

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA KHIPU

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (BACHILLER)

CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOTEL CUSCO BED AND BREAKFAST, 2024

Línea de investigación: Clima
Organizacional

Autores:

- Huillca Arredondo Marycielo

Código ORCID: 0009-0005-9288-
6885

**Trabajo de Investigación para optar
el Grado de Bachiller en:
Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras**

Asesor: Serna Bravo José Armando

Código ORCID: 0000-0002-5606-4201

CUSCO PERÚ

2025

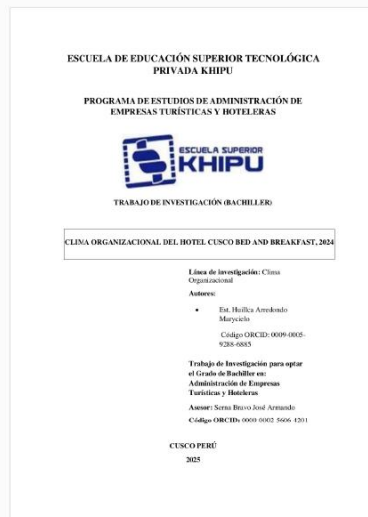


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Marycielo Huilca Arredondo
Título del ejercicio: Clima Organizacional del Hotel Cusco Bed And Breakfast 2024
Título de la entrega: MARYCIELO HUILLCA ARREDONDO - Trabajo de investigación...
Nombre del archivo: MARYCIELO_HUILLCA_ARREDONDO_-_Trabajo_de_investigació...
Tamaño del archivo: 1.33M
Total páginas: 62
Total de palabras: 11,385
Total de caracteres: 69,736
Fecha de entrega: 22-sept-2025 06:48p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2759151699



14% Similitud general

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




Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 12 palabras)

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

- 12%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 11%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Agradecimiento

Dedico el presente trabajo, en primer lugar, a Dios, fuente de sabiduría, fortaleza y más que todo guía a lo largo de mi vida, por guiar mi camino y haberme brindado las oportunidades para poder crecer y avanzar como persona. A mis padres, por su amor, comprensión, sacrificios y más que todo constante apoyo, quienes me enseñaron a ser perseverante, humilde y responsable ante cualquier situación. A mis hijos que, a pesar de ser pequeños, me brindan su compañía, comprensión, alegría en cada momento difícil y en cada logro alcanzado.

Extiendo mi dedicatoria a todos mis docentes, por compartir su conocimiento, motivarme a explorar nuevas ideas, durante toda esta etapa. Agradezco profundamente su paciencia y dedicación durante este proceso formativo. Finalmente, a mis amigos, compañeros de esta etapa, por su compañía, apoyo emocional y momentos compartidos, lleno de gratas experiencias.

Marycielo

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo describir el clima organizacional del hotel Cusco Bed and Breakfast. Se utilizó la metodología con un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo de diseño no experimental y de tipo básico. La población de la presente investigación estuvo conformada por 12 colaboradores, y la misma cantidad fue utilizada como muestra. La técnica utilizada para la investigación fue la encuesta, el instrumento utilizado fue el cuestionario, como resultado principal, se obtuvo que el clima organizacional alcanzo un nivel de 63.8%, requiriendo mejoras en su implementación, calificación y reconocimiento que permita mejorar a cada uno de los colaboradores del Hotel Cusco B&B.

Palabras clave: Clima Organizacional, Comunicación, toma de decisiones.

Abstrac

The present research aimed to describe the organizational climate of the Cusco Bed and Breakfast Hotel. A descriptive, quantitative, non-experimental design was used as a methodology. The population of this research consisted of 12 employees, and the same number was used as a sample. The research technique used was a survey and a questionnaire. The main result was that the organizational climate reached a level of 63.8%. Improvements in its implementation, qualification, and recognition are required to enable each of the employees at the Cusco B&B Hotel to improve.

Keywords: Organizational Climate, Communication, Decision-making.

Índice

Agradecimiento	ii
Resumen	iii
Abstrac.....	iv
Índice	v
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
CAPITULO I INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Descripción del Problema.....	1
1.2. Formulación del Problema.....	7
1.3. Objetivos de Investigación	7
1.4. Justificación	7
1.5. Delimitación de la investigación	9
CAPITULO II.....	11
MARCO	11
TEÓRICO.....	11
2.1. Antecedentes de estudios	11
2.2 Bases teóricas.....	14
2.3 Base conceptual	19
2.3.1 Organización	19
2.3.2 Motivación	20
2.3.3 Incentivos.....	20
2.3.4 Estrategias	20
2.3.5 Credibilidad	21
2.3.6 Correlación.....	21
2.3.7 Recompensas	21
2.3.8 Cuantitativa	21
2.3.9 Estadísticas.....	22
2.3.10 Retroalimentación	22
2.4 Operacionalización de la variable.....	13
CAPITULO III	14
METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo de Investigación.....	14
3.2. Nivel de Investigación	14

3.3. Diseño de investigación	14
3.4. Población	15
3.5. Muestra	15
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de la Información	15
3.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de la Información.....	15
CAPITULO IV	17
RESULTADOS	17
4.1. Presentación de resultados.....	17
4.2. Variable: Clima organizacional	17
4.2.1. Resumen análisis por dimensiones	18
4.2.2. Dimensión: Comunicación	19
4.2.3. Dimensión: Motivación	22
4.2.4. Dimensión: Toma de Decisión	25
CONCLUSIONES.....	29
RECOMENDACIONES	31
Bibliografía.....	33
ANEXOS	36
a. validación de dimensiones.....	36
b. Marco institucional	37
Ubicación	38
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	1
Matriz de Operacionalización	1
Anexo 2. Matriz Instrumentos aplicado.....	1
Anexo 3. Evidencia fotográfica	2

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable	13
Tabla 2 Población	15
Tabla 3 Clima organizacional.....	17
Tabla 4 Tabla resumen por dimensión – Clima organizacional	18
Tabla 5 La información se transmite de manera fluida entre los miembros del equipo.....	19
Tabla 6 Los mensajes que se comunican son claros y fáciles de entender.....	20
<i>Tabla 7 Recibo respuestas oportunas a mis consultas y necesidades.....</i>	<i>21</i>
Tabla 8 Me siento identificado con los objetivos del hotel.....	22
Tabla 9 Mis logros en el trabajo son reconocidos por mis superiores.....	23
Tabla 10 <i>Participo en programas de incentivos o recompensas ofrecidos por el hotel. ...</i>	<i>24</i>
Tabla 11 Tengo la oportunidad de participar en las decisiones que afectan mi trabajo.	25
Tabla 12 Las opiniones de los empleados son tomadas en cuenta en las decisiones del hotel.	26
Tabla 13 Las decisiones tomadas por la dirección son transparentes y claras.	27

Índice de figuras

Figura 1 Mapa del Hotel Cusco Bed and Breakfast	9
Figura 2 Clima organizacional	17
Figura 3 Dimensiones– Clima organizacional.....	18
Figura 4 Información	20
Figura 5 Mensajes Claros	21
Figura 6 Respuestas oportunas	22
Figura 7: Me siento identificado con los objetivos del hotel.....	23
Figura 8 Logro de trabajo	24
Figura 9 Participo en programas.....	25
Figura 10 participaciones.....	26
Figura 11 Opiniones	27
Figura 12 Decisiones	28
Figura 13 Ubicación del Hotel cusco Bed and Breakfast.....	38

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del Problema

El clima organizacional a nivel global es motivo de diversos estudios debido a que muchas empresas tienen problemas sobre el tema. Se observa una alta incidencia en la falta de motivación de los colaboradores, insatisfacción generada por diversos factores lo que finalmente afecta el logro de los objetivos planteados por las empresas.

El Clima organizacional se entiende como la percepción compartida que tienen los miembros de una organización sobre su ambiente de trabajo, el cual influye directamente en su motivación, producción y satisfacción laboral. Representa el ambiente psicológico que se genera dentro de la empresa como resultado de la interacción entre las personas, las normas, la cultura y las estructuras organizativas. (Stringer, 1968)

El ambiente en el cual se desempeñan los trabajadores y las percepciones que tienen estos sobre su entorno laboral, es de marcada importancia hoy en día para todas las organizaciones, las cuales encaminan esfuerzos para su mejoramiento continuo, en aras de lograr el aumento de la productividad, dedicando empeño al talento humano y la calidad de los servicios.

El clima organizacional es un factor clave en la gestión de personas, ya que refleja la percepción que tienen los trabajadores sobre su entorno laboral. Su importancia radica en que influye directamente en la motivación, productividad, cuando los colaboradores perciben un entorno justo y motivador, tienden a comprometerse más con los objetivos organizacionales. (Chiavenato, 2009)

A nivel internacional, el clima organizacional en el sector hotelero se ha convertido en un factor crítico que influye directamente en el desempeño del personal, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Diversos estudios han demostrado que un clima organizacional desfavorable puede generar altos niveles de rotación de empleados, bajo compromiso laboral y deficiencias en la atención al cliente, afectando negativamente la competitividad de los hoteles en un mercado global altamente dinámico (Barboza, Rivera, & Peralta, 2023).

En muchos hoteles, especialmente aquellos con estructuras jerárquicas rígidas o deficiencias en la comunicación interna, los colaboradores enfrentan un entorno laboral caracterizado por la falta de motivación, escaso reconocimiento y una limitada participación en la toma de decisiones. Estos factores deterioran el clima organizacional y reducen la productividad y la fidelización del talento humano (Karatepe, 2013).

Asimismo, la industria hotelera, al depender de un servicio personalizado y de alta calidad, requiere de un entorno laboral positivo que promueva la colaboración, el bienestar del personal y la alineación con los objetivos institucionales. Sin embargo, numerosos hoteles en distintos países aún no cuentan con políticas claras ni estrategias efectivas para gestionar y mejorar su clima organizacional, lo que representa una debilidad estructural en el contexto de la competitividad internacional (Kim, Lee, & Carlson, 2010).

A nivel nacional en Perú, el clima organizacional en el sector hotelero representa un desafío persistente, especialmente en regiones con alta actividad turística como Cusco, Arequipa y Lima. A pesar del crecimiento del turismo en los últimos años, muchos hoteles en el país aún presentan deficiencias en la gestión del talento humano, reflejadas en bajos niveles de satisfacción laboral, comunicación interna limitada y escasas políticas de reconocimiento (MINCETUR, 2021).

Estudios realizados en el Perú evidencian que un porcentaje significativo de trabajadores del sector hotelero percibe un ambiente laboral poco motivador, con falta de oportunidades de desarrollo profesional y baja participación en los procesos de toma de decisiones, lo cual afecta directamente su desempeño y compromiso con la organización (Espinoza La Serna & Laca Ramirez, 2020) Estas condiciones impactan negativamente no solo en el bienestar de los colaboradores, sino también en la calidad del servicio ofrecido a los clientes, en un sector donde la experiencia del huésped depende en gran medida del trato recibido.

Además, la informalidad laboral que aún persiste en gran parte del rubro hotelero peruano agrava la problemática del clima organizacional, ya que limita el acceso a beneficios laborales, estabilidad y condiciones adecuadas de trabajo. Ante esta situación, se vuelve urgente promover estrategias de mejora del clima organizacional que permitan no solo optimizar el rendimiento del personal, sino también elevar la competitividad de los hoteles peruanos frente a un entorno turístico globalizado.

A nivel local en la ciudad del Cusco, uno de los principales destinos turísticos del Perú y de América Latina, el adecuado funcionamiento del sector hotelero es fundamental para sostener la calidad de la experiencia turística. Sin embargo, a nivel organizacional, diversos hoteles locales enfrentan dificultades relacionadas con la comunicación interna, una dimensión clave del clima organizacional. Estas deficiencias se evidencian en mensajes poco claros, falta de retroalimentación entre niveles jerárquicos y escasa coordinación entre áreas, lo cual genera confusión en las tareas, duplicación de funciones y desmotivación en los colaboradores (Aguirre Castro, 2025).

