



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA MOTIVACIÓN Y ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPE SECTOR HOTELERO
CATEGORIZADO DE DOS ESTRELLAS DEL CENTRO DE
PIURA AÑO 2018**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

MOROCHO CORDOVA MARIA CONCEPCION

ORCID: 0000-0002-2355-5071

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA- PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Morocho Córdova María Concepción

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado

Piura, Perú

ASESORA

Dra. Palacios de Briceño Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas
ORCID: 0000-0003-2027-6920
Presidente

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro
ORCID ID: 0000-0002-4650-4322
Miembro

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
ORCID ID: 0000-0001-7372-741X
Miembro

Dra. Mercedes René Palacios de Briceño
ORCID: 0000-0001-8823-2655
Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y por ser mi fuente inagotable de fortaleza en este camino, a mi madre por el amor incondicional, por su apoyo permanente por su fe en mí, por ser mi fuerza y a toda mi familia por su confianza en cada paso dado, también a las MYPE que me dieron la facilidad de poder realizar esta investigación.

DEDICATORIA

Con todo mi amor a mi madre Ofelia por su esfuerzo, por su amor y cariño brindado en todas las etapas de mi vida, a mis hermanitos Luis Anderson y Frank Jefferson quienes me brindaron todo su cariño y a mi mayor tesoro mi mamita Felicia por su paciente amor y por sus consejos.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo conocer los beneficios que genera la motivación y atención al cliente en las MYPE en el sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura año 2018, se utilizó una metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Las unidades de estudio económicas son 5 MYPE (Hoteles) es decir 30 trabajadores en total de las 5 MYPE y una muestra de 143 clientes, la técnica empleada fue de encuestas y el instrumento de recojo fue un cuestionario elaborado con diferentes preguntas, para trabajadores y clientes estas preguntas fueron de escala nominal agrupadas de acuerdo a las variables de la investigación motivación y atención al cliente. Se determinó que la mayoría de MYPE a las que se estudió sí brindan capacitaciones eventuales de motivación a sus colaboradores logrando que ellos se desempeñen satisfactoriamente en sus labores, por otro lado, respecto a los clientes la mayoría de estos indico que el personal encargado de la atención al cliente sí les brinda un buen servicio y de calidad. Actualmente las empresas trabajan mucho con el tema de la buena atención al cliente ya que es así que se puede generar la fidelidad de estos.

Palabras clave: Motivación, atención al cliente, MYPE.

ABSTRACT

This research established the objective of knowing the benefits generated by motivation and customer service in MYPE in the two-star hotel sector in the center of Piura, department of Piura, year 2018, a descriptive level methodology was used, a quantitative type, non-design experimental and cross section. The economic study units are 5 MYPE (Hotels), that is, 30 workers in total of the 5 MYPE and a sample of 143 clients. The technique used was surveys and the collection instrument were a questionnaire prepared with different questions, for workers and These questions were nominal scale clients grouped according to the variables of the research motivation and customer service. It was determined that most of the MYPE that were studied do provide eventual motivational training to their collaborators, making them perform satisfactorily in their work, on the other hand, with respect to clients, most of these indicated that the personnel in charge of the Customer service does provide good quality service. Currently companies work a lot with the issue of good customer service since it is so that they can generate loyalty.

Keywords: Motivation, customer service, MYPE.

CONTENIDO

| | |
|---|------|
| EQUIPO DE TRABAJO | ii |
| FIRMA DE JURADO Y ASESOR..... | iii |
| AGRADECIMIENTO..... | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESUMEN..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| CONTENIDO..... | viii |
| ÍNDICE DE TABLAS | x |
| ÍNDICE DE CUADROS | xi |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. REVISIÓN DE LITERATURA | 6 |
| 2.1 Antecedentes | 6 |
| 2.1.1 Variables de motivación..... | 6 |
| 2.1.2 Variable de atención al cliente..... | 11 |
| 2.1.3 Bases Teóricas | 16 |
| 2.1.3.1 Teorías de La Motivación..... | 16 |
| 2.1.3.2 Importancias de la motivación..... | 16 |
| 2.1.3.3 Beneficios de la motivación..... | 16 |
| 2.1.3.4 Características de la motivación | 18 |
| 2.1.3.5 Tipos de motivación..... | 19 |
| 2.1.4 Teoría de atención al cliente | 19 |
| 2.1.4.1 Definición..... | 19 |
| 2.1.4.2 Importancia | 20 |
| 2.1.4.3 Factores para la buena atención al cliente | 21 |
| 2.1.4.4 Beneficios de la atención al cliente..... | 22 |
| III. HIPÓTESIS..... | 24 |
| IV. METODOLOGÍA..... | 25 |
| 4.1 Diseño de la investigación..... | 25 |
| 4.2 Población y muestra..... | 25 |
| 4.2.1 Población..... | 26 |
| 4.2.2 Muestra..... | 26 |
| 4.2.3 Criterios de inclusión | 27 |
| 4.2.4 Criterios de exclusión:..... | 28 |
| 4.3 Definición y operacionalización de las variables..... | 29 |
| 4.4 Técnicas e instrumentos | 31 |
| 4.4.1 Técnicas..... | 31 |
| 4.4.2 Instrumentos | 31 |
| 4.5 Plan de análisis | 31 |
| 4.6 Matriz de consistencia | 32 |
| 4.7 Principios éticos | 35 |

| | | |
|---------|---|----|
| V. | RESULTADOS | 36 |
| 5.1 | Resultados de encuestas a trabajadores | 36 |
| 5.1.1 | Resultados de clientes | 37 |
| 5.1.2 | Resultados de la variable motivación | 38 |
| 5.1.2.1 | objetivo 1: Identificar los beneficios de la motivación en las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura, año 2018..... | 38 |
| 5.1.2.2 | Objetivo2: Definir el tipo motivación que emplean las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018..... | 44 |
| 5.1.3 | Resultados de la variable atención al cliente..... | 46 |
| 5.1.3.1 | Objetivo 3. Conocer factores para la buena atención al cliente que emplean las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018. | 46 |
| 5.1.3.2 | Objetivo 4: Identificar los beneficios que posee la buena atención al cliente en las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018. | 51 |
| 5.2 | Análisis de resultados | 55 |
| 5.2.1 | Objetivo 1: Identificar los beneficios de la motivación en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura, año 2018. | 55 |
| 5.2.2 | Objetivo2: Definir el tipo motivación que emplean las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018. | 58 |
| 5.2.3 | Objetivo 3. Conocer factores para la buena atención al cliente que emplean las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018..... | 60 |
| VI. | CONCLUSIONES | 67 |
| VII. | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 68 |
| | Bibliografía..... | 68 |
| VIII. | ANEXOS | 74 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Definición y operacionalización de variables..... | 29 |
| Tabla 2 Matriz de consistencia | 32 |
| Tabla 3 ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? | 38 |
| Tabla 4 ¿Cree Usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel?. | 39 |
| Tabla 5 ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? | 40 |
| Tabla 6 ¿Cree Usted que al estar altamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? | 41 |
| Tabla 7 ¿Cree Usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas?..... | 42 |
| Tabla 8 ¿Cree Usted que mientras más motivados y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambios?..... | 43 |
| Tabla 9 ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? | 44 |
| Tabla 10 ¿Cree usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa? | 45 |
| Tabla 11 ¿Cree usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel? | 46 |
| Tabla 12 ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por redes sociales?..... | 47 |
| Tabla 13 ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente?..... | 48 |
| Tabla 14 ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa? | 49 |
| Tabla 15 ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel? | 50 |
| Tabla 16 ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel prestan la atención necesaria?..... | 51 |
| Tabla 17 ¿Recomendaría este hotel a sus amigos y familiares más cercanos? | 52 |
| Tabla 18 ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes? | 53 |
| Tabla 19 ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades? | 54 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|----|
| Cuadro 1 Relación de Mype | 26 |
| Cuadro 2 Resultados de encuestas a trabajadores | 36 |
| Cuadro 3 Características demográficas de clientes | 37 |

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca realizar un diagnóstico de la situación en la que se encuentran las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura año 2018. Una de las principales variables que afecta a las MYPE es la atención al cliente, en Asia debe ser excelente el servicio a los clientes, no se permiten errores en la atención de los clientes ya que se quiere tener a un cliente fidelizado, es una exigencia para cada empresa asiática, en el Perú la estrategia no es muy utilizada y es muchas veces no valorada, existen pocas empresas que utiliza este servicio, supermercados, hoteles, Restaurantes, algunas como el caso de telefonía, donde la atención es deficiente; en Piura las empresas transaccionales han sido un punto favorable para capacitar al personal peruano en buenos servicios al cliente.

Entonces se considera que la atención a los clientes es (un concepto de trabajo) como también (una forma de hacer las cosas) esto involucra a toda la MYPE, tanto en forma de darle un buen servicio al cliente (que nos permitan ser viables). Además, la constante transformación de la sociedad y sus culturas nos conduce paulatinamente a una nueva realidad mundial, es decir el impacto de la motivación en las empresas permiten a las compañías tener una ventaja sobre otras compañías, generando la capacidad de movilizar sus suministros y activos más allá de las fronteras, sabiendo esto las MYPE están en la capacidad de aprovechar estos conceptos para lograr un crecimiento activo.

En consecuencia, es importante saber si la MYPE tienen el conocimiento referente a la motivación y atención al cliente, les plantean a identificar los beneficios que su aplicación genera en ellas, directamente en la atención que estas ofrecen a sus

clientes. Logrando así que dichos beneficios se vean reflejados en el desarrollo de sus actividades.

En el año 2018 Castillo, (2019) comenta sobre la economía del Perú y del impacto negativo que generó el Fenómeno del Niño dejando como resultado una crisis política en 2017 lo cual no llevo a cumplir las expectativas propuestas. Pero sin embargo logró un crecimiento a nivel nacional de 4.73% en el 2018 dando como resultado el 3.99% dando como resultado una cifra similar al año anterior. A pesar de todas las dificultades el número de subempleados creció en un porcentaje de 4.3 y el número de empleados adecuadamente aumentó a un 0.2% dando como resultado total un aumento de 1.7%.

Jaramillo (2018) este investigador nos explica los efectos que tiene la llegada migratoria de venezolanos al Perú y cómo afecta directamente a los empleos e ingresos en el país, para tener una idea, según Migraciones hay un aproximado de veinticinco mil personas de nacionalidad Venezolana y un aproximado de otros setenta y cinco mil como turistas con las posibilidades de solicitar un permiso temporal. Mientras que la población económicamente activa en el Perú es de 17.4 millones, según INEI, el riesgo es que los salarios bajen en las zonas donde más se emplea el servicio o mano de obra extranjera, ya que por necesidad estos están dispuestos a recibir un menor ingreso por la misma labor realizada por un peruano. Sin embargo, los flujos migratorios también impactan positivamente sobre la economía peruana ya que aumenta el consumo, si alguno de ellos es participe de una MYPE este pagara impuesto generando más empleo logrando así el incremento del PBI, hoy en día el Perú alberga a miles de ciudadanos extranjeros debido a la crisis económica que atraviesa su país

tanto así que se parece a la crisis económica que atravesó el Perú a fines de 1980, donde se vieron obligados muchos peruanos a escapar.

