www.amara-marketing.com/blog-turismo/ejemplos-uso-redes-sociales-hoteles>
- Gonzalez, J. (2021, enero 2). Guía Completa de Instagram 2021: Paso a paso para usarla bien. Agencia SEO Barcelona | Posicionamiento web por Adrenalina. <https://www.adrenalina.es/la-guia-completa-de-instagram/>
- Grijó Iglesias, L. (2022). ★ Guía TikTok 2021: Cómo usar TikTok en tu estrategia. <https://letigrijo.com/guia-tik-tok/>
- Guik e-mkt digital media. (2022). Manual de facebook 2022. <https://www.google.com/search?q=manual+de+facebook+2022&oq=MANUAL+DE+F ACEBOO&aqs=chrome..69j0j512l4j0j22i30j625l3.8007j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Jiménez, M. Á. S. (2017). Análisis de la actividad en las Redes Sociales del Sector Hotelero de la Provincia De Cádiz. 10(23).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing (Decimoprimer). PEARSON EDUCACIÓN.
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers. Revista de Sociologia*, 48, 103. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814>
- Mass, R. C. O., Jiménez, L. C. R., & Hernandez, H. M. (2016). Marketing digital: Una mirada al pasado, presente y futuro. 1.

- Miranda Zavala, A. M., & Cruz Estrada, I. (2017, junio 29). Uso de las redes sociales digitales en empresas hoteleras en la ciudad de Tijuana, Baja California. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/1327>
- Oliveros Contreras, D., & Martínez, G. M. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de Bucaramanga (Santander, Colombia). *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 83, 15-30. <https://doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1827>
- Palomares, C. (2018, noviembre 23). La Guía de TWITTER más completa. Lowe Marketing. <https://lowemarketing.com/twitter-guia-completa/>
- Picher Vera, D. (2014). Medir el rendimiento y el presupuesto de marketing online. El caso de Azud. Universidad Politécnica de Cartagena.
- Ponce, I. (2017, abril 17). Monográfico: Redes Sociales—Historia de las redes sociales | Observatorio Tecnológico. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043?start=2>
- Rubio, C. S., & Cánovas, J. P. M. (2019). El Uso de las Redes Sociales en el Sector Hotelero de la Región de Murcia.
- Selman, H. (2017). Marketing Digital. IBUKKU.
- SENAMA. (2022, febrero 13). Manual para el uso de WhatsApp – Repositorio Siempre Aprendiendo. <https://www.siempreaprendiendo.cl/repositorio/manual-para-el-uso-de-whatsapp-pdf/>
- Watts, D. J. (2006). Seis grados de separación: La ciencia de las redes en la era del acceso. Grupo Planeta (GBS).
- De la Hera, C. (2022, 2 junio). Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución -. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Hütt Herrera, H., (2012). Las Redes Sociales: una nueva herramienta de difusión Reflexiones, 91(2), 121-128.
- Ponce, Isabel (2012) Monográfico: Redes Sociales. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043/redessociales?start=1>
- Miranda Zavala, A. M., & Cruz Estrada, I. (2017). Uso de las redes sociales digitales en empresas hoteleras en la ciudad de Tijuana, Baja California. *Revista Nacional de Administración*, 8(1), 46-60. <https://doi.org/10.22458/rna.v8i1.1327>

Gálvez Villafañe, V., & Patiño Giraldo, N. (2019). Canales De Distribución En El Sector Hotelero Hoteles Independientes. Universidad Icesi. Recuperado 20 de febrero de 2023 de [https:// repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream 10906/85051/1/TG02258.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/85051/1/TG02258.pdf)



Universidad Nacional de Cajamarca

"Norte de la Universidad Peruana"
Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las diez de la mañana del día 24 de enero de 2025, reunidos en el auditorio "Ima Sumac" de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Sociales, dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución de Consejo de Facultad N° 0191-2024-FCS-UNC, el Jurado Evaluador, presidido por el Dr. Pedro Napoleón Sánchez Legrás, como secretario el M.Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala y como vocal la Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva, y en calidad de asesor el Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo, se procedió a la sustentación de la Tesis titulada: **"USO DE REDES SOCIALES VIRTUALES EN HOTELES DE TRES Y CUATRO ESTRELLAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CAJAMARCA, 2022"** presentada por las Bachilleres **Carmen Cecilia Alvarado Brophy y Elena Castrejón Carrasco** para optar el **Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería** de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Cajamarca.

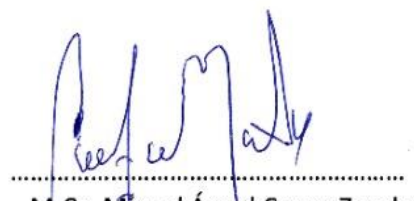
El presidente del Jurado Evaluador inició el acto de sustentación, haciendo la respectiva presentación e indicaciones a las Bachilleres, manifestándole el tiempo que dispone para la sustentación y fundamentación de los aspectos principales de la tesis.

Concluida la exposición, los integrantes del jurado formularon sus comentarios y preguntas respectivas sobre el tema, las mismas que fueron absueltas y consideradas por las sustentantes para la presentación del informe final.

Acto seguido el presidente del jurado invitó a las sustentantes y asistentes en general a que abandonaran la sala, para la deliberación y calificación respectiva. Realizado el acto deliberativo el Jurado determinó aprobar la tesis con el calificativo de Bueno (15)

Siendo las 10:54 hrs. del mismo día, se dio por concluido dicho acto académico, firmando el jurado en señal de conformidad.


Dr. Pedro Napoleón Sánchez Legrás
PRESIDENTE


M.Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala
SECRETARIO


Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva
VOCAL



Universidad Nacional de Cajamarca

"Norte de la Universidad Peruana"
Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
TURISMO Y HOTELERÍA**



ACTA DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES DE TESIS

El Jurado Evaluador de la Tesis titulada: **" Uso de las redes sociales virtuales en hoteles de tres y cuatro estrellas del Centro Histórico de Cajamarca, 2022 "**, presentado por las Bachilleres Carmen Cecilia Alvarado Brophy y Elena Castrejón Carrasco, otorgan su conformidad del levantamiento de las observaciones y sugerencias realizadas en el acto académico de la sustentación.

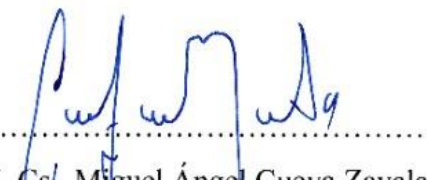
Cajamarca, 05 de agosto de 2025



.....

Dr. Pedro Napoleón Sánchez Legras

PRESIDENTE



.....

M. Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala

SECRETARIO



.....

Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva

VOCAL