La ineficiencia en los procesos de comunicación dentro de los hoteles de Cusco no solo repercute en el desempeño individual y colectivo del personal, sino también afecta la

percepción del cliente, al producir errores operativos y demoras en el servicio. En un sector altamente competitivo y centrado en la atención al cliente, estos problemas pueden disminuir significativamente los estándares de calidad que exige el turismo internacional. Además, una comunicación deficiente obstaculiza la construcción de un ambiente laboral saludable, disminuye la confianza en la gestión y limita el sentido de pertenencia del trabajador con la organización (Gamarra, 2021).

Por ello, es indispensable identificar y analizar el estado de la comunicación organizacional en los hoteles del Cusco, con el fin de implementar estrategias que mejoren esta dimensión y, en consecuencia, optimicen tanto el clima organizacional como la calidad del servicio brindado.

En el caso del Hotel Cusco Bed and Breakfast, se ha identificado un clima organizacional negativo, principalmente debido a la falta de comunicación entre los trabajadores, lo que representa un gran desafío para brindar un servicio de calidad a los huéspedes.

Actualmente, el problema del clima organizacional del hotel Cusco Bed and Breakfast radica en lo siguiente, se ha identificado una deficiencia significativa en el proceso de comunicación interna, especialmente entre los turnos del área de recepción. El recepcionista del turno noche (nochero) y la recepcionista del turno mañana no intercambian información al momento del cambio de turno, debido a la falta de coincidencia entre sus horarios de entrada y salida. Como consecuencia, no se transmite adecuadamente lo sucedido durante el turno anterior, lo que genera una desconexión informativa.

Esta falla de comunicación tiene un impacto directo en otras áreas como cocina y Housekeeping, que dependen de los datos proporcionados por recepción para organizar sus tareas. Por ejemplo, el área de cocina no recibe información precisa sobre la cantidad de

desayunos que deben prepararse diariamente, lo que afecta la planificación del servicio y genera una percepción negativa por parte de los huéspedes.

Este problema se ve reflejado especialmente en las evaluaciones de clientes provenientes de plataformas como Booking, quienes han dejado comentarios desfavorables y bajas calificaciones debido a fallas en el servicio. Por lo tanto, se concluye que la falta de una estrategia de comunicación efectiva entre los turnos de recepción está afectando no solo la operatividad del hotel, sino también su reputación y nivel de satisfacción del cliente.

Respecto a la motivación del personal en el hotel materia del presente trabajo de investigación, se ha identificado una deficiencia significativa en cuanto a la motivación del personal, atribuida principalmente a la falta de reconocimiento por parte del gerente. A pesar de los buenos resultados obtenidos en plataformas como Booking, donde se han recibido puntajes positivos y comentarios favorables por parte de los huéspedes, no existen incentivos ni palabras de felicitación hacia los colaboradores. Por el contrario, la única respuesta del gerente ante estas mejoras es un aumento en las exigencias laborales, sin mostrar satisfacción ni valorar el esfuerzo diario del equipo.

Esta falta de reconocimiento ha generado un clima laboral negativo, caracterizado por el desánimo, el estrés y la frustración del personal. Muchos empleados expresan no comprender claramente qué espera el gerente de ellos ni cuáles son las metas reales, lo que provoca confusión y desmotivación. Como consecuencia, se observa una alta rotación de personal, ya que los colaboradores suelen renunciar en un corto período, sin superar los dos meses de permanencia en la empresa.

En el análisis de la toma de decisiones gerenciales del hotel Bed and Breakfast, se ha identificado una tendencia preocupante a priorizar soluciones de corto plazo sin considerar el impacto operativo y su reputación en el mediano y largo plazo. Una de las decisiones más

críticas ha sido el despido de personal clave, particularmente en el área de recepción, lo que ha generado un deterioro significativo en la calidad del servicio. Para cubrir estas vacantes, se ha optado por contratar personal sin experiencia en el sector hotelero ni conocimientos sobre los protocolos básicos de atención al huésped, lo que ha resultado en una atención deficiente, errores operativos y un incremento en los comentarios negativos por parte de los clientes.

Adicionalmente, el gerente ha decidido recortar gastos en áreas esenciales, como el mantenimiento de la ropa de baño. Por ejemplo, las toallas de cuerpo, pese a encontrarse visiblemente desgastadas por el uso continuo, no han sido renovadas. Esta omisión impacta directamente en la percepción de limpieza y cuidado, factores determinantes en la evaluación del huésped. Contradictoriamente, se han destinado recursos a la compra de plantas y elementos decorativos para las habitaciones, priorizando la estética superficial por encima de la funcionalidad y la higiene.

Estas decisiones reflejan una mala gestión de prioridades que afecta negativamente tanto al desempeño del equipo como a la experiencia del cliente, derivando en malas calificaciones, pérdida de reputación y una disminución en la competitividad del hotel.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cuál es el clima organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuáles son las características de los procesos de comunicación organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?
- ¿Qué factores motivacionales están presentes en el ambiente laboral del hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?
- ¿Cómo perciben los colaboradores los procesos de toma de decisiones en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?

1.3. Objetivos de Investigación

1.3.1 Objetivo general

- Determinar el clima organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast, 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir las características de los procesos de comunicación organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024.
- Identificar los factores motivacionales presentes en el ambiente laboral del hotel Cusco Bed and Breakfast durante el 2024.
- Analizar la percepción de los colaboradores sobre los procesos de toma de decisiones en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024.

1.4. Justificación

1.4.1 Valor práctico

Desde una perspectiva práctica, esta investigación ofrece una mejora para el hotel “Cusco Bed and Breakfast”. Al comprender las características del clima organizacional para sus colaboradores, el hotel podrá implementar programas de mejora para un buen clima organizacional entre los colaboradores. Esto podrá derivar en una mejor convivencia y comunicación entre ellos, lo cual impacta favorablemente para la organización dando un buen servicio al cliente.

1.4.2 Valor teórico

La investigación sobre el clima organizacional en el contexto hotelero identifica problemas de deficiencia en el ambiente laboral del personal, la presentación de alimentos y bebidas, y los procesos de Check-in y Check-out se justifica por enfocar un tema referido a los recursos humanos, específicamente sobre la influencia del clima organizacional. El objetivo de este estudio Determinar el clima organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast, 2024 que podría solucionar la problemática planteada y de esta manera contribuir a mejorar el clima laboral en el hotel de referencia, lo que también permitirá incrementar el número de huéspedes, crear oportunidades de empleo y mejorar el posicionamiento del hotel en el mercado competitivo hotelero.

1.4.3 Valor metodológico

Metodológicamente, esta investigación plantea una exploración descriptiva de las características del clima organizacional entre los colaboradores, lo que permitirá desarrollar instrumentos de medición y técnicas de sabidurías que puedan ser aplicados en futuros estudios. Este enfoque metodológico, orientado al clima organizacional podrá servir como modelo para investigaciones similares, contribuyendo así el avance metodológico en el estudio del clima organizacional en el sector de los colaboradores de un hotel.

1.5. Delimitación de la investigación

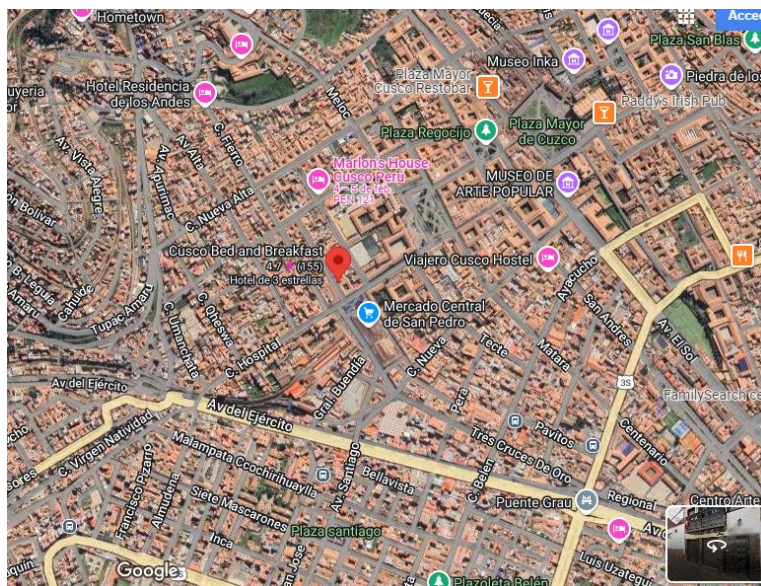
1.5.1 Delimitación temporal

El periodo de la investigación se limita al año 2024, enfocándose la evaluación y análisis del clima organizacional de los colaboradores de este año. La recolección de datos y el análisis se llevará a cabo dentro de este periodo, con el fin de obtener una visión de mejora en cuanto al clima organizacional de los colaboradores del hotel Cusco Bed and Breakfast.

1.5.2. Delimitación espacial

La investigación se llevará a cabo en el hotel Cusco Bed and Breakfast, ubicado en la ciudad del Cusco, ubicado en la calle unión Nro. 140 frente al mercado San Pedro. El estudio se limita a este establecimiento específico y su entorno de trabajo, la delimitación espacial nos permite concentrarnos en los factores y características propias del hotel, proporcionando una visión detallada y contextualizada del clima organizacional de sus colaboradores.

Figura 1 Mapa del Hotel Cusco Bed and Breakfast



Nota: Google Maps

1.5.3. Delimitación Conceptual

La investigación se centra en los colaboradores del hotel Cusco Bed and Breakfast, este grupo está compuesto por personal de atención al cliente entre ellos

repcionistas, personal del área de limpieza, meseros, cocineros y otros, quienes desarrollan un rol clave en el hotel para brindar servicio de calidad. (La delimitación social de la presente investigación abarca a los trabajadores de este establecimiento del sector hotelero).

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

2.1.1 Antecedentes internacionales

(María, 2017), en su trabajo de investigación titulado "Diagnóstico del Clima Organizacional en los Hoteles H&M, Palmira (Valle), Colombia, 2017", se plantearon como objetivo general diagnosticar el clima organizacional en los Hoteles H&M de Palmira, con el fin de identificar su influencia en el comportamiento de los empleados, la satisfacción del cliente y la sostenibilidad de la cadena productiva regional. La investigación se desarrolló con una metodología deductiva y bajo un enfoque descriptivo y cualitativo, utilizando como técnicas principales las entrevistas y el análisis de contenido. La muestra fue seleccionada considerando distintos departamentos del hotel, con el propósito de obtener una visión amplia del ambiente laboral. Como conclusión, el estudio evidenció que el conocimiento del clima organizacional por parte de los empleados contribuye a una percepción positiva del entorno de trabajo, lo que repercute favorablemente en su rendimiento y, en consecuencia, en la experiencia del cliente y en el fortalecimiento de la sostenibilidad empresarial en la región.

De acuerdo con (Martínez Santacruz & González Guartatanga, 2017), en su investigación titulada "Estudio del Clima Laboral y su Influencia en la Productividad y el Rendimiento del Hotel Sheraton situado en la Ciudad de Guayaquil", tuvo como objetivo general analizar el clima laboral en dicho hotel y determinar su influencia en la productividad y el rendimiento del personal. La investigación se desarrolló con una metodología deductiva y un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional, utilizando encuestas estructuradas aplicadas a una muestra representativa de los trabajadores de diferentes áreas del hotel. Los datos

recolectados fueron analizados estadísticamente para identificar relaciones entre las variables del clima organizacional y el desempeño laboral. Como conclusión general, el estudio evidenció que un clima laboral positivo, caracterizado por un liderazgo participativo, comunicación efectiva, reconocimiento al esfuerzo y condiciones físicas adecuadas, incide directamente en una mayor productividad y mejor rendimiento del personal, lo cual contribuye a mejorar la calidad del servicio y la competitividad del hotel.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Según (De la Cruz Postigo & Castillo Llano, 2017), en su tesis titulada "Influencia del Clima Organizacional en el Desempeño Laboral del Personal de la Agencia de Viajes Castle Travel de la Ciudad de Arequipa, 2017", tuvo como objetivo general determinar la influencia del clima organizacional en el desempeño laboral del personal de dicha agencia. El estudio se desarrolló con una utilización de una metodología deductiva y un enfoque explicativo, ya que no solo buscó describir las condiciones del ambiente laboral, sino también analizar cómo estas afectan el rendimiento del personal. La metodología incluyó una revisión bibliográfica y la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas a los empleados de la agencia, con el fin de evaluar su percepción sobre el clima organizacional y su desempeño. Los datos recolectados fueron analizados estadísticamente mediante cuadros comparativos y procesamiento de indicadores. Como conclusión general, se determinó que existe una influencia significativa del clima organizacional sobre el desempeño laboral, destacándose la necesidad de mejorar ciertos factores internos y externos del entorno de trabajo. Se propusieron acciones orientadas a optimizar estos aspectos para fortalecer tanto el clima laboral como la productividad del personal.