Según el ministro de economía y finanzas Oliva (2018) informó que en el 2019 las economías en el Perú crecerán entre los países de Latino América liderando con un 4.2% superando a Chile, Colombia, Brasil y México. De la misma manera el Ministerio de Economía y finanzas se encuentra implementando acciones para impulsar la productividad y la competitividad dando como resultado proyectos con la intervención del sector privado.

Según Luna (2017) en el año 2016 se amplió el número de MYPE en nuestro país, así como esto trae un impacto positivo también tiene uno negativo, uno de ellos es la informalidad hay muchas MYPES que aún no regularizan los permisos requeridos llegando a un 80% de MYPE con este problema, si las MYPE participaran con la formalidad esto les generara ganancias y ahí es donde las MYPE empiezan a ganar credibilidad, sin embargo, también comenta que las MYPE son las que impulsa un 20.6% de la economía nacional.

Según el diario (Peru21, 2016) las MYPE brindan empleo a un aproximado de 8 millones de personas en porcentaje es 47.4% de la población del país activo económicamente, gran parte de estas son las MYPE informales, estas cifras reflejan la poca cultura dentro del pensamiento empresarial peruano y con esto lo complicado que es lograr la formalidad de las MYPE.

a) Caracterización del problema de investigación

Según Rivera (2016) menciona que las MYPE son consecuencia del choque entre fenómenos económicos, históricos y sociales. En la economía de hoy las MYPE tienen un papel importante ya que son estratégicamente relevantes para generar

ingresos, generar empleo y maximizar la economía, estudios realizados demuestran que por cada MYPE creada se genera entre cuatro y cinco puestos de trabajo.

Según Pantigoso (2015) menciona que durante las últimas décadas las MYPE han sido objeto de investigación, ya que ellas atribuyen 60% del PBI del Perú y hay un aproximado de 3 760 000 de MYPE generando un aproximado de 5.3 millones de puestos laborales. En la década de los años 80 en el Perú se generaron diversas propuestas sobre las MYPE sin embargo hasta la década de los 90 el aporte de las MYPE se hace visible en el desarrollo económico del Perú.

De acuerdo a la situación antes mencionada, se puede enunciar el problema como: ¿Qué características tiene la motivación y atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura, año 2018?, la problemática que existe en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura y que gracias a Uladech católica, sede Piura, escuela de Administración se buscara dar solución a la problemática.

Así, el objetivo general que se ha establecido se enuncia como: “Conocer las características que tiene la motivación y atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura, año 2018”. Mientras que los objetivos específicos son:

- (a).,Identificar los beneficios de la motivación en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura, año 2018
- (b).,Definir el tipo de motivación que emplean las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura año 2018
- (c)., Conocer factores para la buena atención al cliente que emplean las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura año

2018 (d)., Identificar los beneficios que posee la buena atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018.

Por lo expuesto, la presente investigación se justifica de manera práctica ya que tiene como finalidad conocer las características de la motivación y atención al cliente de las MYPE sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura en el año 2018, lo que permitirá conocer las necesidades de cada MYPE, así mismo ver el nivel de involucramiento tanto eficaz como eficiente de los trabajadores de las MYPE del sector hotelero.

Esta investigación es de nivel descriptivo, de tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal. La investigación, a su vez se justifica de manera práctica, ya que busca establecer que estas variables sean plasmadas de manera formal y competitiva.

La investigación se basará en hipótesis que fundamente cada una de la información sobre las variables motivación y atención al cliente a nivel nacional, logrando así la asociación de fundamentos de la información recolectada con los resultados de indagación que se va a realizar.

En cuanto a la investigación metodológica, la investigación utilizara toda la información posible en cuanto a las variables de motivación y atención al cliente, donde permitirá contar con trabajadores capacitados, involucrados y sobre todo eficaces, dando como resultado que los usuarios estén satisfechos con el servicio que se les brindará, finalmente la investigación permitirá a la autora cumplir con las expectativas de realizarse como una gran profesional a través de la obtención de un merecido título universitario.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variables de motivación

Lobo (2014), realizó una investigación sobre “Propuesta de un programa de motivación, dirigido al personal del hotel VENTUR VALENCIA para mejorar la calidad del servicio. Venezuela, año 2014 “presentada en el Colegio Universitario Hotel Escuela De Los Andes Venezolanos Subdirección Académica Área De Pasantías Venezuela. Esta investigación tuvo como objetivo principal promover un programa de motivación dirigido al talento humano para mejorar la calidad y el servicio del hotel VENETUR Valencia, esta investigación es de tipo descriptiva no experimental la muestra de estudio fue de 8 trabajadores del hotel utilizando la recolección de datos estas mediante encuestas, dando como resultado que la gran parte de los empleados no están lo suficientemente motivados para realizar sus funciones, en conclusión la empresa debe aplicar un cronograma de capacitación sobre motivación a sus colaboradores ya que esto hará que a la empresa como los trabajadores tengan una mejora continua generando así un excelente servicio.

León (2017), realizó una investigación sobre “Análisis de la satisfacción de los empleados de los pequeños hoteles en la Ciudad de Guatemala, año 2017” presentada en la Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Esta investigación tuvo como objetivo principal establecer que factores inciden en la satisfacción de los clientes y la consecuencia de la motivación de los empleados en los pequeños hoteles de Guatemala, esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental de corte transversal la muestra de estudio fue dirigido a 15 hoteles teniendo un total de 115 trabajadores, utilizando como técnicas de recolección a encuestas con preguntas

en escala nominal, dando como resultado el 60% de empleados encuestados indicaron sentirse motivado en su trabajo y el otro 40% estar motivado la mayoría de veces, en conclusión las empresas saben que la motivación es un factor fundamental para que sus colaboradores agreguen mejores resultados para la empresa.

Mazzola (2014), realizó una investigación sobre “El factor humano en las organizaciones: cómo influyen las técnicas de coaching y estrategias motivacionales en el desempeño de los empleados de recepción de los Hoteles 5 estrellas de la Capital Federal, 2014” presentada en la Universidad Abierta Interamericana, México. Esta investigación tuvo como objetivo principal analizar el grado de incidencia de las técnicas de coaching y estrategias motivacionales en la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados de recepción de los Hoteles 5 estrellas de la Capital Federal, a fin de encontrar y crear nuevos mecanismos que les ayuden a lograr una mayor identificación con el hotel, aumentando la eficacia y efectividad en el desarrollo de sus labores, esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, la muestra de estudio es de 13 hoteles de 5 estrellas de la ciudad con un personal aproximado de 400 personas utilizando técnicas de recolección de datos como encuestas con preguntas cerradas para poder desarrollar de una manera abreviada el análisis, dando como resultado que la motivación en los colaboradores de los hoteles es muy importante, en conclusión se debe incluir talleres de capacitación sobre motivación al personal para que se pueda desempeñar de tal manera que genere la confianza del cliente.

Panduro (2017), realizó una investigación sobre “La motivación y su relación con el desempeño laboral del sector hotelero Tarapoto 2017” presentada en la Universidad Peruana Unión, Tarapoto esta investigación tuvo como objetivo principal

la determinación de la relación entre la motivación y el desempeño laboral en el grupo Hoteles Paucar Tarapoto, 2017 esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, la muestra de estudio es 35 colaboradores del mismo hotel, se utilizó encuestas como técnica de recolección de datos, dando como resultado que los colaboradores de este hotel están motivados para realizar su trabajo y como conclusión tenemos que mientras exista la motivación constante, los trabajadores estarán altamente capacitados e identificados con la empresa y tendrán un mejor rendimiento dentro de la organización.

Antuash (2018), realizó una investigación sobre “la motivación laboral mejora la productividad en la empresa Rio Hotel SRL Bagua 2018” presentada en la Universidad Señor De Sipán, Bagua. esta investigación tuvo como objetivo principal la determinación de la relación entre la motivación laboral y la productividad en la empresa Rio Hotel SRL Bagua, 2017 esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental con un nivel descriptivo correlacional, la muestra es de 35 colaboradores dichos colaboradores de la misma empresa, se utilizó como instrumentos cuestionarios de 20 ítems dando como resultado que los índices de motivación de los trabajadores de la empresa se consideran deficientes, en conclusión la empresa debe de mantener una relación significativa con el tema de la motivación ya que esta es uno de los principales factores para que las empresas de hoy se desarrollen de manera que estén preparadas para los cambios a presentarse dentro y fuera de la organización.

Marquina (2017), realizó una investigación sobre “Influencia de las estrategias de motivación para la satisfacción laboral del cliente interno del hotel fundo San José Lodge Chanchamayo 2017” presentada a la Universidad Privada San Marcos

Chanchamayo. Esta investigación tuvo como objetivo demostrar la influencia entre las estrategias de motivación y satisfacción laboral del cliente interno del hotel fundo San José Lodge. Esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, la muestra de estudio está constituida por diez personas que son el total de colaboradores que trabajan en el Hotel, utilizando técnicas de recolección de datos como encuestas para lograr el mejor desarrollo de la investigación, dando como resultado que existe una relación directa y significativa entre las estrategias de motivación y satisfacción laboral del cliente, en conclusión el hotel, sí desarrolla capacitaciones y talleres sobre motivación lo que permite al colaborador conocer que la carga laboral y el trabajo en equipo se pueden mejorar de manera en que ellos también desarrollen su potencial humano.

García (2015), realizó una investigación sobre “Motivación y satisfacción de los trabajadores de la dirección regional de transportes y comunicaciones de Piura 2015” presentada en la Universidad Nacional de Piura. Esta investigación tuvo como objetivo principal demostrar la determinación de la relación que existe entre motivación y satisfacción labora de los trabajadores de la dirección Regional de transportes Piura. Esta investigación es de tipo descriptiva y correlacional. Descriptivo; pues busca describir las características demográficas y socioeconómicas la muestra de estudio es de 147 trabajadores que trabajan en este centro laboral utilizando técnicas de recolección de datos tales como, encuestas para lograr el mejor desarrollo de la estrategia de motivación dentro de la Dirección Regional, obteniendo de esta investigación que es de suma importancia para desempeñar las tareas de cada colaborador la retroalimentación de su personal, para que ellos puedan desenvolverse de manera fácil y práctica, en conclusión el estudio que se aplicó en esta organización

demuestra que existe una relación directa como significativa entre la motivación y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Dirección Regional de Transportes Piura.

López (2016), realizó una investigación sobre “Motivación laboral de los docentes de la I.E dos de mayo de Villa Paccha distrito de Chulucanas 2016” presentada a la Universidad de Piura tuvo como objetivo principal la caracterización de la motivación laboral de los docentes de la I.E dos de mayo de Villa Paccha-Chulucanas, esta investigación es de un enfoque cuantitativo, de un diseño transversal su muestra de estudios es de 24 Docentes de la institución, utilizando como técnica de recolección de datos a encuestas con preguntas de escala nominal, dando como resultado que, se detectó que la motivación de los docentes es baja y esto causa desmotivación por ende la enseñanza es baja, se le dieron recomendaciones a los docentes y directores de dicha institución educativa para que mejoren sus métodos de enseñanzas, implementando talleres de actuación, danza, literatura, deporte para así lograr incentivar a los estudiantes a tener una mayor visión futurista de sus vidas universitarias, técnicas o laborales, como conclusión se le recomienda tomar talleres para fortalecer la motivación laboral en los docentes y que impliquen la participación de todos los actores involucrados.

Casas (2017), realizó una investigación sobre “La motivación y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo en la escuela de posgrado de la Universidad Nacional de Piura” presentada la Universidad Nacional de Piura. Esta investigación tuvo como objetivo principal la determinación de la influencia de la motivación y su relación con el desempeño laboral, esta investigación es de enfoque cuantitativo, de un diseño transversal y su muestra de estudios fue de 80 trabajadores entre hombres y mujeres se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas de manera

que facilita el desarrollo de esta, dando como resultado que si existe relación significativa entre la motivación y el desempeño laboral del personal, como conclusión se puede señalar que la motivación influye directamente al desarrollo de las actividades del personal, lo que se recomienda es que la empresa incluya talleres de capacitación para que sus colaboradores desarrollen su potencial humano.

2.1.2 Variable de atención al cliente

Anchundia (2017), realizó una investigación sobre “Estrategias para la innovación y mejoramiento de atención al cliente y servicio al cliente de los usuarios del hotel Dolphin del Cantón Montecristi manta. Manabí-ecuador 2017” presentada a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” De Manabí. Esta investigación tuvo como objetivo principal incrementar el grado de satisfacción y por ende el crecimiento institucional, esta investigación se llevó a cabo mediante la aplicación de herramientas y procesos metodológicos por medio de los que se logró determinar las estrategias orientadas a mejorar la calidad de atención al cliente, la muestra que se utilizó fue de 265 huéspedes a los que se le aplicó como instrumento de recolección de información a encuestas con preguntas de escala nominal, dando como resultado que el personal de atención al cliente no está totalmente capacitado para prestar un correcto servicio donde se concluye que es importante que se planifique y se diseñe cuidadosamente todas las tareas que tenga que ver con el contacto directo con el cliente.

Hidalgo (2014), realizó una investigación sobre “Plan estratégico y atención al cliente del hotel Perla Verde de la ciudad de Santo Domingo Ecuador 2014” presentada a la Universidad Regional Autónoma De Los Andes Uniandes Ecuador, esta investigación tuvo como objetivo principal el diseño de un plan estratégico para la mejora de atención al cliente del Hotel Perla Verde en la Ciudad de Santo Domingo, esta investigación es de tipo descriptivo nivel cuantitativo de corte transversal, su

muestra de estudio fue un total de 382 clientes, se utilizó como técnica de recolección de información a encuestas con preguntas en escala nominal, dando como resultado que la mayoría de los clientes están satisfechos con la atención que le brinda el hotel y en conclusión para que la buena atención sea de manera permanente hay que elaborar un plan estratégico donde los partícipes sean los colaboradores del hotel y tengan una capacitación sobre la buena atención al cliente.

Inca (2017), realizó una investigación sobre “Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del Hotel Camino Real Riobamba Ecuador año 2017” presentada a la Universidad Regional Autónoma De Los Andes Uniandes Ecuador. Esta investigación tuvo como objetivo diseñar un manual de gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en el departamento de recepción del Hotel Camino Real, esta investigación es de tipo descriptiva de diseño no experimental y de corte transversal, su muestra de estudios es de 105 clientes, estos clientes fueron tomados solo del mes de abril del 2017 utilizando como técnica de recolección de datos a encuestas con preguntas de escala nominal, dando como resultado que un 80% de los clientes encuestados están satisfechos con la atención que en este hotel brindan y como conclusión se podría decir que la valoración y la preparación constante en la organización incentiva al desarrollo profesional de estos mismos.

Aguila (2017), realizó una investigación sobre “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa año 2017” presentada a la Universidad Los Ángeles De Chimbote, Pucallpa. Esta investigación tuvo como objetivo principal la demostración de la correcta aplicación de la gestión de calidad en la MYPE del rubro hotelero ecológico,

y como esta dará resultado con una buena atención al cliente y una plena satisfacción de este por parte de los colaboradores del hotel, esta investigación es de tipo descriptiva, diseño no experimental y de corte transversal, la muestra de este estudio es 6 hoteles ecológicos utilizando como técnica de recolección de datos a encuestas, facilitando así el análisis que se realizara, todas las encuestas basada en preguntas de escala nominal dando como resultado que es importante la buen atención a los clientes y como conclusión, la capacitación para la buena atención al cliente es fundamental y hay que realizarlo de manera perfecta, de tal manera que permita a la empresa gozar de las ventajas que implica la fidelización de sus clientes, que se obtiene claro con consecuencia directa sobre la atención al cliente.

Angulo (2018), realizó una investigación sobre “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mype del sector servicios Hoteles, Distrito de Iquitos año 2018” presentada a la Universidad Los Ángeles De Chimbote, Iquitos. Esta investigación tuvo como objetivo principal investigar si las MYPE del sector Servicios, Hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan como calidad y tienen disperso un plan de atención al cliente como estrategia de servicio, esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental de corte transversal, la muestra de estudios es de 24 MYPE utilizando como técnica de recolección de datos a encuestas, utilizando preguntas en escala nominal dando como resultado que los hoteles del Distrito de Iquitos, tienen una administración enfocada en la calidad de servicio al cliente y concluye que el cliente explica una serie de elementos que obliga a la empresa adaptarse con rapidez a los cambios, también los clientes realizan aportes importantes a la aplicación de la esencia misma de marketing. Así es como la empresa de hoy no

puede ser ciega e ignorar la evolución social producida que se manifiesta en la figura del cliente y en su nuevo comportamiento.

Requejo (2016), realizó una investigación sobre “Baja calidad el servicio en atención al cliente en los Hoteles de tres estrellas de los Distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo año 2016” presentada a la Universidad Nacional De San Martín Tarapoto. Esta investigación tuvo como objetivo establecer el nivel de la calidad del servicio en la atención al cliente en los hoteles 3 estrellas de los distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando como muestra a 6 hoteles de la zona dando como resultado que el clima organizacional y las pocas capacitaciones son el principal motivo de la baja calidad del servicio en atención al cliente, en este hotel la comunicación interna es muy baja de tal manera que influye en el desarrollo de su personal y concluye que los hoteles de tres estrellas de Tarapoto presentan baja calidad por tener principalmente un inadecuado manejo del clima organizacional y una débil capacitación con sus colaboradores.

Acha (2017), realizó una investigación sobre “Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPES rubro Hoteles una estrella del centro Piura año 2017” presentada a la Universidad Los Ángeles De Chimbote Piura. Esta investigación tuvo como objetivo principal identificar qué características tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura esta investigación es de tipo descriptivas, de diseño no experimental y de corte transversal su muestra de estudio fue de 5 hoteles se utilizó técnicas de recolección de datos mediante encuestas con preguntas de escala nominal las variables de estudio fueron capacitación y atención al cliente dando como resultado que la organización sí

capacita al personal antes de desempeñar el puesto asignado para evitar deficiencias en su gestión y concluyendo la empresa debe aplicar técnicas de capacitación para que los trabajadores brinden una correcta y buena atención.

Carranza (2018), realizó una investigación sobre “Características de la competitividad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio. Rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana 2018” presentada a la Universidad Los Ángeles De Chimbote, Sullana. Esta investigación tuvo como objetivo principal describir las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE del sector Hotelero, del casco Urbano de Distrito de Sullana 2018, esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal la muestra de estudio fue de 5 hoteles se utilizó técnicas recolección de datos mediante encuestas con preguntas de escala nominal, dando como resultado que en las MYPE del sector hotelero en Sullana es muy grande la competitividad como también todos estos tienen el manejo correcto sobre la buena atención al cliente, concluyendo los clientes mencionan que el servicio que brinda estas MYPE es profesional.

Preciado y López (2018), realizaron una investigación sobre “Gestión de calidad y servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del Distrito de Zorritos, Tumbes 2018” presentada a la Universidad Nacional de Tumbes tuvo como objetivo principal la demostración de la influencia de la gestión de la calidad en el servicio a los clientes en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos 2018., esta investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, porque busca dar solución práctica a un problema real. la muestra de estudio que se tomó fue a dos hoteles del Distrito teniendo a un total de 70 clientes y dos administradores uno por cada hotel para ello se realizó una serie de preguntas y se

aplicó un cuestionario a los clientes dando como resultado que la gestión de calidad en los dos hoteles del distrito de Zorritos, hay un excelente atención por parte del personal y como conclusión se tiene que para llevar una mejor gestión de calidad la estrategia a utilizar es la interacción entre trabajadores y administradores para que cada uno de ellos puedan realizar las diferentes actividades con eficiencia y eficacia.

2.1.3 Bases Teóricas

2.1.3.1 Teorías de La Motivación.

Según Gaytán (2014) la motivación es un factor que induce a la conducta del individuo, y amplía el desarrollo cognitivo del individuo, tiene que ver con encontrar las verdaderas razones que existen en el interior de cada persona para realizar acciones siempre con un propósito.

2.1.3.2 Importancias de la motivación.

Según Gaspar (2014) Motivación es uno de los principales factores que promueve el desarrollo de las MYPE ya que, si las MYPE tiene a su personal motivado este, le generara muchos beneficios. La motivación es un factor fundamental para el desarrollo de cada ser humano para que pueda proyectar todo su potencial humano.

2.1.3.3 Beneficios de la motivación

Según Aca (2018) Menciona que hace mucho tiempo las MYPE presentaban muy poco interés a lo que sus colaboradores necesitaban, por lo que las empresas mayormente fracasaban, hoy en día el compromiso que tiene el empleado con el empleador es sumamente diferente ya que para la empresa ahora lo más importante son sus colaboradores ya que ellos son el motor de la empresa.

a) Presentación de la MYPE. Actualmente las MYPE se encargan de que su imagen sea impecable, porque todas están en constante competencia por ser las

mejores, si una empresa proyecta a valorar el desempeño de sus colaboradores esto generará la productividad de los mismos.

b) Compromiso con la MYPE. Si la empresa hace que sus colaboradores se integren en todas las actividades, estos se sentirán incluidos por lo consiguiente se creará un vínculo y compromiso por parte de ellos.

c) Mejor desempeño laboral. Si la empresa incluye capacitaciones de motivación para los empleados o colaboradores, estos desarrollarán un potencial aún no descubierto por ellos, por ende, la MYPE generará un mayor rendimiento de sus colaboradores obteniendo beneficios para la empresa.

d) Mejores Ideas. Cuando la MYPE crea un vínculo cercano con su colaborador este se desarrolla mejor en las actividades designadas, también aportan ideas innovadoras para la mejora de la empresa, ayudan a mejorar la calidad de servicio ya que ellos son la imagen que representará a la empresa al momento que presten algún servicio.

e) Mínimos problemas. Cuando una MYPE no toma en cuenta a sus colaboradores excluyéndolos de actividades dentro de esta, ellos no pueden desempeñar sus funciones con eficiencia ya que no se sienten parte de la organización esto involucra la incomodidad y crea un ambiente hostil conllevándolo al fracaso.

f) Competencia. Las MYPE que incluyen la motivación hacia sus colaboradores son las empresas que generalmente son más competitivas porque están preparadas para enfrentar nuevos retos.

Según Sum (2015) quien realizó una investigación sobre motivación y desempeño laboral donde explica los beneficios que genera la motivación en las personas mencionándolas de la siguiente manera:

Creatividad: Las personas motivadas piensan claramente, desarrollando así todo su potencial.

Vitalidad: Un personal motivado tiene ideas eficaces para lograr un fin común.

Un personal motivado puede integrar a sus demás compañeros logrando que ellos también se desarrollen profesionalmente.