(Tello San Miguel, 2020), en su tesis titulada "Influencia del Clima Organizacional en el Desempeño de los Trabajadores de un Hotel 5 Estrellas en

Miraflores", tuvo como objetivo principal determinar cómo el clima organizacional influye en el desempeño laboral del personal del hotel Belmont Miraflores Park. La investigación se desarrolló con una metodología deductiva y bajo un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo-correlacional, orientado a medir la relación entre variables del entorno laboral, como las relaciones humanas, la convivencia interna y las condiciones físicas del ambiente de trabajo, con el rendimiento de los empleados. La metodología consistió en la aplicación de cuestionarios estructurados a los trabajadores del hotel, cuyos resultados fueron analizados estadísticamente para identificar correlaciones significativas. Como conclusión general, se determinó que un clima organizacional favorable influye positivamente en el desempeño del personal, destacando que una buena convivencia y condiciones laborales adecuadas potencian la productividad y calidad del servicio. No obstante, se identificaron deficiencias en las relaciones internas que afectan negativamente el rendimiento, por lo que se recomienda implementar acciones estratégicas para fortalecer el ambiente laboral y mejorar el desempeño colectivo.

2.1.3 Antecedentes Locales

(Espinoza Vilca, 2025), en la tesis titulada “Habilidades directivas y clima organizacional en hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Cusco, 2025” tuvo como objetivo determinar en qué medida las habilidades directivas se relacionan con el clima organizacional en hoteles de 3 estrellas de la ciudad del Cusco. Para lo cual se optó por usar una metodología inductiva y un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo/correlacional, de diseño no experimental transversal que se realizó a la totalidad de la población (Censo) de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad del Cusco, siendo un total de 84 establecimientos. Para esta investigación se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y su instrumento el cuestionario. Gracias a los resultados obtenidos de la prueba Chi – cuadrado, con un $p \text{ valor} = 0.000 < 0.05$ y un

grado de relación mediante la correlación de Spearman de $r= 0.758^{**}$. Se concluyó que existe una relación positiva considerable entre las habilidades directivas y el clima organizacional de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad del Cusco 2025, demostrando que a medida que las habilidades directivas mejoran, también lo hace el clima organizacional.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teoría del Campo de Lewin

Kurt Lewin, pionero de la psicología social, propuso la Teoría del Campo (Field Theory), donde conceptualiza el clima organizacional como un "espacio vital" dinámico que surge de la interacción entre los individuos y su entorno laboral (Kurt, 1939). Según esta teoría, el comportamiento de los empleados no puede entenderse de forma aislada, sino como resultado de fuerzas psicológicas (motivaciones, percepciones) y ambientales (políticas, liderazgo). Lewin introdujo la idea de que el clima es un fenómeno percibido, no objetivo, y que puede modificarse mediante intervenciones en el entorno organizacional.

2.2.2 Teoría de los climas organizacionales de Litwin y Stringer

Litwin y Stringer desarrollaron un modelo motivacional del clima organizacional, identificando nueve dimensiones clave: estructura organizacional, estándares de desempeño, recompensas, conflicto, apoyo grupal, identidad, tolerancia al riesgo, calidez humana y liderazgo (Litwin & Stringer, 1968). Su enfoque destaca que el clima influye directamente en la motivación y productividad de los empleados. Por ejemplo, un clima con altos estándares y recompensas claras fomenta el alto rendimiento, mientras que un clima rígido y conflictivo genera desmotivación. Este marco sentó las bases para instrumentos de medición del clima laboral.

2.2.3 Modelo Schneider Climates for Service

El modelo *Climates for Service* de Schneider se refiere a una teoría del clima organizacional centrada en el servicio al cliente, que explica cómo las percepciones compartidas de los empleados sobre políticas, prácticas y comportamientos orientados al servicio afectan el desempeño del servicio que brindan las organizaciones. En este modelo, se plantea que existen “issues de base” (recursos, entrenamiento, prácticas gerenciales, servicios interdepartamentales) que constituyen el fundamento del clima de servicio; ese clima, a su vez, influye en los comportamientos de servicio de los trabajadores, lo que repercute en las percepciones del cliente sobre la calidad del servicio, la satisfacción y la lealtad (Schneider, 2013)

2.2.4 Modelo de clima organizacional

El modelo de clima organizacional propuesto por (González, 2014) y colaboradores se centra en la interacción entre el clima organizacional y la cultura organizacional, destacando cómo las prácticas de recursos humanos influyen en la fortaleza del clima laboral. Este modelo sugiere que la intensidad y fortaleza de la cultura organizacional están positivamente relacionadas con la consistencia y consenso en las prácticas de recursos humanos, lo que a su vez fortalece el clima organizacional. La investigación destaca la importancia de la coherencia entre los valores y creencias organizacionales y las prácticas de gestión para promover un clima laboral positivo y un desempeño organizacional óptimo.

2.2.5 Teoría de los factores de Herzberg

- Factores Motivacionales

Para Herzberg, llama motivadores a la clase de factores que conducen a la satisfacción en el trabajo. Su análisis indica que estos factores se relacionan directamente con el contenido del propio trabajo. Motivadores son el logro, el reconocimiento, el trabajo, la responsabilidad, el avance y el crecimiento personal

- Factores Higiénicos

Para Herzberg, los factores higiénicos son los relacionados con la insatisfacción. Su presencia es un grado suficiente para el trabajador pues tiene 40 efecto preventivo, y evita la insatisfacción de éste. Sin embargo, sea cual sea su combinación, nunca producirán motivación en una persona. Herzberg observó que esta clase de factores se puede asociar al contexto del trabajo. Se incluyen aquí las políticas de la compañía, el estilo de supervisión, las relaciones con el supervisor y los compañeros, las condiciones físicas de trabajo o el salario. Por lo que concluye que solo los factores motivadores producen satisfacción en el trabajo, mientras los de higiene sirven únicamente para prevenir la insatisfacción. (Nickerson, 2025)

2.2.6 Clima organizacional

El clima organizacional es un concepto que hace referencia al conjunto de percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto a su entorno laboral. Según Chiavenato (2009), este clima se forma a partir de las experiencias, creencias y expectativas de los trabajadores en relación con las políticas, prácticas y procedimientos internos de una empresa. A lo largo del tiempo, diversos autores han coincidido en que el clima organizacional tiene un impacto directo en el rendimiento, la satisfacción laboral y el compromiso de los empleados. (Robbins, 2013)

De acuerdo con (García & Navarro, 2004), el clima organizacional puede analizarse a través de cinco dimensiones fundamentales: apertura a los cambios tecnológicos, recursos humanos, comunicación, motivación y toma de decisiones. A continuación, se desarrolla cada una de estas dimensiones con el apoyo de diferentes autores.

2.2.7 Comunicación

La comunicación es uno de los pilares del clima organizacional, ya que a través de ella se transmiten ideas, instrucciones, expectativas y valores. Según (Robbins, 2009), una comunicación efectiva, clara y abierta entre todos los niveles jerárquicos permite el flujo adecuado de información, fortalece la confianza, reduce los malentendidos y favorece la resolución de conflictos.

Por su parte, (Davis & Newstrom, 2003) afirman que un clima laboral positivo se construye sobre la base de una comunicación horizontal y vertical fluida, donde los trabajadores puedan expresar sus opiniones, aportar ideas y recibir retroalimentación. Cuando los canales de comunicación están obstruidos o no son eficaces, se genera desinformación, rumores y sentimientos de frustración que deterioran el ambiente de trabajo. Fomentar reuniones, espacios de diálogo, buzones de sugerencias y el uso de tecnologías de la información son estrategias útiles para mejorar esta dimensión.

2.2.8 Motivación

La motivación es la fuerza interna que impulsa a una persona a actuar para lograr metas y satisfacer necesidades. En el contexto organizacional, está relacionada con el deseo de los trabajadores por contribuir al éxito de la empresa y alcanzar sus propios objetivos. (Herzberg, 1959) Señala que existen factores motivacionales como el reconocimiento, la responsabilidad, el logro y el desarrollo profesional que incrementan la satisfacción laboral, mientras que la ausencia de condiciones higiénicas adecuadas (como salario justo, ambiente físico y relaciones interpersonales) puede generar descontento.

Chiavenato (2009) agrega que un trabajador motivado es más creativo, productivo y comprometido. Para lograr esto, es necesario que la organización reconozca los logros, brinde incentivos, facilite la capacitación y genere un entorno

donde los empleados se sientan escuchados y valorados. La motivación también se relaciona con el sentido de propósito y la identificación con los valores institucionales.

2.2.9 Toma de decisiones

La toma de decisiones en el clima organizacional se refiere al grado de participación que tienen los trabajadores en los procesos que afectan su trabajo y el rumbo de la organización (Mintzberg & Westley, 2006). Sostiene que involucrar a los empleados en la toma de decisiones fortalece su compromiso, mejora la calidad de las soluciones propuestas y refuerza la colaboración.

Cuando los empleados perciben que sus ideas son tomadas en cuenta y que pueden influir en las decisiones que los afectan, se sienten empoderados y parte importante del equipo. Por el contrario, cuando las decisiones son impuestas de manera unilateral, se genera desmotivación y desapego. Promover una cultura participativa, donde se valore el juicio profesional y se fomente el trabajo en equipo, mejora notablemente esta dimensión y, por ende, el clima organizacional en su conjunto.

2.2.10 Indicadores de las dimensiones de la variable:

a. Fluidez en la información: Se refiere a la facilidad y continuidad con la que circula la información dentro de una organización, permitiendo que todos los miembros estén informados de manera eficiente (Robbins & Judge, 2013).

b. Claridad en los mensajes: Implica que los mensajes transmitidos sean comprensibles, precisos y sin ambigüedades, lo cual mejora la comprensión y reduce los errores (Chiavenato, 2009).

c. Oportunidad en las respuestas: Es la capacidad de responder de manera rápida y adecuada ante situaciones o requerimientos internos, lo que favorece la eficiencia organizacional (Davis & Newstrom, 2003).

d. Identificación con los objetivos: Se refiere al grado en que los empleados comparten y se comprometen con las metas de la organización, alineando su trabajo con dichos fines (Robbins & Coulter, 2012).

e. Reconocimiento de logros: Consiste en valorar públicamente los esfuerzos y resultados positivos de los empleados, lo cual incrementa su motivación (Herzberg, 1959).

f. Participación en incentivos: Implica que los trabajadores tengan acceso a beneficios económicos o no económicos como recompensa por su rendimiento (Chiavenato, 2002).

g. Participación en decisiones: Es el involucramiento de los empleados en los procesos de toma de decisiones, lo que promueve el compromiso y el sentido de pertenencia (Mintzberg, 2006).

h. Inclusión de opiniones: Se refiere a considerar activamente las ideas y sugerencias de los trabajadores en temas organizacionales relevantes (Robbins & Judge, 2013).

i. Transparencia en decisiones: Consiste en comunicar de manera clara y honesta las razones detrás de las decisiones, fortaleciendo la confianza y credibilidad (Sánchez, 2015).

2.3 Base conceptual

2.3.1 Organización

El término organización representa una propuesta ligada a la intención de alcanzar un fin, una prueba de ello se puede hallar cuando se revisan las conceptualizaciones derivadas de diferentes investigaciones en el campo de las ciencias administrativas, por ejemplo (Pavel, 2018) esgrime en su concepto que una organización es “un organismo social orientado al logro de objetivos con una división dada del trabajo”. Si de este concepto apartamos lo clásico de la división del

trabajo, se puede observar que la esencia se conserva en el organismo social orientado al logro de objetivos.

2.3.2 Motivación

Según (Pereira, 2009) La motivación es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, entre ellas la educativa y la laboral, por cuanto orienta las acciones y se conforma así en un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige.

2.3.3 Incentivos

(Krugman, 2018) Define un incentivo como cualquier cosa que motive a una persona a hacer algo. Cuando hablamos de economía, la definición se vuelve más específica: los incentivos económicos son motivaciones financieras para que las personas lleven a cabo ciertas acciones.

2.3.4 Estrategias

Para Mintzberg, Ahlstrand y Lampel citado por (Contreras Sierra, 2013) el concepto de estrategia se puede definir con cinco palabras: Plan, pauta de acción, patrón, posición y perspectiva.

El plan establece el curso de acción definido conscientemente; es una guía para enfrentar una situación. La pauta de acción está dirigida a establecer una maniobra para derrotar a un oponente o competidor. El patrón hace relación al comportamiento en el curso de las acciones de una organización. La posición identifica la localización de la organización en el entorno en que se mueve, es decir, la clase de negocio, actividad, entre otros. Y la perspectiva relaciona a la organización con su entorno, lo que le permitirá establecer determinadas acciones a realizar.

2.3.5 Credibilidad

Según Ohanian (1990) citado por (Villavicencio, 2015) la credibilidad se refiere a la capacidad del mensaje de proyectar experiencia o “expertismo” (expertise), es decir, la capacidad de mostrar que el emisor sabe, comprende y es experto en lo que habla, siendo capaz de proyectar confianza. Así, la experiencia percibida se deriva del conocimiento que muestra la fuente emisora sobre el objeto del mensaje, mientras que la confianza se basa principalmente en la honradez que proyecta el emisor.

2.3.6 Correlación

(Madrigal, 2003) La correlación es una medida estadística que indica la relación entre dos o más variables. Esta puede ser positiva, negativa o nula. Una correlación positiva indica que a medida que una variable aumenta, la otra variable también aumenta, mientras que una correlación negativa indica que a medida que una variable aumenta, la otra variable disminuye. La correlación no implica causalidad, es decir, no necesariamente significa que una variable está causando al cambio en la otra.

2.3.7 Recompensas

Según Eric (1994), citado por (Hotz, 2015) las recompensas pueden definirse como diversos beneficios que se ofrecen a los empleados a cambio de trabajo o valor. Las recompensas pueden ser intrínsecas o extrínsecas, directas o indirectas, y financieras o no financieras.

2.3.8 Cuantitativa

La investigación bajo el enfoque cuantitativo se denomina así porque trata con fenómenos que se pueden medir (esto es, que se les puede asignar un número, como por ejemplo: número de hijos, edad, peso, estatura, aceleración, masa, nivel de hemoglobina, cociente intelectual, entre otros) a través de la utilización de técnicas

estadísticas para el análisis de los datos recogidos, su propósito más importante radica en la descripción, explicación, predicción y control objetivo de sus causas y la predicción de su ocurrencia a partir del desvelamiento de las mismas, fundamentando sus conclusiones sobre el uso riguroso de la métrica o cuantificación, tanto de la recolección de sus resultados como de su procesamiento, análisis e interpretación, a través del método hipotético-deductivo. (Sánchez Flores, 2019).

2.3.9 Estadísticas

Según Spiegel (1995) estudia los métodos científicos para recoger, organizar, resumir y analizar datos, así como para sacar conclusiones válidas de los fenómenos de masa, en sus aspectos cuantitativos y cualitativos. Citado por (Martinez Cullen, 2012).

2.3.10 Retroalimentación

Según Carless y Boud (2018) citado por (Valdés, 2014) la definen como una acción para que los estudiantes den sentido a los comentarios sobre su proceso de aprendizaje y los utilicen para mejorar.

2.4 Operacionalización de la variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Clima Organizacional	El clima organizacional se refiere a las percepciones que el trabajador tiene sobre las estructuras y los procesos que ocurren en el medio laboral (Porrás, 2008).	Se entenderá por clima organizacional a las interacciones y actividades realizadas por el personal en el Hotel Cusco Bed and Breakfast, que impactan en su satisfacción y percepción de valor, evaluadas a través de cuestionarios que miden las dimensiones de comunicación, motivación y toma de decisión.	<p>Comunicación Es la transmisión de información entre dos o más individuos</p> <p>Motivación Fuerza o determinación que te impulsa a emprender acciones o alcanzar metas específicas</p> <p>Toma de decisión Capacidad de elegir de forma autónoma y responsable entre diversas alternativas con el fin de promover el bienestar individual o colectivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fluidez en la información. • Claridad en los mensajes. • Oportunidad en las respuestas. • Identificación con los objetivos. • Reconocimiento de logros. • Participación en incentivos. • Participación en decisiones. • Inclusión de opiniones. • Transparencia en decisiones.

CAPITULO III METODOLOGÍA.

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es de tipo aplicada. Ya que su objetivo principal es sobre el clima organizacional de los colaboradores del hotel cusco Bed and Breakfast. Según (Murillo, 2008), este tipo de investigación se caracteriza por buscar la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos tras la implementación y sistematización de la práctica basada en investigación.

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de esta investigación es descriptivo, ya que busca detallar las características del clima organizacional de los colaboradores en el contexto laboral. Según Hernández, Fernández y Baptista citado por (Robles, 2010), una investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno de los empleadores Hotel Cusco Bed and Breakfast que se someta a un análisis.

3.3. Diseño de investigación

Es diseño de la investigación es no experimental de tipo transversal, ya que se observa la situación del clima organizacional de los colaboradores en un único tiempo temporal, sin manipular las variables de estudio.

Un diseño de investigación se define como un plan general de investigación que intenta proporcionar respuestas claras e inequívocas a las preguntas que plantea (Besse, 1999)

El diseño transversal permite analizar en qué medida las dimensiones del clima organizacional de los colaboradores afectan su interacción en su jornada laboral.

3.4. Población

La población considerada para la investigación son los trabajadores de Hotel Cusco Bed and Breakfast que suman un total de 12 personas entre trabajadores de las distintas áreas del establecimiento.

Tabla 2
Población

<i>categoria</i>	<i>Cantidad de trabajadores</i>
<i>Recepcionistas</i>	<i>5</i>
<i>Personal de HK</i>	<i>2</i>
<i>Cocina</i>	<i>3</i>
<i>Contabilidad</i>	<i>1</i>
<i>Área de mantenimiento</i>	<i>1</i>
TOTAL	12

3.5. Muestra

El tamaño de la muestra se determina de acuerdo con la cantidad de individuos relevantes en la población. Según (Balestrini, 2001), la muestra es un subgrupo de la población que se selecciona para representar adecuadamente las características de esa población.

La población de la presente investigación es de tipo no probabilístico de tipo censal, es decir que serán los 12 colaboradores del Hotel.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de la Información

La técnica utilizada para la selección de la muestra es un muestreo no probabilístico de tipo censal, lo que significa que se tomará en cuenta a todos los individuos de la población de interés. Hernández, Fernández y Baptista (2006) indican que la muestra es un subgrupo de la población de interés, definido y delimitado previamente para asegurar su representatividad.

3.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de la Información

El análisis de la información se realiza mediante la estadística descriptiva, utilizando herramientas como tablas, figuras y fichas de análisis con el apoyo de Excel. Para Berelson citado por (Abela, 2019) define el análisis de contenido como una técnica de investigación objetiva, sistemática y cuantitativa para estudiar el contenido manifiesto de la comunicación.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1.1. Presentación de resultados

En esta presentación de resultados se utilizó el software de análisis estadístico de IBM (SPSS) para poder realizar los gráficos estadísticos de mi variable, dimensiones e indicadores.

4.1.2. Variable: Clima organizacional

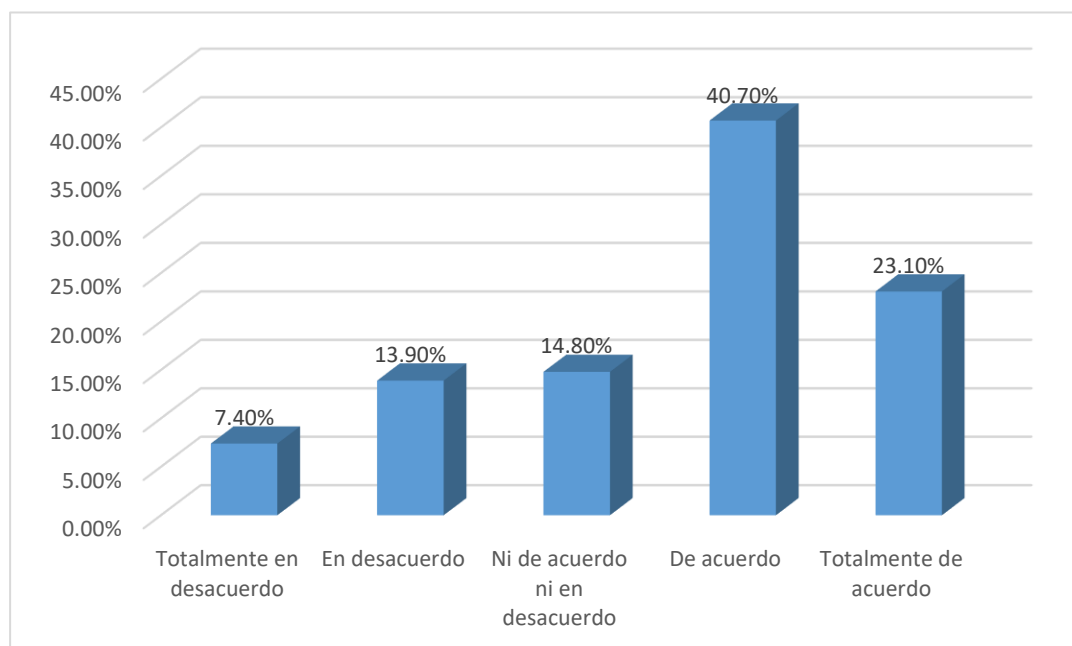
Tabla 3

Clima organizacional

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	7.4%
En desacuerdo	2	13.9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	14.8%
De acuerdo	5	40.7%
Totalmente de acuerdo	3	23.1%
Total	12	100%

Figura 2

Clima organizacional



Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 02 La variable Clima organizacional presenta una tendencia mayormente positiva, ya que el 63.8% de las respuestas se ubica en las categorías “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. Sin embargo, un 36.2% refleja percepciones neutras o negativas, lo que indica que, si bien existe una base favorable, aún hay oportunidades de mejora en la comunicación interna, motivación y participación del personal.