Un personal motivado logra que su entorno se convierta en un ambiente laboral agradable.

Asentimiento: Con un personal motivado ellos sobresalen en sus actividades designadas.

Rendimiento: Las personas motivadas son más productivas.

Estabilidad: Las personas motivadas son más estables.

2.1.3.4 Características de la motivación

Según Mejía (2017) menciona una serie de características de la motivación tales como:

- a) Es impulsora. Las metas de la MYPE las llevan a esa dirección
- b) Es jerarquizadora. Prioriza las necesidades, para poder obtener los resultados de cada situación siendo estas tan importantes una como la otra (intrínseca y extrínseca)
- c) Es compleja. El ser humano está siempre en un proceso auto constructivo, es decir cada uno de nosotros va a ser más importante que el otro.
- d) Es cíclica. Está en continuo proceso y se reinicia periódicamente.
- e) Es homeostática. Es una evolución que permite tener una armonía entre nosotros mismos y nuestro interior, genera satisfacción y equilibrio debido a la satisfacción de la necesidad.

2.1.3.5 Tipos de motivación

Según Navea (2015), realizó una investigación sobre los tipos de motivación que existen y ella menciona lo siguiente

a) Motivación de tipo intrínseca:

Es aquella motivación que está dentro de ti, conforme el glosario “íntimo o esencial”, traducido sería todo aquello que depende de ti.

b) Motivación extrínseca:

Es aquella motivación que depende de lo exterior “externo no esencial” es aquello que está en la sociedad.

2.1.4 Teoría de atención al cliente

2.1.4.1 Definición

Según Chang (2014) el realiza una investigación sobre atención al cliente y menciona que es una labor personal, mediante diversos medios muy delicados pero eficaces, actitud y los detalles, además que en toda circunstancia existe un problema con los clientes, que es resultado de la diferencia entre la situación dada y la situación esperada como también en margen a sus necesidades, con respecto a lo mencionado cuando la organización no realiza una buena calidad de servicio esta empresa perderá credibilidad, porque la buena atención al cliente es una de las primordiales funciones que tiene cada MYPE. En la actualidad la atención al cliente es el principal motor de las empresas exitosas, si se realiza una mejor atención al cliente y de calidad les permite fidelizar a los consumidores de un bien o servicio que la organización ofrezca.

Alarcón (2014), menciona que el servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga un producto o servicio en el momento y lugar adecuado, el cual satisfaga sus necesidades y expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y reputación de

la empresa. Un servicio en cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra.

Por otra parte la relación o servicio prestado de la forma satisfactoria para el cliente, al contrario del resto de los bienes ofertados básicamente no tienen ningún coste adicional, mientras que la insatisfacción en la atención recibida, está cargada de costos, de una parte directos, tales como los derivados de reclamaciones, pero sobre todo inciden los costos indirectos y los errores son difícilmente subsanales, se estima que un cliente insatisfecho, producirá doce potenciales futuros clientes perdidos, considerando que resulta mucho más caro conseguir nuevos clientes para mantener los que ya se tienen, dejando en evidencia la importancia de un buen servicio.

2.1.4.2 Importancia

Romano (2015) menciona que el cliente es la persona más importante de la empresa, ya que es el que permite posicionarse en el mercado, ellos no dependen de la empresa al contrario, las empresas dependen de ellos para que todo lo propuesto se desarrolle, se sabe que la primera experiencia o interacción entre cliente y quien ofrece un servicio te hace decidir si se adquiere el servicio o no, el cliente busca un lugar donde se pueda sentir cómodo y que reciba un trato personalizado, como también que el servicio sea de manera rápida si se le brinda una atención de calidad estos recomendarán a la empresa con sus amigos, conocidos y familiares logrando así una nueva cadena de clientes y consumidores, esto debe de ser integrado en el pensamiento de los encargados del manejo de la empresa. Y como último punto la buena atención al cliente es de vital importancia para el desarrollo económico y social de la MYPE.

2.1.4.3 Factores para la buena atención al cliente

Romero (2015) escribe un artículo mencionando a 4 factores fundamentales para la buena atención al cliente.

- a) Manejo correcto de plataformas sociales. Como todos saben las redes sociales hoy en la actualidad es uno de los factores fundamentales ya que es por este medio donde las personas pueden adquirir un servicio, si se presentara algún mal comentario sobre la empresa, las personas al ver eso no irán por un producto o servicio, al enterarse de que no se da un buen servicio desistirán y buscarán más opciones.
- b) Enlace entre redes sociales y las áreas operativas de la empresa. Hoy en día es impresionante la cantidad de personas que utilizan las redes sociales para ofrecer un bien o servicio, las quejas o malos comentarios en las redes sociales no se hacen esperar, ya que utilizan estas plataformas para proyectar su malestar cuando no les dan un buen servicio, por lo que se recomienda que la empresa cuente con un sector encargado básicamente de solucionar los problemas en línea.
- c) Conexión entre marcas y minoristas. Estos dos factores lo que hacen es llevar un problema al otro, echándose la culpa mutuamente y no buscando una solución rápida para cualquier problema que se presentase, esto es muy peligroso, ya que alguno de estos saldrá perjudicado aun cuando la responsabilidad no sea suya. Tienen que buscar una solución rápida y buena.
- d) Detallar el desarrollo de las funciones del consumidor. A muchas empresas que brindan un producto o servicio les da temor escuchar la opinión de algún cliente o consumidor, refiriéndose claramente al servicio que esta empresa este ofreciendo. Siendo esto un error, si los clientes brindan esa información deberá

ser utilizada para mejorar cada día más y así ser una empresa de calidad brindando una buena atención.

2.1.4.4 Beneficios de la atención al cliente

García (2015) dio a conocer los siguientes beneficios.

- a) Aprobación. Hoy en día si las MYPE realizan en las empresas una adecuada administración al momento de generar un servicio al cliente, los índices de aceptación y confianza de los consumidores se incrementarán reduciendo de forma significativa las quejas y reclamaciones que puedan presentarse, lo que implica menos recursos dedicados posteriores a la venta del servicio.
- b) Mayor prestigio. En actualidad muchas empresas son conocidas por la calidad de servicio que proveen. Cuando los clientes tienen una mala experiencia con una compañía, se lo dirán a sus amigos, vecinos y cualquier que los escuche. Cuando tienen una interacción positiva, también compartirán esta información. A través del uso de blogs, páginas web y redes sociales, los clientes comunican sus interacciones con una compañía y sus productos y servicios. Un buen servicio al cliente le da a tu compañía una buena reputación.
- c) Fidelidad del Consumidor. Cuando la MYPE ofrece un servicio de calidad y le da una buena impresión a su consumidor esto generara la lealtad de los clientes. Si la empresa realmente cumple y excede las expectativas del cliente, el dudara sobre usar los servicios de un competidor. A menudo, los competidores ingresan en la industria y ofrecen sus servicios a un precio más bajo. El líder puede evitar una “guerra de precios” ofreciendo y manteniendo un servicio al cliente de calidad. Cuando los clientes confían en este servicio, se mantienen leales a la compañía.
- d) Trabajadores Comprometidos. Para que la empresa de un buen servicio al cliente esto implica a los empleados ellos están gastando tiempo usando sus habilidades

para mejorar el negocio. En vez de enfrentarse con el mismo problema repetidamente, los empleados toman los pasos necesarios para satisfacer al cliente, pero también para prevenir que el problema ocurra de nuevo. El empleado deja una impresión positiva al cliente, lo que afecta directamente a las operaciones de la compañía y gana un sentido de logro. Es una situación en la que todos ganan: el cliente, la compañía y el empleado o colaborador.

III. HIPÓTESIS

De acuerdo a la opinión del autor Dr. Feliciano Oncevay Espinoza De la universidad UNFV (2014) describe que: las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar características de la problemática, no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación.

El nivel de la investigación es descriptivo porque, clasifica, señala las propiedades de las variables identificadas, busca identificar las propiedades de la Motivación y Atención al Cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura 2018. Las investigaciones descriptivas parten desde el punto de vista de una hipótesis afirmativa que tienen ciertos resultados y a su vez pueden estar relacionadas a una causa- efecto entre variables; esto es posible, ya que se han demostrado sus relaciones a través indagaciones descriptivas (Bavaresco, 2003).

De acuerdo con Tamayo (2008) señala que las investigaciones de tipo cuantitativo miden las variables en cierto contexto: analiza las mediciones adquiridas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y establece varias conclusiones con respecto sobre la hipótesis. Se estudiaron la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar de manera más específica.

El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal, ya que se observaron a los fenómenos tal y como se manifestaron sin manipular las variables. Es decir, es una investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables. Y lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos. (Argote, 2010)

4.2 Población y muestra

M: muestra conformada por las MYPE Hoteleras encuestadas

O: Observación de las variables motivación y atención al cliente

4.2.1 Población

La población para el estudio para esta investigación está formada por 5 MYPE dedicada a la atención al cliente en el sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura. La distribución se puede apreciar en el cuadro 1.

| N° | MYPE | RUC | DIRECCION | PROPIETARIO | TRABAJADORES |
|----|---------------------------|-------|------------------------------|------------------|--------------|
| 1 | HOTEL S. E.I.R. L | 20398 | Calle Lima Apurímac Piura | T. H. C. E | 6 |
| 2 | HOTEL S. D. G. C S.AC | 20526 | Jirón Junín Piura | S.D. C. N Y M | 7 |
| 3 | Hotel C. S.C.R. L | 20483 | Calle libertad Piura | S. O. M.M | 7 |
| 4 | HOTEL S. D. P E.I.R. L | 20526 | Calle Tacna Piura | B. C.C. W | 5 |
| 5 | HOTEL S. E.I, R.L. | 20525 | Jirón Junín | R. F. J. E | 5 |

Cuadro 1 Relación de Mype

Fuente: Sunat

4.2.2 Muestra

Para el recojo de La muestra variable motivación y atención a la cliente conformada por los clientes, esta también puede determinar la problemática que es capaz de generar los datos con los que se identifica las fallas dentro del proceso. “Tamayo y Tamayo 2008”, afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico (pg. 58)

| | |
|---|-------------|
| Z = Nivel de confianza | 1.91 |
| N = Población | 5000 |
| p = personas que Frecuentan el hotel | 0.98 |

| | |
|--|------|
| q = personas que no frecuentan el hotel | 0.10 |
| Margen de error | 0.05 |

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2} = \frac{(1.91)^2(0.98)(0.10)}{(0.05)^2} = 143.00$$

$$N = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} = \frac{143.00}{1 + \frac{143.00}{500}} = 143.30$$

N = 143 clientes

Distribuidas de la siguiente forma

| N° hoteles de dos estrellas | Clientes |
|------------------------------------|-----------------|
| HOTEL S. M E.I.R. L | 28 |
| HOTEL E. S. D. G S.A.C | 35 |
| HOTEL C S.C.R. L | 23 |
| HOTEL S. D. P. E.I.R. L | 29 |
| HOTEL S. M. E.I.E.R. L | 28 |
| Total | 143 |

4.2.3 Criterios de inclusión

Cuando se realizó esta investigación a las MYPE a estudiar, con respecto a la variable motivación se tomó en cuenta incluir a los colaboradores que laboran en las diferentes áreas de cada hotel como personal de atención al cliente (repcionistas), área de cajas, área de almacén y personal de mantenimiento, etc. Con respecto a la variable atención

al cliente, solo fueron tomados en cuenta las personas que contaban con el tiempo disponible para realizar las encuestas, estos mayores de 18 años.

4.2.4 Criterios de exclusión:

Cuando se realizó esta investigación a las MYPE a estudiar, se tomó en cuenta excluir a hoteles que cuentan con una creación menor a 3 meses, como también a personas (propietarios y propietarias) que no se encuentren en la capacidad de brindar información sobre las variables de estudio.

4.3 Definición y operacionalización de las variables.

Tabla 1 Definición y operacionalización de variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | INDICADORES | DEFINICIÓN OPERACIONAL | ESCALA |
|---------------------|---|-----------------------------|--|--|---------|
| Motivación | Es un factor que induce a la conducta del individuo y amplía el desarrollo cognitivo del individuo, tiene que ver con encontrar las verdaderas razones que existen en el interior de cada persona para realizar acciones. Lobo (2014) | Beneficios de la motivación | Una mejor imagen para la empresa. | La dimensión de beneficios de la motivación se medirá de acuerdo a sus indicadores. a) Una mejor imagen de la empresa. b) Mayor compromiso con la empresa. c) Mayor rendimiento Laboral. d) Más y mejores ideas de mejora. e) Menores inconvenientes para la empresa. f) Mayor competitividad empresarial. | Nominal |
| | | | Mayor compromiso con la empresa. | | |
| | | | Más y mejores ideas de mejora. | | |
| | | | Menores inconvenientes para la empresa. | | |
| | | | Mayor competitividad empresarial. | | |
| | | Tipos | Motivación intrínseca. | | |
| | Motivación extrínseca. | | | | |
| Atención al cliente | Conjunto de actividades interrelacionada que ofrece una empresa con | Factores | Administración de comentarios en redes sociales. | La dimensión de los factores para la buena atención al cliente se medirá de acuerdo a sus indicadores | Nominal |

| | | | | |
|--|------------|--|---|---------|
| el fin de que obtenga el cliente un producto o servicio satisfaciendo sus necesidades y expectativas. Anchundia (2017) | | Redes sociales y las áreas operativas. | a) Administración de comentarios en redes sociales. | |
| | | Redes sociales y las áreas que pueden ejecutar y solucionar la problemática de algún mal servicio. | b) Redes sociales y áreas operativas. | |
| | | Comunicación entre marcas y retailers. | c) Redes sociales y las áreas que pueden ejecutar y solucionar la problemática de algún mal servicio. | |
| | | Definir un proceso de servicio al cliente claro y sencillo. | d) Comunicación entre marcas y retailers. | |
| | | | e) Definir un proceso de servicio al cliente claro, sencillo y rápido. | |
| | Beneficios | Aceptación y confianza. | La dimensión de beneficios de la atención al cliente se medirá de acuerdo a sus indicadores. | Nominal |
| | | Mejor reputación. | | |
| | | Lealtad de sus clientes. | | |
| Empleados involucrados. | | | | |
| | | a) Aceptación y confianza. | | |
| | | b) Mejor reputación. | | |
| | | c) Lealtad de sus clientes. | | |
| | | d) Empleados involucrados. | | |

Fuente: Elaboración propia

4.4 Técnicas e instrumentos

4.4.1 Técnicas

La técnica que se utilizó para investigación fue la encuesta: Carrasco (2005) escribe que la encuesta “es una técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa e indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo”, por este motivo se utilizó para indagar los rasgos característicos de la motivación y atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura año 2018.

4.4.2 Instrumentos

El instrumento utilizado en la investigación fue el cuestionarios, el cual permitió medir ambas variables (capacitación y Atención al cliente). El tipo de cuestionario que se aplicó fue re categorizado, debido que contó con las opciones de respuesta para cada una de las preguntas planteadas, utilizando preguntas cerradas de selección simple y de selección múltiple, de escala nominal y ordinal. Hernández (1995) establece que "el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir".

4.5 Plan de análisis

Para el desarrollo de la investigación se efectuó un trabajo sobre los hoteles categorizado de dos estrellas del centro de Piura, obtenido de la muestra con la finalidad de conocer el resultado de las mismas, luego se consolidó la información y se utilizaron tablas del procesador de Excel y Word.

4.6 Matriz de consistencia

Tabla 2 Matriz de consistencia

| Enunciado | Problema | Objetivos | Hipótesis | Metodología |
|------------|---|--|--|--|
| General | ¿Qué características tiene la motivación y atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura, año 2018? | Conocer las características que tiene la motivación y atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura, año 2018. | Según el Dr.: Feliciano Oncevay Espiniza De la universidad UNFV (2014) describe que: las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar características de la problemática, no se limita a la recolección de | <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativa.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva.</p> <p>DISEÑO: No experimental, corte transversal.</p> <p>POBLACIÓN: muestra 5 MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura. 30 trabajadores y 143 clientes</p> <p>Técnica: encuestas.</p> |
| Específico | | a) Identificar los beneficios de la motivación en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura, año 2018. | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| | | <p>b) Definir el tipo de motivación que emplean las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura año 2018.</p> | <p>datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen.</p> | <p>Instrumento: cuestionario.</p> |
| <p>c) Conocer factores para la buena atención al cliente que emplean las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura departamento de Piura año 2018.</p> | | | | |
| <p>d) Identificar los beneficios que posee la buena atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro</p> | | | | |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | de Piura departamento de Piura año 2018. | | |
|--|--|---|--|--|

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Principios éticos

ULADECH Católica (2019), mediante resolución N° 0973-2019-CU ULADECH la presente investigación presentada a la Universidad Los Ángeles de Chimbote se basa en el principio de la verdad, se acudió a diferentes fuentes haciendo respetar los autores, se respetó la autoría a las personas que participaron para el desarrollo de esta investigación y a quienes se acudió para que brindaran información valiosa y así poder tener mayor conocimiento del tema, se mantuvo en anonimato la identidad de clientes y trabajadores de los hoteles donde se aplicó las encuestas , las conclusiones de determinan sin prejuicio ni manipulación de ninguna índole, otro punto fue que la investigación se realizó con criterio individual, honestidad y responsabilidad por ultimo para el desarrollo de esta investigación no se recomienda acudir a recursos inmorales o no éticos ni a recursos ilícitos delictivos.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados de encuestas a trabajadores

| Características | Frecuencia | Porcentaje | Total |
|---|------------|--------------|-------------|
| <u>Genero</u> | 20 | 66.7% | 100% |
| Masculino | | | |
| Femenino | 10 | 33.3% | |
| <u>Tipo de empresa</u> E.I.E.R.L. | 16 | 53% | 100% |
| S.A.C | 7 | 23.3% | |
| S.C.R.L | 7 | 23.3% | |
| <u>Edad de trabajadores</u> | 5 | 17% | 100% |
| 18 a 25 años | | | |
| 26 a 45 años | 10 | 33% | |
| 46 a 50 años | 7 | 23% | |
| Mayores de 50 años | 8 | 27% | |
| <u>Años de negocio de la empresa</u> | 0 | 0% | 100% |
| Menos de 5 años | | | |
| Hasta 10 años | 1 | 20% | |
| Más de 10 años | 4 | 80% | |

Cuadro 2 Resultados de encuestas a trabajadores

Fuente: Elaboración: propia

En el cuadro 4 se observa que el 20% de los trabajadores encuestados pertenecen al género masculino, las empresas con mayor personal se encontraron en empresas E.I.E.R.L con un 53%. Con respecto a la edad de los trabajadores, el 33% del personal encuestado tienen edades de rango 26 a 45 años, la experiencia que tienen las MYPE

está dada porque el 80% tienen más de 10 años en el negocio hotelero, mientras que el 0% de las MYPE tiene menos de 05 años.

5.1.1 Resultados de clientes

| Características | Frecuencia | Porcentaje | Total |
|--|-------------------|-------------------|--------------|
| <u>Genero</u> | 93 | 65% | 100% |
| Masculino | | | |
| Femenino | 50 | 35% | |
| <u>Tipo de empresa</u> E.I.E.R.L. | 85 | 59% | 100% |
| S.A.C | 35 | 24% | |
| S.C.R.L | 23 | 16% | |
| <u>Edad de Clientes</u> | 13 | 9% | 100% |
| 18 a 25 años | | | |
| 26 a 45 años | 40 | 28% | |
| 46 a 50 años | 90 | 63% | |

Cuadro 3 Características demográficas de clientes

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 4 se puede observar que el 65% de los encuestados pertenecen al sexo masculino ya que la mayoría eran personas que estaban hospedados por negocios y el otro 35% eran del sexo femenino. La mayoría de los clientes encuestados se encontraron en las empresas E.I.E.R.L., en el ámbito de las edades el mayor rango lo tuvo las personas entre 46 y 50 años logrando un porcentaje de 63%.

5.1.2 Resultados de la variable motivación

5.1.2.1 Objetivo 1: Identificar los beneficios de la motivación en las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura, año 2018.

Tabla 3 ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 30 | 100% |
| NO (b) | 0 | 0% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

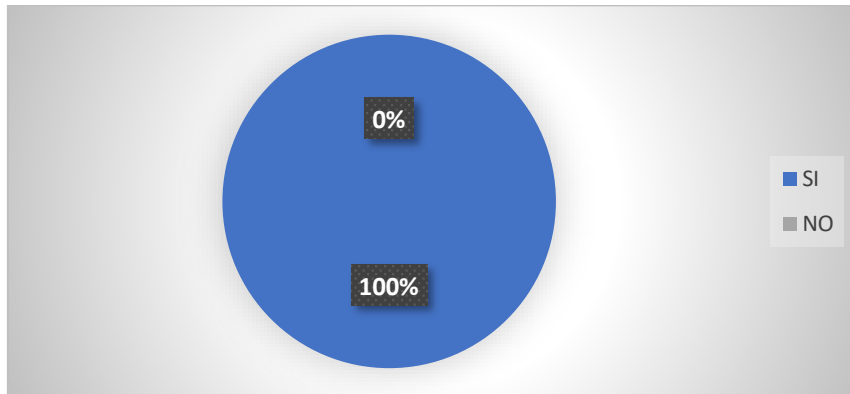


FIGURA 01: “Diagrama circular que representa la frecuencia de ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados?”

En la tabla 3 denominada: ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? Se observa que el 100% de los trabajadores encuestados si creen que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados.

Tabla 4 ¿Cree Usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 18 | 60% |
| NO (b) | 12 | 40% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

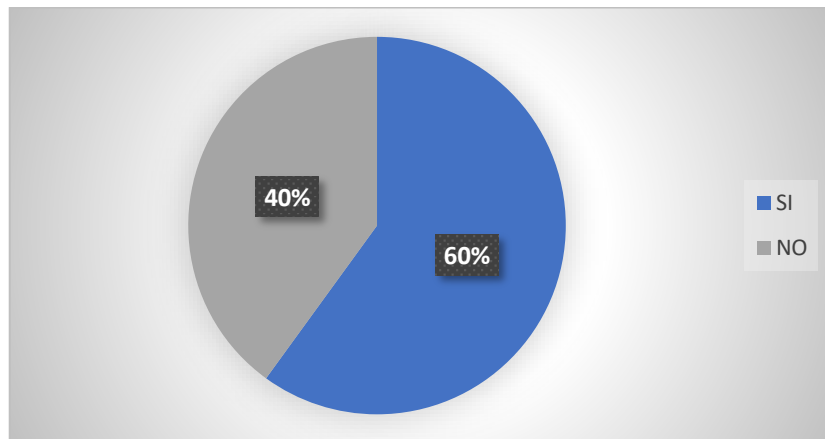


FIGURA 02: “Diagrama circular que representa la frecuencia de ¿Cree Usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel?”