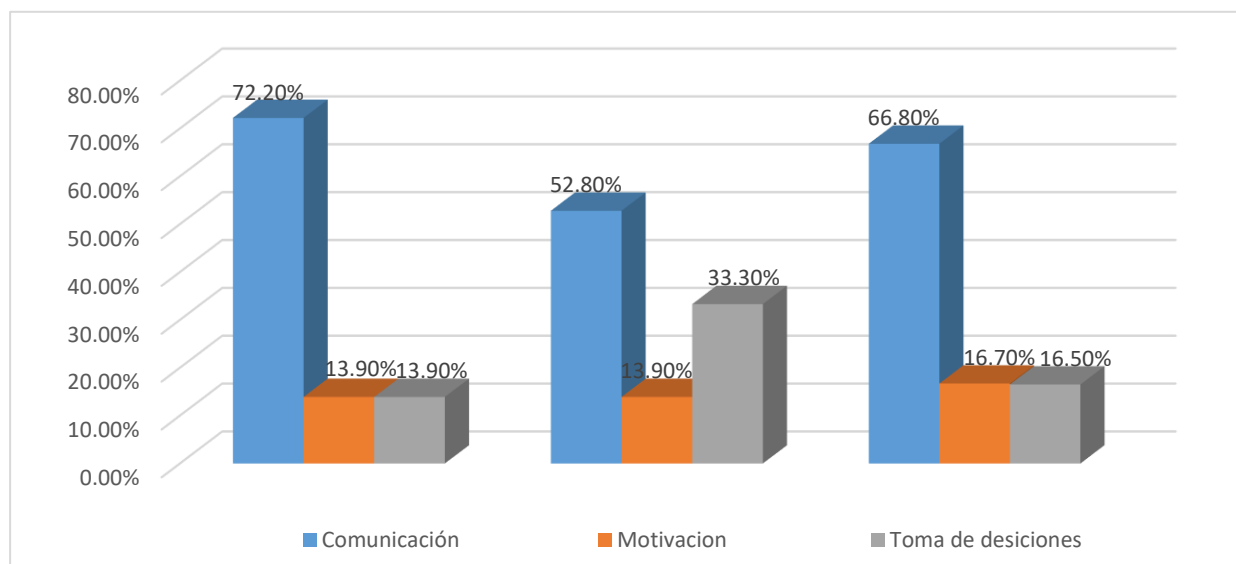
4.1.3. Resumen análisis por dimensiones

Tabla 4

Tabla resumen por dimensión – Clima organizacional

Dimensión	% Positivo (De acuerdo + Totalmente de acuerdo)	% Ni de acuerdo ni en desacuerdo	% Negativo (En desacuerdo + Totalmente en desacuerdo)
Comunicación	72.2%	13.9%	13.9%
Motivación	52.8%	13.9%	33.3%
Toma de decisiones	66.8%	16.7%	16.5%

Figura 3 Dimensiones– Clima organizacional



Comunicación

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 03 la mayoría de los colaboradores percibe la comunicación interna como adecuada y efectiva, lo que indica que la información fluye de manera clara y oportuna. Sin embargo, el 13.9%

muestra una postura neutral y otro 13.9% presenta una percepción negativa, lo que sugiere que aún existen casos en los que la transmisión de mensajes o la retroalimentación podría mejorarse.

Motivación

Interpretación: Como se observa en la tabla Nro. 03 poco más de la mitad de los encuestados considera que la organización fomenta su motivación laboral. No obstante, un 33.3% expresa una percepción negativa, lo que representa una alerta importante, ya que la motivación es clave para la productividad y el compromiso. El 13.9% mantiene una postura neutral, posiblemente reflejando indecisión o experiencias mixtas.

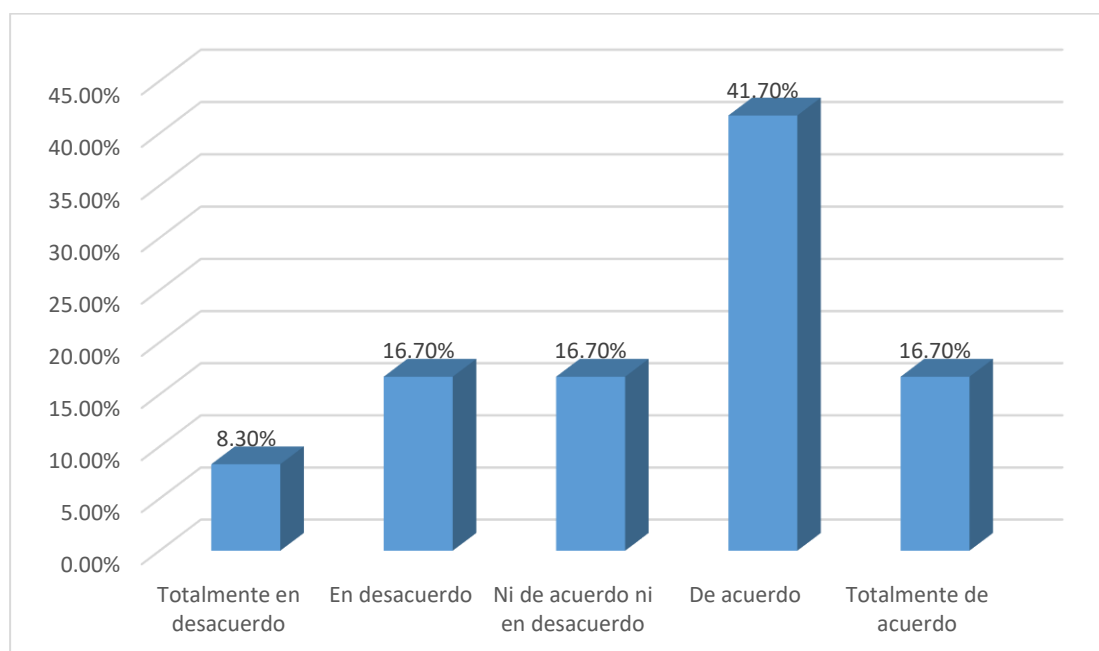
Toma de decisiones

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 03 dos tercios de los participantes perciben que la toma de decisiones en la organización es adecuada e inclusiva. A pesar de ello, un 16.5% manifiesta insatisfacción y un 16.7% se mantiene neutral, lo que indica que aún existen oportunidades para fortalecer la participación de los colaboradores en los procesos decisorios y mejorar la transparencia.

4.1.4. Dimensión: Comunicación

Tabla 5 *La información se transmite de manera fluida entre los miembros del equipo*

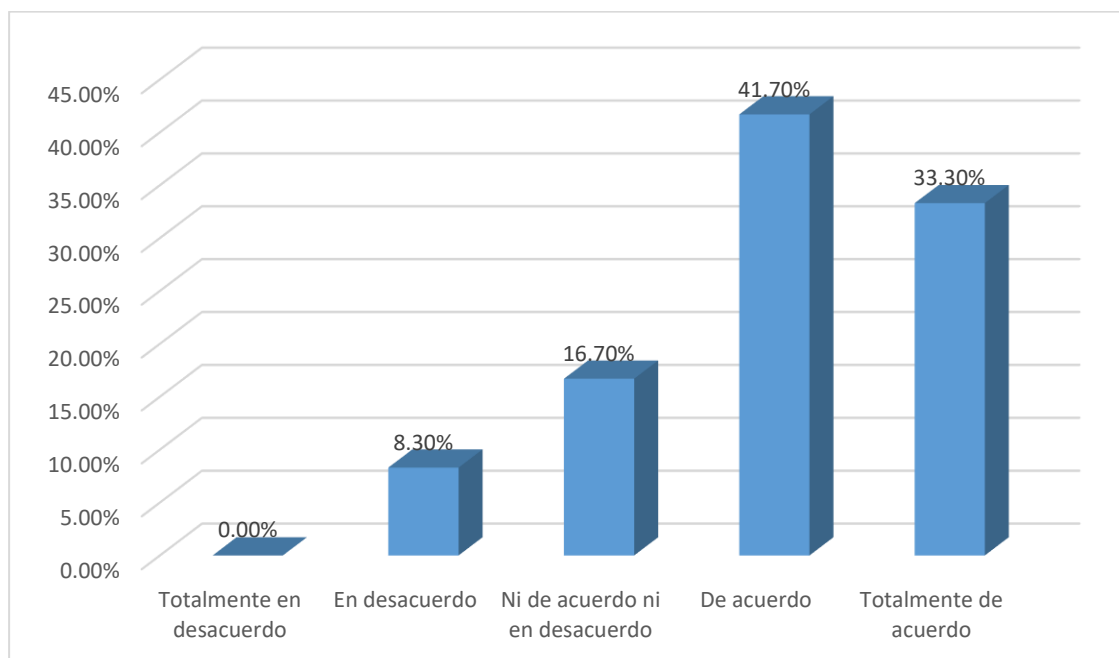
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	8.3%
En desacuerdo	2	16.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7%
De acuerdo	5	41.7%
Totalmente de acuerdo	2	16.7%
Total	12	100%

Figura 4 Información

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 04 los resultados muestran que el 58.4% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la información se transmite de manera fluida, lo cual representa una percepción mayormente positiva. No obstante, el 41.6% de los trabajadores no lo percibe así (incluyendo posturas neutras o negativas), lo que sugiere la necesidad de mejorar los canales de comunicación y asegurar una mayor claridad y accesibilidad de la información interna.

Tabla 6 Los mensajes que se comunican son claros y fáciles de entender.

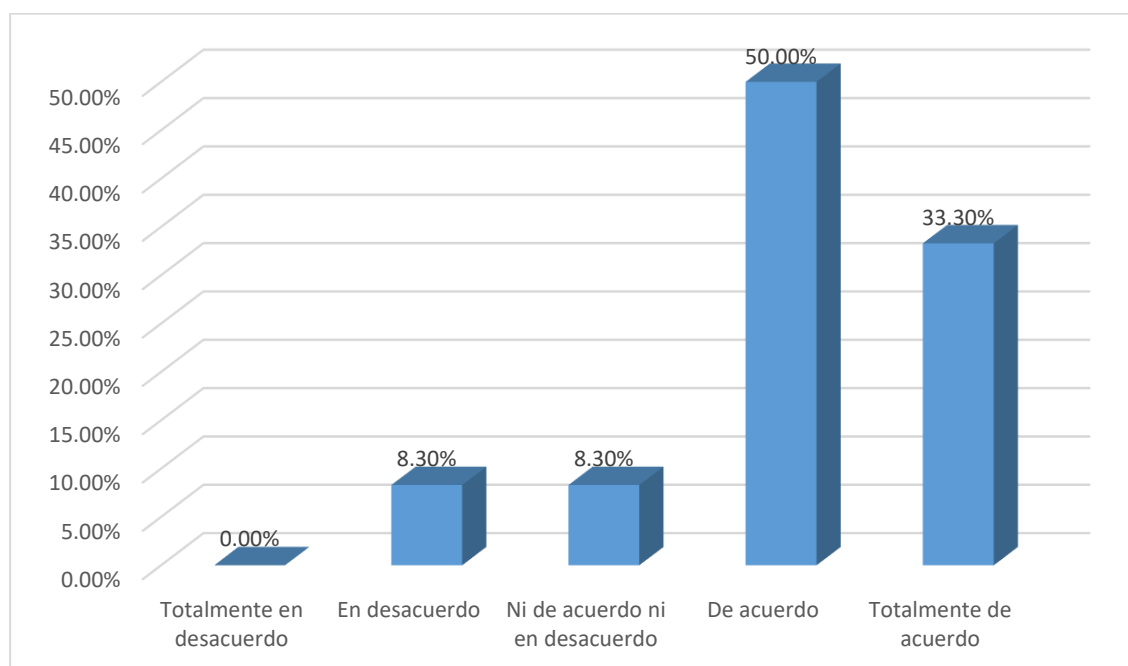
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
En desacuerdo	1	8.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7%
De acuerdo	5	41.7%
Totalmente de acuerdo	4	33.3%
Total	12	100%

Figura 5 Mensajes Claros

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 05 el 75.0% de los encuestados afirma que los mensajes son claros y comprensibles. Solo un 8.3% está en desacuerdo, y un 16.7% mantiene una postura neutral. Esto refleja una comunicación relativamente efectiva, aunque se recomienda estandarizar los métodos de comunicación para reducir cualquier ambigüedad.