En la tabla 4 denominada: ¿Cree Usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? Se observa que el 60% de los trabajadores encuestados si creen que la empresa valora el trabajo que desempeñan en el hotel.

Tabla 5 ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 27 | 90% |
| NO (b) | 3 | 10% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

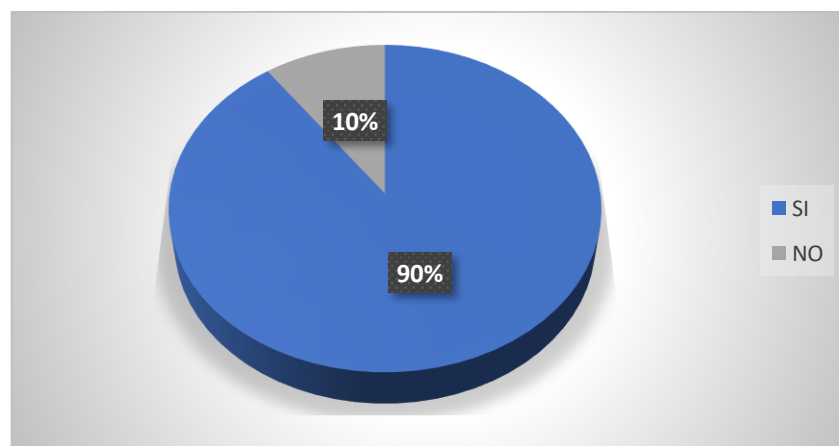


FIGURA 3:” Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral?”

En la tabla 5 denominada: ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? Se observa que el 90% de los trabajadores encuestados si creen al estar altamente motivado se consigue mayor rendimiento laboral.

Tabla 6 ¿Cree Usted que al estar altamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 28 | 93% |
| NO (b) | 2 | 7% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

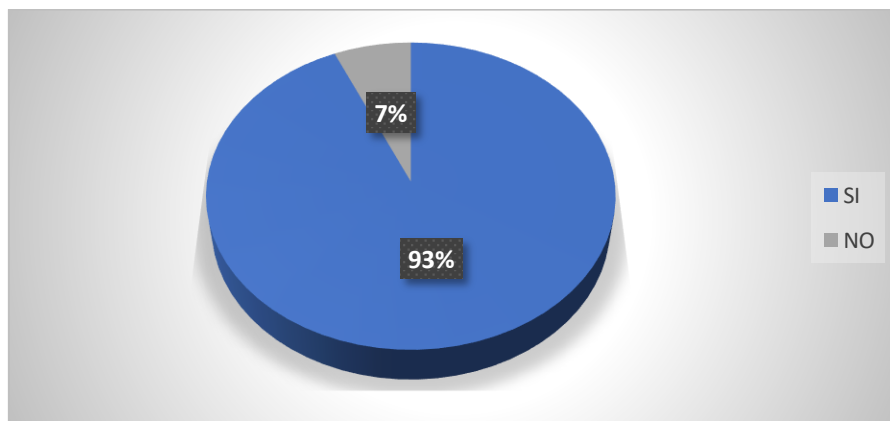


FIGURA 4: “Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que al estar altamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores?”

En la tabla 6 denominada: ¿Cree Usted que al estar altamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? Se observa que el 93% de los trabajadores encuestados si creen al estar altamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores.

Tabla 7 ¿Cree Usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 20 | 67% |
| NO (b) | 10 | 33% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

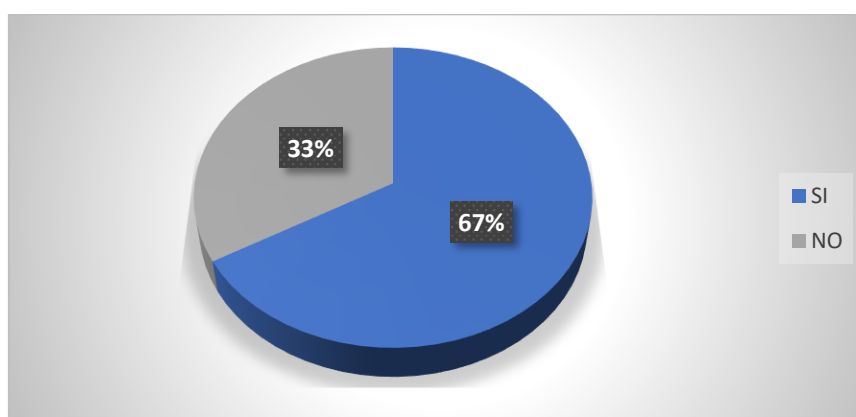


FIGURA 5: “Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas?”

En la tabla 7 denominada: ¿Cree Usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? Se observa que el 67% de los trabajadores encuestados si creen que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas.

Tabla 8 ¿Cree Usted que mientras más motivados y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambios?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 25 | 83% |
| NO (b) | 5 | 17% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

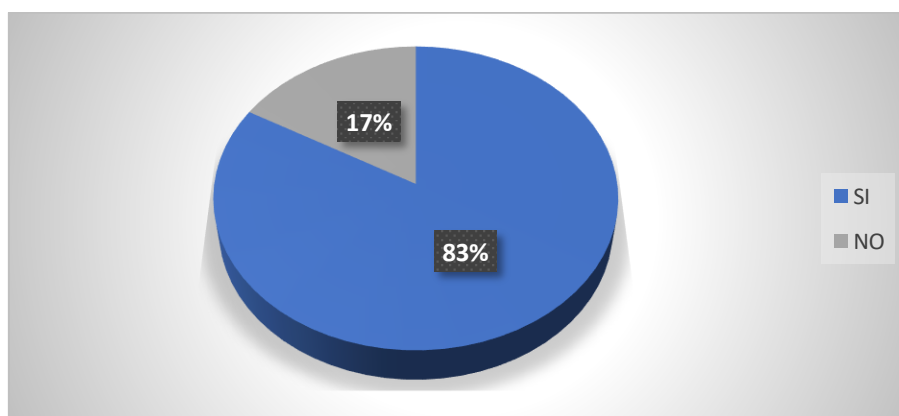


FIGURA 6: “Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que mientras más motivados y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambios?”

En la tabla 8 denominada ¿Cree Usted que mientras más motivados y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambios? Se observa que el 83% de los trabajadores encuestados si creen que mientras más motivados y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambios.

5.1.2.2 Objetivo2: Definir el tipo motivación que emplean las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018

Tabla 9 ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 23 | 77% |
| NO (b) | 7 | 13% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

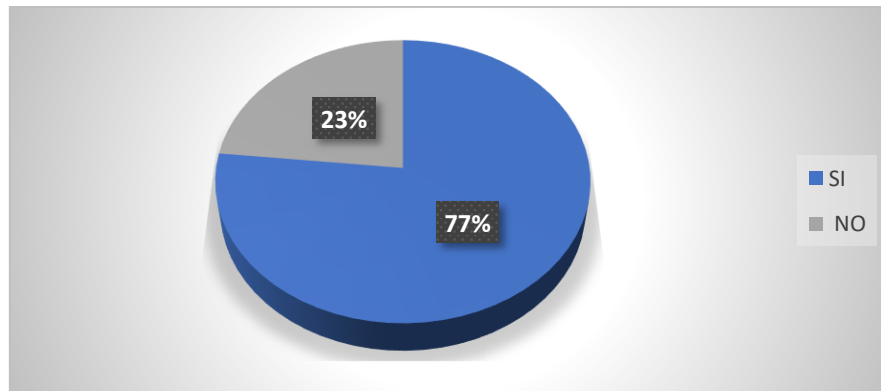


FIGURA 7: “Diagrama circular que representa ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y generan satisfacción? “

En la tabla 9 denominada ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? Se observa que el 90% de los trabajadores encuestados, su trabajo le genera satisfacción.

Tabla 10 ¿Cree usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 27 | 90% |
| NO (b) | 3 | 10% |
| TOTAL | 30 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada al trabajador de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

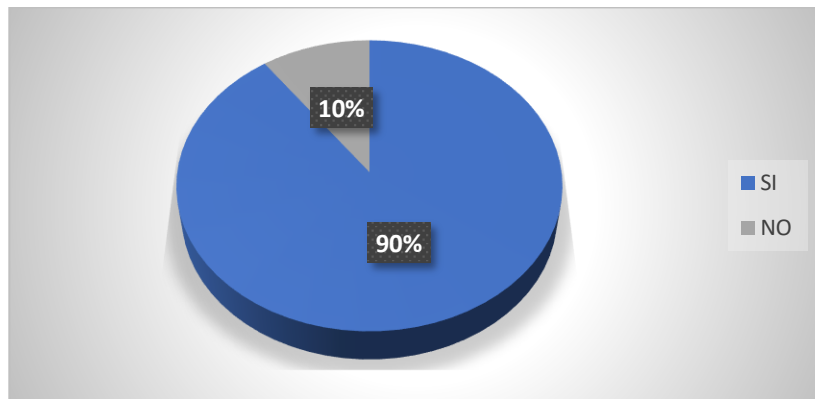


FIGURA 8: “Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa?”

En la tabla 10 denominada ¿Cree usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa? Se observa que el 90 % de los trabajadores encuestados creen que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa.

5.1.3 Resultados de la variable atención al cliente

5.1.3.1 Objetivo 3. Conocer factores para la buena atención al cliente que emplean las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018.

Tabla 11 ¿Cree usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 89 | 62% |
| NO (b) | 54 | 38% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia

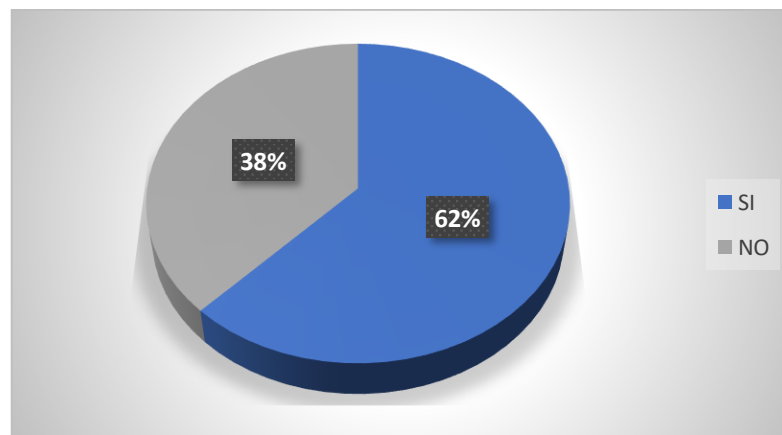


FIGURA 9:” Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que los comentarios en redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel?”

En la tabla 11 denominada ¿Cree usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel? Se observa que el 62 % de los clientes encuestados creen que los comentarios en redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio.

Tabla 12 ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por redes sociales?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 84 | 59% |
| NO (b) | 59 | 41% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura
Elaboración: propia.

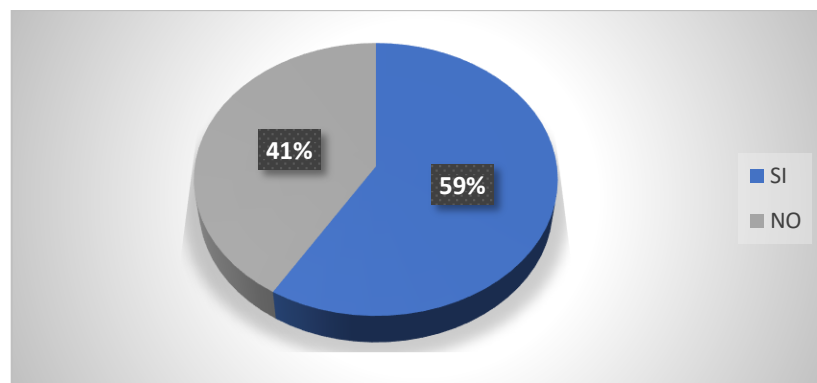


FIGURA 10:” Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por redes sociales?”

En la tabla 12 denominada ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por redes sociales? Se observa que el 59 % de los clientes encuestados creen que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por redes sociales.

Tabla 13 ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 79 | 55% |
| NO (b) | 64 | 45% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia.

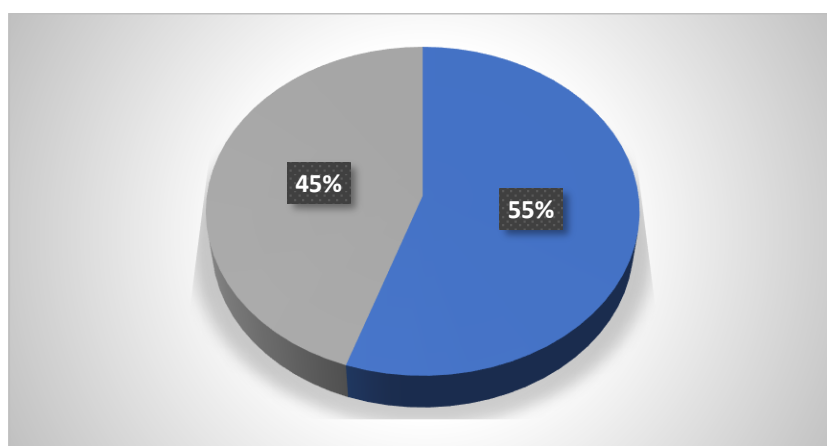


FIGURA 11: “Diagrama circular que representa ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente?”

En la tabla 13 denominada ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente? Se observa que el 55 % de los clientes encuestados creen que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente.

Tabla 14 ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 102 | 71% |
| NO (b) | 41 | 29% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

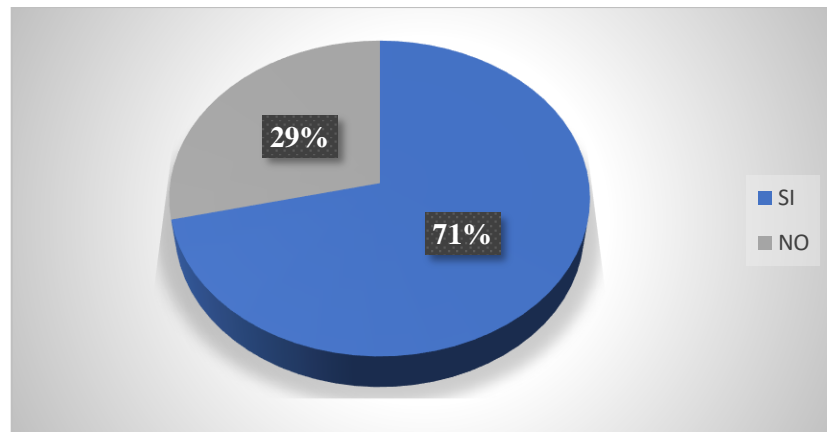


FIGURA 12: “Diagrama circular que representa ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa?”

En la tabla 14 denominada ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa? Se observa que el 71 % de los clientes encuestados se sienten a gusto con el servicio que le brinda la empresa.

Tabla 15 ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 97 | 68% |
| NO (b) | 46 | 32% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

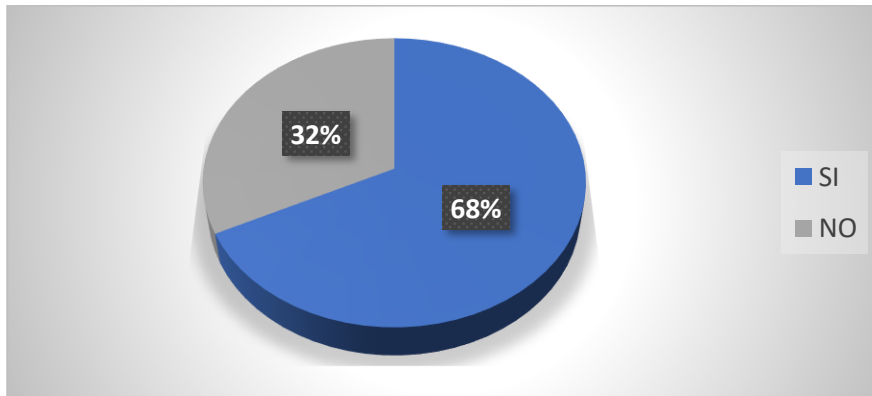


FIGURA 13: “Diagrama circular que representa la frecuencia de ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel?”

En la tabla 15 denominada ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel? Se observa que el 68 % de los clientes encuestados nos dice que es buena y rápida el servicio en el hotel.

5.1.3.2 Objetivo 4: Identificar los beneficios que posee la buena atención al cliente en las MYPES del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018.

Tabla 16 ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel prestan la atención necesaria?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 93 | 65% |
| NO (b) | 50 | 35% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

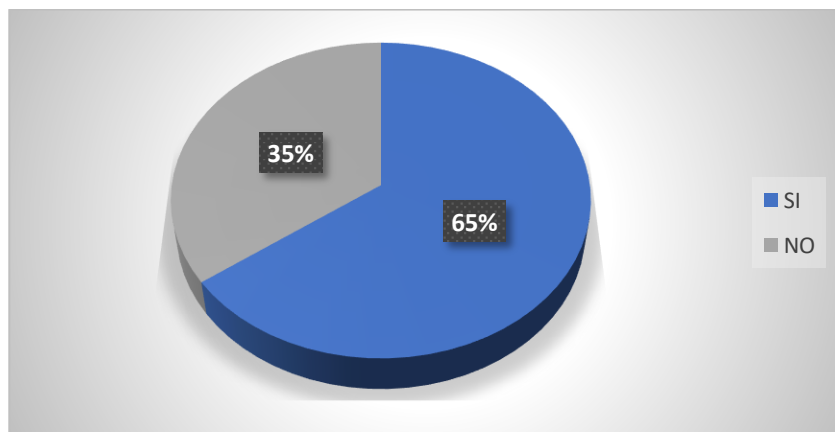


FIGURA 14: “Diagrama circular que representa la frecuencia de ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel prestan la atención necesaria?”

En la tabla 16 denominada ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel prestan la atención necesaria? Se observa que el 65 % de los clientes encuestados nos dice que cuando buscan un producto o servicio los trabajadores del hotel si le prestan la atención necesaria.

Tabla 17 ¿Recomendaría este hotel a sus amigos y familiares más cercanos?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 100 | 70% |
| NO (b) | 43 | 30% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

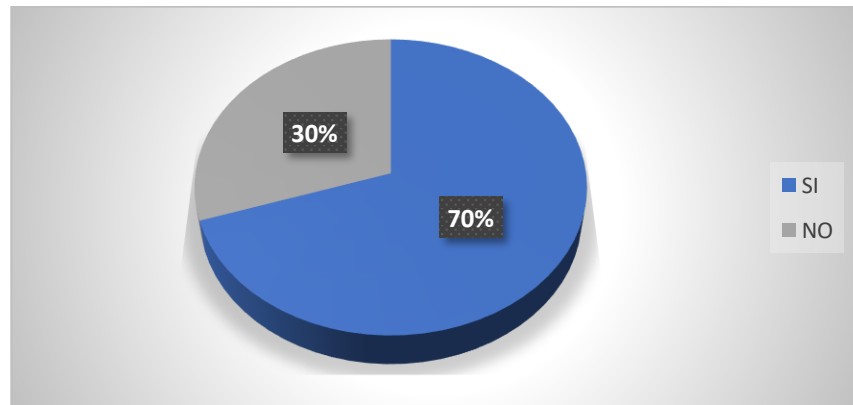


FIGURA 15: “Diagrama circular que representa la frecuencia de ¿Recomendaría este hotel a sus amigos y familiares más cercanos?”

En la tabla 17 denominada ¿Recomendaría este hotel a sus amigos y familiares más cercanos? Se observa que el 70 % de los clientes encuestados nos dice que si recomendarían este hotel a sus amigos y familiares más cercanos.

Tabla 18 ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 110 | 77% |
| NO (b) | 33 | 23% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

Elaboración: propia.

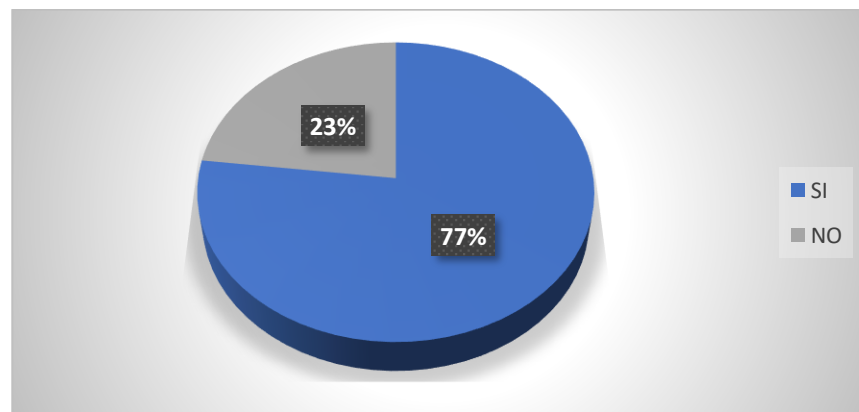


FIGURA 18: “Diagrama circular que representa la frecuencia de ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes?”

En la tabla 16 denominada ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes? Se observa que el 77 % de los clientes encuestados creen que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes.

Tabla 19 ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI (a) | 92 | 64% |
| NO (b) | 51 | 36% |
| TOTAL | 143 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a clientes de hoteles 2 estrellas del centro de Piura

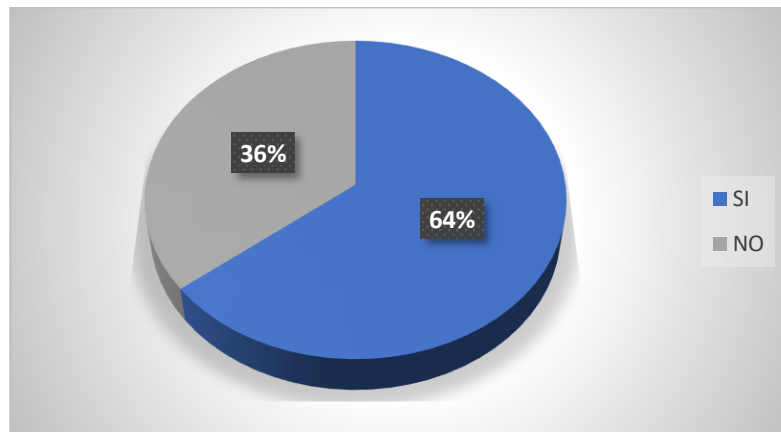


FIGURA 17: “Diagrama circular que representa la frecuencia de ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades?”