Tabla 7 Recibo respuestas oportunas a mis consultas y necesidades.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
En desacuerdo	1	8.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8.3%
De acuerdo	6	50.0%
Totalmente de acuerdo	4	33.3%
Total	12	100%

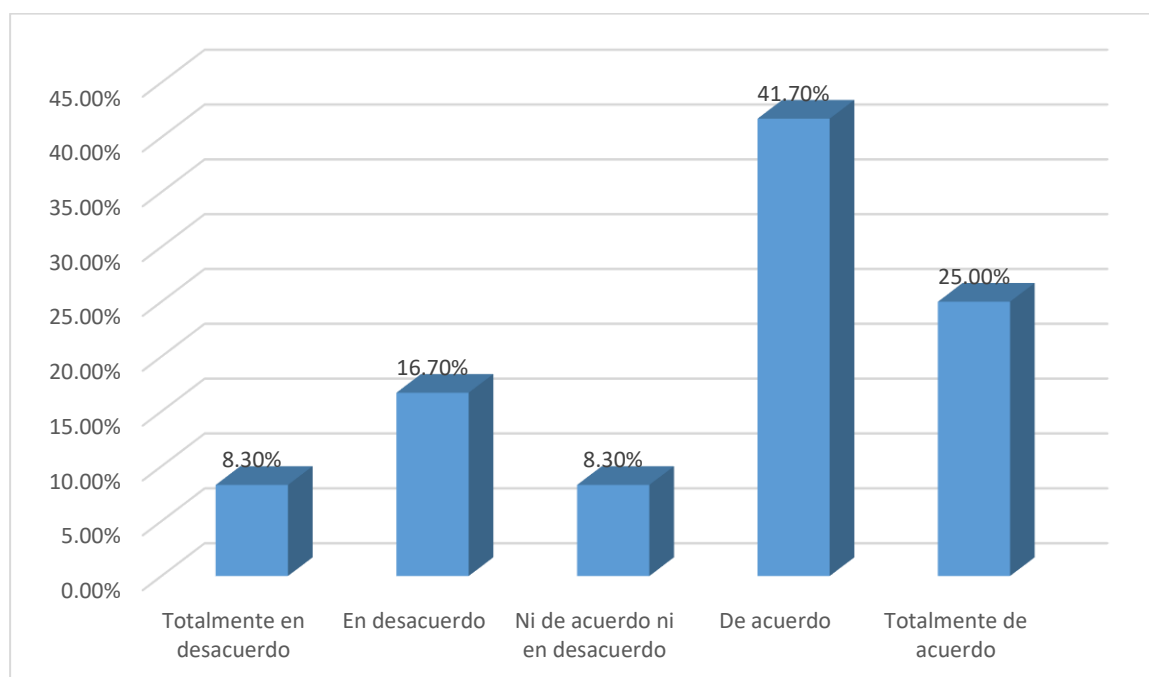
Figura 6 *Respuestas oportunas*

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 06 una amplia mayoría (83.3%) considera que recibe respuestas oportunas, lo que demuestra agilidad y compromiso comunicativo dentro del equipo. Sin embargo, la percepción negativa de un pequeño porcentaje (16.6%) sugiere que hay espacio para una mejora continua en los tiempos de respuesta.

4.1.5. Dimensión: Motivación

Tabla 8 Me siento identificado con los objetivos del hotel.

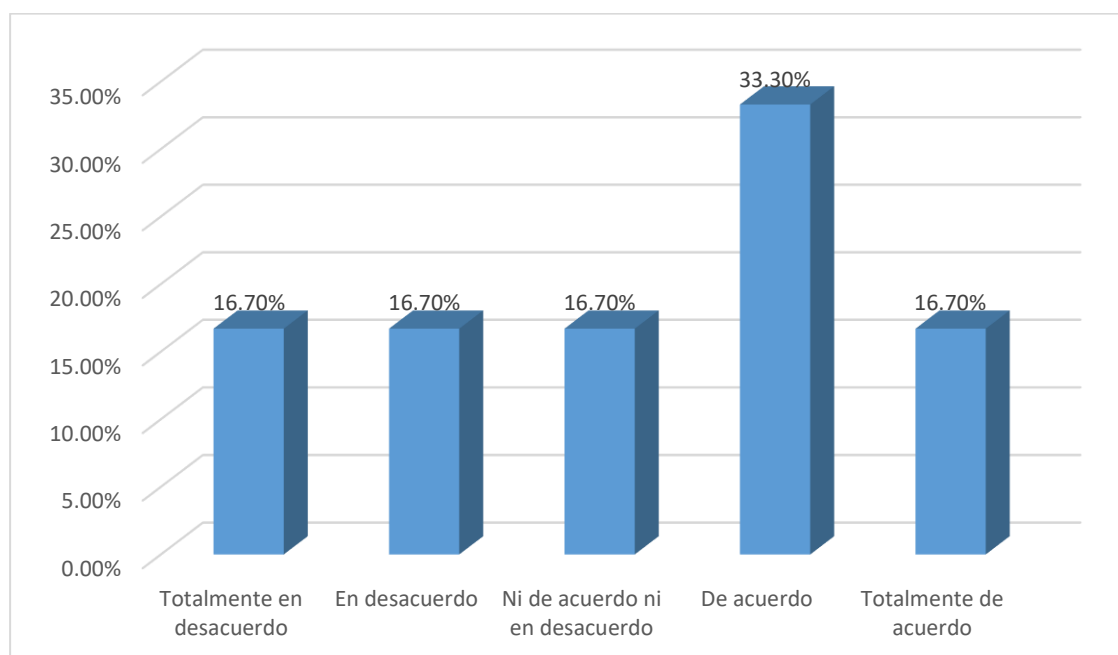
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	8.3%
En desacuerdo	2	16.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8.3%
De acuerdo	5	41.7%
Totalmente de acuerdo	3	25.0%
Total	12	100%

Figura 7: Me siento identificado con los objetivos del hotel

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 07 un 66.7% se siente identificado con los objetivos del hotel, lo que denota un nivel aceptable de alineación institucional. No obstante, un 33.3% manifiesta poca identificación, lo cual puede relacionarse con la necesidad de fortalecer la cultura organizacional y fomentar espacios de diálogo estratégico.

Tabla 9 Mis logros en el trabajo son reconocidos por mis superiores.

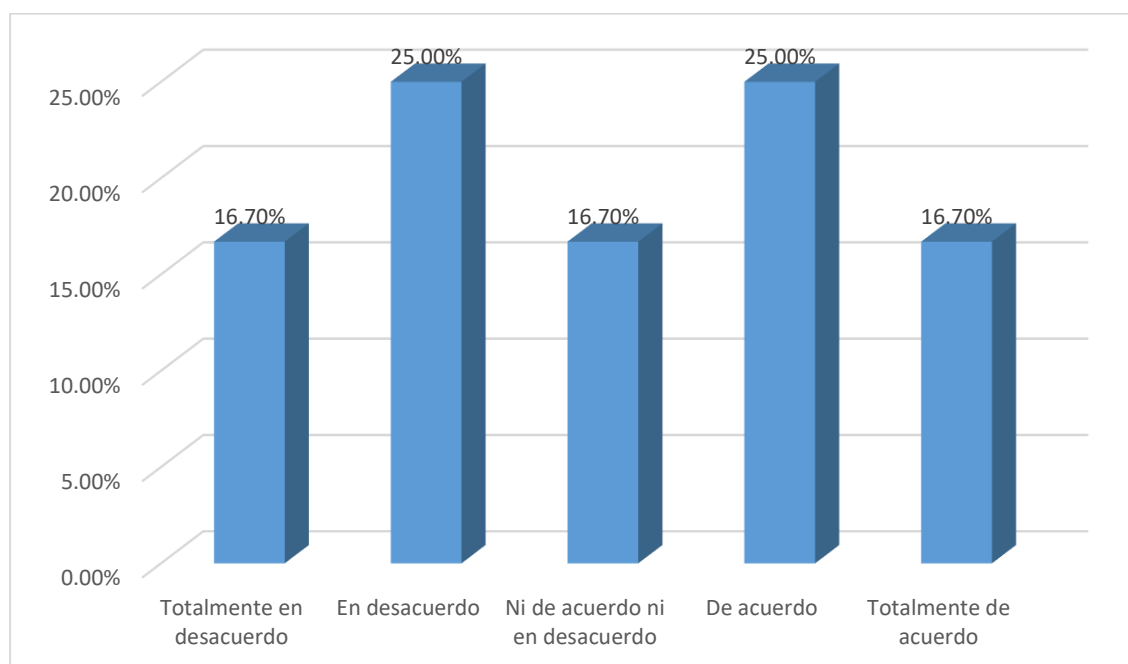
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	16.7%
En desacuerdo	2	16.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7%
De acuerdo	4	33.3%
Totalmente de acuerdo	2	16.7%
Total	12	100%

Figura 8 Logro de trabajo

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 08 la mitad de los encuestados no siente que sus logros sean reconocidos adecuadamente, lo cual representa un riesgo para la motivación y el compromiso. Esta situación sugiere implementar políticas más claras de reconocimiento formal y retroalimentación.

Tabla 10 Participo en programas de incentivos o recompensas ofrecidos por el hotel

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	16.7%
En desacuerdo	3	25.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7%
De acuerdo	3	25.0%
Totalmente de acuerdo	2	16.7%
Total	12	100%

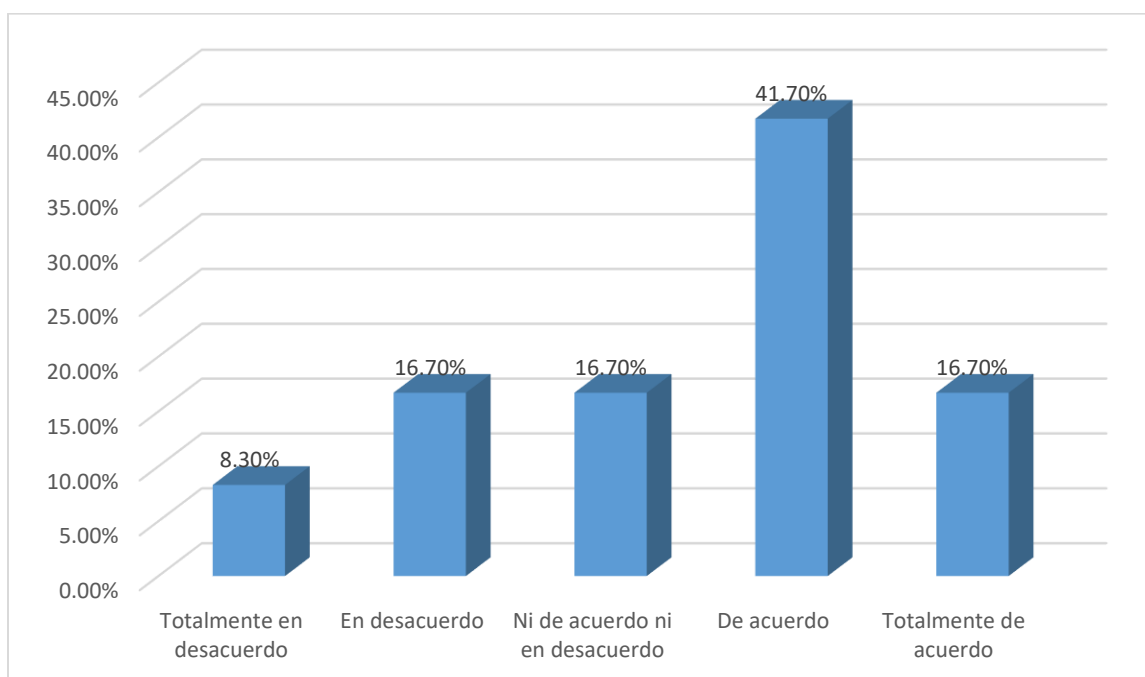
Figura 9 Participo en programas

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 09 solo el 41.7% participa activamente en los programas de incentivos, mientras que el 58.3% restante no lo hace. Esto revela una posible falta de difusión o de interés en los programas actuales. Sería conveniente rediseñar estas estrategias, haciéndolas más accesibles, atractivas y alineadas con los intereses del personal.

4.1.6. Dimensión: Toma de Decisión

Tabla 11 Tengo la oportunidad de participar en las decisiones que afectan mi trabajo.

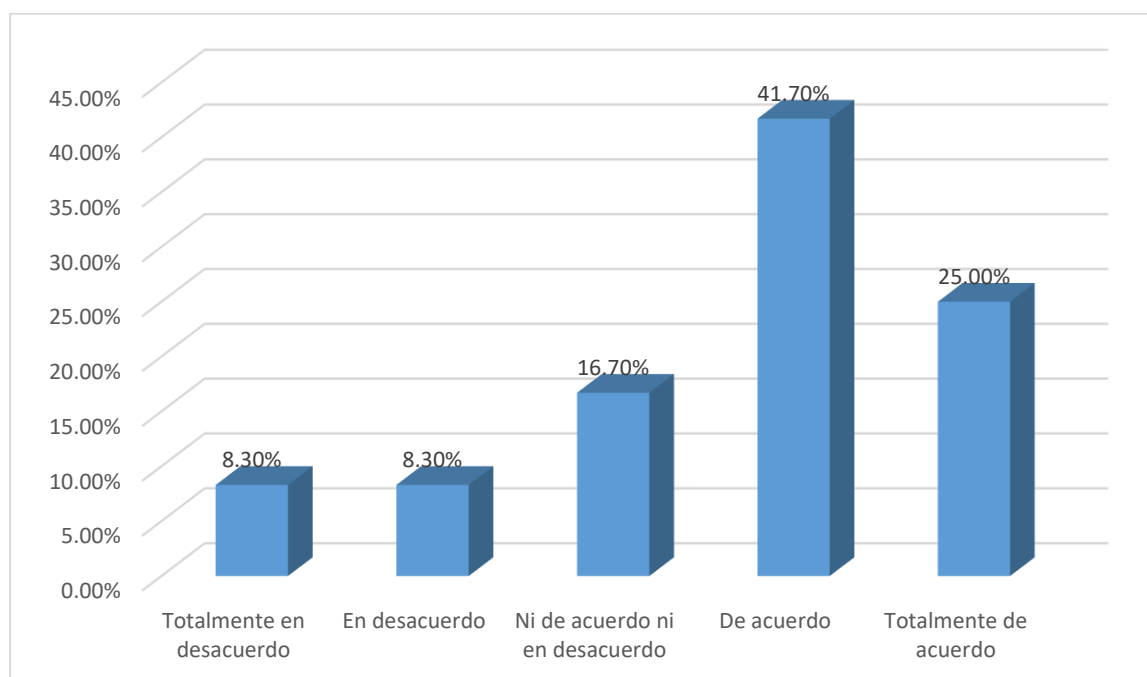
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	8.3%
En desacuerdo	2	16.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7%
De acuerdo	5	41.7%
Totalmente de acuerdo	2	16.7%
Total	12	100%

Figura 10 participaciones

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 10 aunque la mayoría (58.4%) se siente partícipe en las decisiones que les afectan, el 41.6% no lo percibe así. Esto representa una oportunidad para fortalecer mecanismos de participación y crear espacios de co-decisión en el entorno laboral.

Tabla 12 Las opiniones de los empleados son tomadas en cuenta en las decisiones del hotel.

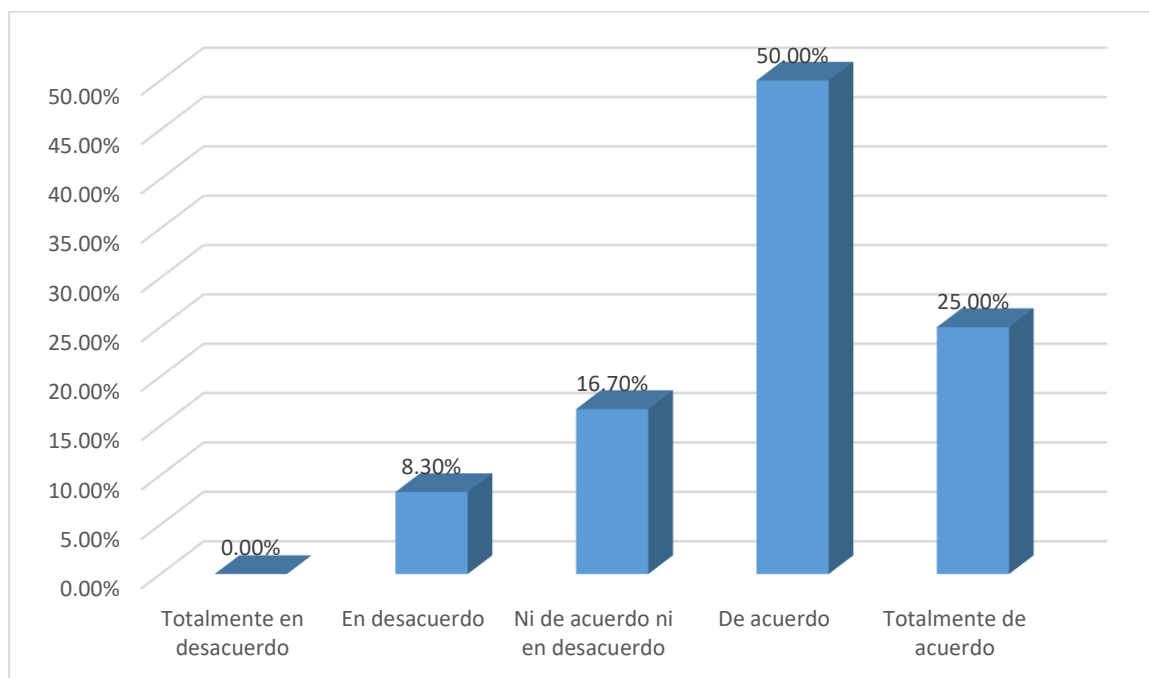
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	8.3%
En desacuerdo	1	8.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7%
De acuerdo	5	41.7%
Totalmente de acuerdo	3	25.0%
Total	12	100%

Figura 11 Opiniones

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 11 dos tercios del personal (66.7%) considera que sus opiniones son escuchadas y valoradas, lo cual es favorable. No obstante, aún un 33.3% percibe que sus opiniones no influyen en las decisiones. Este hallazgo refuerza la necesidad de implementar prácticas consistentes de gestión participativa.

Tabla 13 Las decisiones tomadas por la dirección son transparentes y claras.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
En desacuerdo	1	8.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7%
De acuerdo	6	50.0%
Totalmente de acuerdo	3	25.0%
Total	12	100%

Figura 12 Decisiones

Interpretación: Como se observa en la figura Nro. 12 la mayoría (75%) percibe que las decisiones de la dirección son claras y transparentes. Sin embargo, el 25% restante no comparte esta opinión, lo cual podría deberse a deficiencias en la comunicación organizacional. Se sugiere reforzar la rendición de cuentas y la transparencia institucional.

CONCLUSIONES

Primero. La determinar clima organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast ha permitido obtener una visión integral de los factores que influyen en el ambiente laboral y cómo estos impactan en el desempeño y satisfacción de los colaboradores. A través del análisis de la variable y sus dimensiones como son la comunicación, motivación y toma de decisiones, se identificaron las áreas que demuestran deficiencias en el clima organizacional. En este sentido, el resultado obtenido del 63,8% en la dimensión de clima organizacional evidencia un nivel medio que indica la existencia de aspectos positivos, pero también áreas que requieren atención para lograr un entorno más favorable y eficiente.

Segundo. La describir del proceso de comunicación en el hotel Cusco Bed and Breakfast proporciona información relevante sobre los canales, la fluidez y la claridad de la información dentro de la organización. Se evidencio que la dimensión comunicación obtuvo un resultado de 13,9%, lo cual refleja un nivel muy bajo indicando serias deficiencias en la transmisión de mensajes entre los miembros del equipo. Esta evaluación permite identificar barreras importantes que afectan la eficiencia del trabajo en equipo. Por ello, mejorar la comunicación interna es esencial para fomentar un ambiente de trabajo armonioso y eficiente, lo cual repercutirá en la calidad del servicio al cliente y en la satisfacción de los huéspedes.

Tercero. Identificar los factores motivacionales en el hotel Cusco Bed and Breakfast proporcionó una base para evaluar cómo el personal percibe su nivel de reconocimiento y apoyo dentro de la organización. Los resultados revelaron que el 33,3% de los colaboradores manifestaron una percepción negativa respecto a la dimensión motivación, lo cual evidencia una carencia significativa en el reconocimiento y estímulo al personal. La motivación constante es un factor clave para

mantener un equipo comprometido, lo que no solo mejora la moral de los empleados, sino también la calidad de los servicios ofrecidos a los turistas. La información obtenida permite recomendar estrategias más efectivas para fortalecer la motivación del personal.

Cuarto. Analizar la percepción de los colaboradores sobre el proceso de toma de decisiones en el hotel Cusco Bed and Breakfast proporciona una visión clara de cómo se involucra al personal en los procesos decisionales y si se favorece la participación y la transparencia. Los resultados evidenciaron que el 16,5% de los colaboradores manifestó insatisfacción con respecto a esta dimensión, lo que indica que existen limitaciones en la participación del personal y en la transparencia del proceso decisional. Esta situación genera desmotivación y una menor identificación con los objetivos organizacionales. Un proceso de toma de decisiones inclusivo y transparente fomenta un mayor sentido de pertenencia y compromiso entre los empleados, lo cual puede llevar a mejores resultados organizacionales y una experiencia más satisfactoria para los clientes. La identificación de estas oportunidades de mejora permitirá optimizar la eficiencia y efectividad de las decisiones dentro del hotel.

RECOMENDACIONES

Primero. Se recomienda a los ejecutivos del hotel Cusco Bed and Breakfast realizar una evaluación periódica del clima organizacional, que incluya tanto a los empleados como a los huéspedes, con el fin de identificar áreas de mejora y potenciar las buenas prácticas dentro de la organización. Esta evaluación debe enfocarse en los aspectos clave que influyen directamente en el rendimiento del personal y en la experiencia del cliente, permitiendo así una gestión más efectiva del ambiente laboral, que resulte en una mejora continua de la calidad del servicio y la satisfacción de los turistas.

Segundo. Se recomienda a los administradores del hotel fortalecer los canales de comunicación interna mediante la implementación de herramientas tecnológicas que faciliten la transmisión de información entre los miembros del equipo. Asimismo, es fundamental promover reuniones periódicas para asegurar la claridad y la fluidez en los mensajes, lo que contribuirá a mejorar la coordinación y a reducir posibles malentendidos. Una comunicación efectiva no solo optimiza los procesos internos, sino que también mejora la experiencia de los huéspedes al asegurar una atención más eficiente.

Tercero. Se recomienda a los ejecutivos del hotel implementar un sistema de incentivos y reconocimiento que sea frecuente y consistente, con el fin de mantener la motivación del personal a lo largo del tiempo. La implementación de programas de reconocimiento, tanto a nivel individual como grupal, puede ser muy efectiva para mejorar el compromiso y la productividad. Además, es importante que estos incentivos estén alineados con los valores y objetivos del hotel para reforzar el sentido de pertenencia y satisfacción laboral.

Cuarto. Se recomienda a los administradores del hotel promover una cultura organizacional en la que la toma de decisiones sea más inclusiva, permitiendo la

participación activa de los empleados en el proceso. Esto puede lograrse a través de la creación de espacios donde se compartan opiniones y sugerencias, lo que fomentará la transparencia y la confianza. Una toma de decisiones más colaborativa generará un mayor compromiso del personal y facilitará la implementación de soluciones que respondan mejor a las necesidades y expectativas de los trabajadores, así como de los huéspedes.

Bibliografía

- Abela, J. A. (2019). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. 18.
- Aguirre Castro, C. J. (2025). Clima Organizacional y Desempeño Laboral en una Empresa Hotelera del Cusco, 2022.
- Balestrini. (2001). MARCO METODOLÓGICO. 45.
- Barboza, S., Rivera, R., & Peralta, Y. (2023). Clima organizacional y desempeño laboral en el hotel Las Vegas de la ciudad de Jaén.
- Besse, J. (1999). L DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN COMO SIGNIFICANTE: EXPLORACIONES SOBRE EL SENTIDO. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*.
- Bobsin, C. (14 de Septiembre de 2024). Z.E.N.V.I.A. Obtenido de <https://www.zenvia.com/es-mx/sobre/>: <https://www.zenvia.com/es-mx/sobre/>
- Chiavenato. (2009). Clima organizacional.
- chiavenato, I. (2017). Comportamiento organizacional la dinamica del exito en las organizaciones.
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de. 1-31.
- Davis, K., & Newstrom, J. W. (2003). Comportamiento humano en el trabajo.
- De la Cruz Postigo, F., & Castillo Llano, L. M. (2017). Influencia del clima organizacional en el desempeño laboral del personal de la agencia de viajes Castle Travel de la Ciudad de Arequipa, 2017.
- Espinoza La Serna, L., & Laca Ramirez, A. (2020). Clima organizacional y su relación en el desempeño laboral en los colaboradores de un restaurante trujillano en el año 2019.
- Espinoza Vilca, I. (2025). Habilidades directivas y clima organizacional en hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Cusco, 2025.
- European business school. (2024). CEUPE. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/satisfaccion-del-cliente.html>: <https://www.ceupe.com/blog/satisfaccion-del-cliente.html>
- Gamarra, J. (2021). Clima Organizacional y Desempeño Laboral en la Sede Administrativa de la Dirección de Redes Integradas de Salud Lima Norte.
- García, A., & Navarro, R. (2004). Clima y Compromiso Organizacional.
- Gifra, J. V. (2021). La autenticidad en el turismo: concepción y dificultades de un ideal. *Authenticity in Tourism: conception and difficulties of an ideal*, 22.
- Gonzalés, R. (2014). INTEGRANDO LOS CONCEPTOS DE CULTURA Y CLIMA ORGANIZACIONAL.
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*, Wiley, New York.
- Hotz, C. H. (16 de octubre de 2015). *El impacto de un sistema de recompensa total del compromiso laboral*. Obtenido de El impacto de un sistema de recompensa total del compromiso laboral: <http://dx.doi.org/10.4102/sajip.v42i1.1317>
- Karatepe, O. (2013). Prácticas laborales de alto rendimiento y desempeño de los empleados hoteleros: La mediación del compromiso laboral.

- Krugman, P. (2018). Comprensión de los incentivos en economía: 5 tipos comunes de incentivos económicos.
- Kurt, L. (1939). Teoría de campo y experimentación en psicología social: conceptos y métodos. *Revista Americana de Sociología*.
- Litwin, L., & Stringer, R. (1968). Teoría Del Clima Organizacional de Litwin y Stringer.
- Madrigal, E. (27 de Enero de 2003). *La Correlación en el Análisis de Datos Conceptos, Aplicación y Ejemplos con Python*. Obtenido de La Correlación en el Análisis de Datos Conceptos, Aplicación y Ejemplos con Python: <https://www.growupcr.com/post/correlacion-analisis-datos>
- María, G. y. (2017). Diagnóstico del Clima Organizacional en los Hoteles H&M, Palmira (Valle), Colombia, 2017".
- Martinez Cullen, A. L. (2012). *Estadísticas*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/329167031/Estadisticas-segun-algunos-autores-docx>
- Martínez Santacruz, Y. G., & González Guartatanga, S. M. (2017). Estudio del Clima Laboral y su Influencia en la Productividad y el Rendimiento del Hotel Sheraton situado en la Ciudad de Guayaquil".
- MINCETUR. (2021). gestión del talento humano y el clima organizacional en el sector hotelero peruano.
- Mintzberg, H., & Westley, F. (2006). Tres modelos para mejorar la toma de decisiones. *Harvard Deusto (Habilidades Directivas)*, 152.
- Murillo, W. (2008). La investigación aplicada: una forma de conocer .
- Nickerson, C. (2025). La Teoría De Dos Factores De La Motivación E Higiene De Herzberg. *Simplypsychology*.
- Pavel, P. (2018). IMPORTANCIA DE LAS ORGANIZACIONES.
- Pereira, M. L. (2009). MOTIVACIÓN: PERSPECTIVAS TEÓRICAS Y ALGUNAS CONSIDERACIONES DE SU IMPORTANCIA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO.
- Plasencia, C. J. (2023). Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de una empresa peruana.
- Robbins, S. P. (2009). *Comportamiento Organizacional*.
- Robbins, S. P. (2013). *Comportamiento Organizacional*.
- Robles, W. A. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN :UNA DISCUSIÓN NECESARIA EN UNIVERSIDADES ZULIANAS. *Revista Digital Universitaria*.
- Sánchez Flores, F. A. (junio de 1 de 2019). *Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos*. Obtenido de Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos: <https://orcid.org/0000-0002-0144-9892>
- Sánchez, F. y. (2015). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores.

Schneider, B. (2013). A Service Climate Synthesis and Future Research Agenda.

Stringer, L. y. (1968). Ambiente psicología.

Tello San Miguel, J. O. (2020). Influencia del clima organizacional en el desempeño de los trabajadores de un hotel 5 estrellas en Miraflores.

Valdés, K. N. (abril de 2014). *Retroalimentación en el contexto educativo: Una revisión sistemática*.
Obtenido de Retroalimentación en el contexto educativo: Una revisión sistemática:
<http://dx.doi.org/10.4067/s0718-50062024000200061>

Villavicencio. (2015). Marketin. *GEON (Gestión- Organización-Negocios)*, 1-7.

ANEXOS

a. validación de dimensiones.

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de Investigación: CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOTEL CUSCO BED AND BREAKFAST, 2024

Nombre del Instrumento: Cuestionario

Investigador: Huilca Arredondo Marycielo

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-80%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias			X		
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos			X		
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones			X		
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al proposito del diagnostico				X	
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado				X	

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

PROMEDIO: 74%

Procede su aplicación

Debe corregirse



Firma

Dr. Jose Luis Zarate Bujanda

DNI: 43497310

Teléfono: 984603028

b. Marco institucional

Cusco B&B es un hotel familiar que combina el encanto de la hospitalidad local con todas las comodidades modernas. Ubicado estratégicamente en el corazón de la ciudad de Cusco, ofrece una experiencia única y personalizada que permite a los huéspedes disfrutar de una estadía cálida y acogedora.

Instalaciones: El hotel cuenta con habitaciones decoradas en estilo rústico y equipado con todas las amenidades necesarias, como baño privado, televisión con cable, mini bar, agua caliente, Wi-fi gratuito, té y café. Cada espacio está diseñado para garantizar comodidad y tranquilidad. Las opciones de habitaciones incluyen:

Individual: Ideal para viajeros solitarios que buscan un ambiente tranquilo.

Doble: Perfecta para parejas o amigos que desean compartir una habitación cómoda.

Triple: Diseñada para familias o grupos pequeños de amigos.

Suite: Con una cama King, baño privado y ventanas grandes, esta es la favorita de las parejas por su elegancia y confort.

Servicios adicionales:

El hotel ofrece atención personalizada desde el momento del Check-in. Los huéspedes reciben un termo con agua caliente y una selección de infusiones, incluidas hojas de coca, para mitigar los efectos de la altitud.

Cusi Travel, la agencia de viajes familiar ubicada en el mismo edificio, organiza tours y caminatas personalizadas, brindando a los viajeros la oportunidad de explorar Cusco y sus alrededores de manera única y segura.

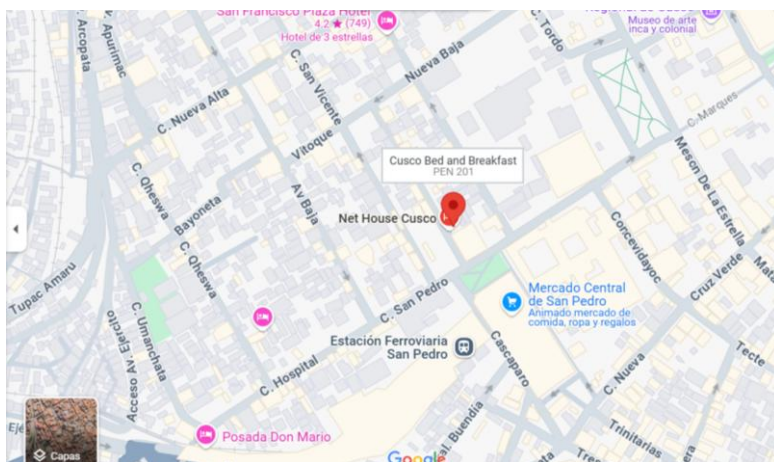
Ubicación: Situado frente al mercado San Pedro y a tres cuadras de la Plaza de Armas, el hotel permite a los huéspedes disfrutar de la cercanía a los principales puntos turísticos, restaurantes y atracciones culturales de la ciudad.

Contacto: Los huéspedes pueden comunicarse mediante teléfono, WhatsApp, correo electrónico o redes sociales para realizar reservas y consultas.

Cusco B&B combina la calidez de una familia cusqueña con un servicio profesional y personalizado, ofreciendo a sus huéspedes una experiencia inolvidable en el corazón de la capital histórica de Perú.

Ubicación

Figura 13 Ubicación del Hotel cusco Bed and Breakfast



Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Dimensiones	Metodología
¿Cuál es el clima organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?	Determinar el clima organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast, 2024.		
<p>Problemas específicos</p> <p>a. ¿Cuáles son las características de los procesos de comunicación organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?</p> <p>b. ¿Qué factores motivacionales están presentes en el ambiente laboral del hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?</p> <p>c. ¿Cómo perciben los colaboradores los procesos de toma de decisiones en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>a. Describir las características de los procesos de comunicación organizacional en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024.</p> <p>b. Identificar los factores motivacionales presentes en el ambiente laboral del hotel Cusco Bed and Breakfast durante el 2024.</p> <p>c. Analizar la percepción de los colaboradores sobre los procesos de toma de decisiones en el hotel Cusco Bed and Breakfast durante el año 2024.</p>	<p>a. Comunicación</p> <p>b. Motivación</p> <p>c. Toma de decisión</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: 12colaboradores</p> <p>Muestra: 12 colaboradores</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Instrumento estadístico: Excel</p>

Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Clima Organizacional	El clima organizacional se refiere a las percepciones que el trabajador tiene sobre las estructuras y los procesos que ocurren en el medio laboral (Porrás, 2008).	Se entenderá por clima organizacional a las interacciones y actividades realizadas por el personal en el Hotel Cusco Bed and Breakfast, que impactan en su satisfacción y percepción de valor, evaluadas a través de cuestionarios que miden las dimensiones de comunicación, motivación y toma de decisión.	<p>Comunicación Es la transmisión de información entre dos o más individuos</p> <p>Motivación Fuerza o determinación que te impulsa a emprender acciones o alcanzar metas específicas</p> <p>Toma de decisión Capacidad de elegir de forma autónoma y responsable entre diversas alternativas con el fin de promover el bienestar individual o colectivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fluidez en la información. • Claridad en los mensajes. • Oportunidad en las respuestas. • Identificación con los objetivos. • Reconocimiento de logros. • Participación en incentivos. • Participación en decisiones. • Inclusión de opiniones. • Transparencia en decisiones.

Anexo 2. Matriz Instrumentos aplicado

Cuestionario sobre el Clima Organizacional

Encuesta sobre Clima Organizacional en el Hotel Cusco B&B

Instrucciones: A continuación, se presentan afirmaciones relacionadas con el clima organizacional. Por favor, marque la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo con cada afirmación.

Escala:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

Dimensión: Comunicación

La información se transmite de manera fluida entre los miembros del equipo.

1 2 3 4 5

Los mensajes que se comunican son claros y fáciles de entender.

1 2 3 4 5

Recibo respuestas oportunas a mis consultas y necesidades.

1 2 3 4 5

Dimensión: Motivación

Me siento identificado con los objetivos del hotel.

1 2 3 4 5

Mis logros en el trabajo son reconocidos por mis superiores.

1 2 3 4 5

Participo en programas de incentivos o recompensas ofrecidos por el hotel.

1 2 3 4 5

Dimensión: Toma de Decisión

Tengo la oportunidad de participar en las decisiones que afectan mi trabajo.

1 2 3 4 5

Las opiniones de los empleados son tomadas en cuenta en las decisiones del hotel.

1 2 3 4 5

Las decisiones tomadas por la dirección son transparentes y claras.

1 2 3 4 5

Anexo 3. Evidencia fotográfica



Habitación del Hotel Cusco B&B



Servicios del hotel Cusco B&B



Fachada del hotel cusco B&B