En la tabla 19 denominada ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades? Se observa que el 64 % de los clientes encuestados nos dicen que los trabajadores del hotel si les dedican el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Objetivo 1: Identificar los beneficios de la motivación en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura, año 2018.

En la tabla 3 denominada: ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? Se observa que el 100% de los trabajadores encuestados si creen que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados. Lo que coincide con Panduro (2017) que realizó una investigación “La motivación y su relación con el desempeño laboral del sector hotelero Tarapoto 2017” la investigación tuvo lugar en el Hotel Paucar de Tarapoto –Tarapoto quien es su investigación concluye que la motivación influye en el desempeño laboral de los trabajadores. A eso Gaytán (2014) respalda su teoría dando a conocer que la motivación es el motor del mundo, y busca activamente los recursos para garantizar el manejo de un buen servicio.

Es muy importante y fundamental que los trabajadores sean motivados para tener como resultado el desarrollo y desempeño de un buen trabajo.

En la tabla 4 denominada: ¿Cree Usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? Se observa que el 60% de los trabajadores encuestados si creen que la empresa valora el trabajo que desempeñan en el hotel. Lo que coinciden con Antuash (2018) quien presento su tesis “la motivación laboral mejora la productividad en la empresa Rio Hotel SRL Bagua 2018 “Las variables de estudio fueron, la motivación laboral. Quien es su investigación concluye que el darle la importancia necesaria al desarrollo de las actividades de sus trabajadores mejora el ámbito laboral como también aumenta la productividad de la empresa. A eso Gaspar (2014), respalda

su teoría dando a conocer que la motivación es un factor fundamental para el desarrollo de cada ser humano generando la confianza y proyectando todo su potencial humano. El desempeño del trabajador o colaborador debe ser minuciosamente valorado ya que es gracias a ellos que el desarrollo de la empresa es rentable y productiva.

En la tabla 5 denominada: ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? Se observa que el 90% de los trabajadores encuestados sí creen que al estar altamente motivado se consigue mayor rendimiento laboral lo que coincide con Marquina (2017) quien realizó una investigación sobre “Influencia de las estrategias de motivación para la satisfacción laboral del cliente interno del hotel fundo San José Lodge Chanchamayo 2017” quien en su investigación concluye con que para conseguir un rendimiento laboral exitoso se necesita desarrollar talleres para así lograr una visión realmente mejorada y poder desarrollar su potencial humano. A esto Gaspar (2014), respalda su teoría dando a conocer que el personal de las empresas necesita estar motivadas por ello, es en la motivación del trabajador donde la empresa obtiene la clave del éxito y los máximos beneficios económicos. Se necesita desarrollar talleres constantes para que los trabajadores desarrollen su potencial humano logrando que la empresa al igual que lo trabajadores se beneficien.

En la tabla 6 denominada: ¿Cree Usted que al estar altamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? Se observa que el 93% de los trabajadores encuestados si creen al estar altamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores. lo que coincide con Antuash (2018) quien realizó una investigación sobre “la motivación laboral mejora la productividad en la empresa Rio

Hotel S.R.L Bagua 2018” quien en su investigación concluye con que para conseguir un rendimiento laboral exitoso se necesita desarrollar talleres para así lograr una visión realmente mejorada y poder desarrollar su potencial humano. A esto Aca (2018) respalda su teoría dando a conocer que los trabajadores deben encontrarse altamente motivados, estos brindaran el 100% y la empresa será retribuida económicamente. Se necesita desarrollar talleres constantes para que los trabajadores desarrollen su potencial humano logrando que la empresa al igual que lo trabajadores se beneficien.

En la tabla 7 denominada: ¿Cree Usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? Se observa que el 67% de los trabajadores encuestados si creen que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas lo que coincide con Mazzola (2014) quien realizó una investigación “sobre “El factor humano en las organizaciones: cómo influyen las técnicas de coaching y estrategias motivacionales en el desempleo de los empleados de recepción de los Hoteles 5 estrellas de la Capital Federal, 2014” quien en su investigación concluye que para que el personal no está motivado y como consecuencia tener pérdidas económicas en la empresa es fundamental que se haga un buen manejo de capacitaciones adecuadas referente a las relaciones interpersonales, de manera que permitan generar un ambiente óptimo para los colaboradores. A eso Gaspar (2014), respalda su teoría diciendo que si el trabajador esta desmotivado, empieza a perder entusiasmo y la ilusión con la que empezó su primer día, su rendimiento empieza a verse reducido y la calidad del trabajo que realiza queda afectado.

Desarrollar constante mente capacitación a los trabajadores de manera adecuada para desallorar su productividad y rendimiento, generando así beneficios y rentabilidad para la empresa

En la tabla 8 denominada ¿Cree Usted que mientras más motivados y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambios? Se observa que el 83% de los trabajadores encuestados si creen que mientas más motivados y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambios lo que coincide con Marquina (2017) quien realizó una investigación sobre “Influencia de las estrategias de motivación para la satisfacción laboral del cliente interno del hotel fundo San José Lodge Chanchamayo 2017” la investigación tuvo como objetivo demostrar la influencia entre las estrategias de motivación y satisfacción laboral del cliente interno del hotel fundo San José Lodge quien en su investigación concluye que si los trabajadores cuentan con un ámbito laboral muy bueno y todos cuentan con un beneficio otorgado por la empresa esto, desarrollara el desempeño laboral considerablemente según valla avanzando el tiempo lo que coincide con Gaytán (2014) que señala que para enfrentar una situación los trabajadores deben sentirse motivados para que puedan afrontar mejor los cambios.

Los trabajadores deben contar con un ambiente laboral bueno para que el desempeño de estos se desarrolle considerablemente.

5.2.2 Objetivo2: Definir el tipo motivación que emplean las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018.

En la tabla 9 denominada ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? Se observa que el 90% de los trabajadores encuestados, su trabajo le genera satisfacción. Lo que coincide con García (2015) quien realizó una investigación sobre “Motivación y satisfacción de los trabajadores de la dirección regional de transportes y comunicaciones de Piura 2015” quien en su investigación concluye con que existe una relación directa como significativa con la motivación laboral para la generar la satisfacción de acuerdo al desempeño laboral. A eso Sum (2015) señala que hay varios posibles motivos en que el trabajador pueda sentirse insatisfecho con sus funciones pero si está motivado nada de lo que le podrá afectar ellos, siempre buscaran una solución.

Realizar 2 o 3 evaluaciones al año para dar a conocer si los trabajadores están satisfechos o cómodos con el desempeño de sus funciones, logrando así identificar si es que hay una presencia de incomodidad y poder mejorarla.

En la tabla 10 denominada ¿Cree usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa? Se observa que el 90 % de los trabajadores encuestados creen que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa. Lo que coincide con Marquina (2017) quien realizó una investigación sobre “Influencia de las estrategias de motivación para la satisfacción laboral del cliente interno del hotel fundo San José Lodge Chanchamayo 2017” Las variables de estudio fueron, la motivación laboral que es el resultado de factores internos como externos y la productividad que es una relación entre eficiencia y eficacia. Quien es su investigación concluye que el darle la importancia necesaria al desarrollo de las actividades de sus trabajadores mejora el ámbito laboral como también aumenta la

productividad de la empresa, por lo tanto, es importante brindarles un reconocimiento a sus colaboradores para incentivar a mejorar cada día más. A eso Gaspar (2014) señala que con pequeñas acciones se puede lograr y aumentar de forma significativa el nivel de motivación. Como punto principal saber comunicar correctamente y evitar malos entendidos generando confianza y estableciendo vínculos.

Reconocer el desempeño de los trabajadores para mejorar la calidad de servicio.

5.2.3 Objetivo 3. Conocer factores para la buena atención al cliente que emplean las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018.

En la tabla 11 denominada ¿Cree usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel? Se observa que el 62 % de los clientes encuestados creen que los comentarios en redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio. Lo que coincide con Anchundia (2017) quien realizó una investigación “Estrategias para la innovación y mejoramiento de atención al cliente y servicio al cliente de los usuarios del hotel Dolphin del Cantón Montecristi manita. Manabí-ecuador 2017” quien es su investigación concluyen que la atención al cliente por medio del servicio tecnología hoy en día es fundamental ya que cada vez se implementa al mercado el uso de nuevas tecnologías y debemos adecuarnos. A eso, Romero (2015) respalda su teoría dando a conocer que las redes sociales hoy en la actualidad es unos de los factores fundamentales ya que es por este medio donde las personas pueden adquirir un servicio, si se presentara algún mal comentario sobre la empresa, las personas al ver eso no irán por un producto o servicio ya que al enterarse de que no se da un buen servicio.

Es importante que las empresas en la actualidad manejen el uso de redes sociales ya que se vive en un mundo globalizado y las personas están más cercanos a las nuevas tendencias a través de páginas web y redes sociales.

En la tabla 12 denominada ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por redes sociales? Se observa que el 59 % de los clientes encuestados creen que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por redes sociales. Lo que coincide con Hidalgo (2014) quien realizó una investigación “Plan estratégico y atención al cliente del hotel perla verde de la ciudad de santo domingo Ecuador 2014” es su investigación tubo como objetico principal el diseño de un plan estratégico utilizando la tecnología para la mejora de atención al cliente y concluye que la atención al cliente por medio del servicio tecnología hoy en día es fundamental ya que cada vez se implementa al mercado el uso de nuevas tecnologías y debemos adecuarnos. A a eso, Romero (2015) respalda su teoría dando a conocer que las redes sociales hoy en la actualidad es unos de los factores fundamentales ya que es por este medio donde las personas pueden adquirir un servicio, si se presentara algún mal comentario sobre la empresa, las personas al ver eso no irán por un producto o servicio ya que al enterarse de que no se da un buen servicio.

Las redes sociales son muy importantes por lo tanto se recomienda a las empresas realicen páginas web como perfiles de Facebook, para presentar un catálogo a los clientes y ellos puedan elegir la mejor opción.

En la tabla 13 denominada ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente? Se observa que el 55 % de los clientes encuestados creen que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente. Lo que coincide con Inca (2017) quien realizó una investigación “Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del Hotel Camino Real Riobamba Ecuador año 2017”, quien es su investigación tuvo como objetivo diseñar un manual de gestión de calidad usando la herramienta que hoy en día es uno de los más importantes las redes sociales y concluyen que la atención al cliente por medio del servicio tecnología hoy en día es fundamental ya que cada vez se implementa al mercado el uso de nuevas tecnologías y debemos adecuarnos. A eso, Romero (2015) respalda su teoría dando a conocer que las redes sociales en la actualidad es unos de los factores fundamentales ya que es por este medio donde las personas pueden adquirir un servicio, si se presentara algún mal comentario sobre la empresa, las personas al ver eso no irán por un producto o servicio.

Para que los clientes estén completamente satisfechos con la atención a través de las redes sociales se debe tener una buena comunicación entre quien administra los perfiles de redes sociales y las áreas que pueden ejecutar y solucionar la problemática.

En la tabla 14 denominada ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa? Se observa que el 71 % de los clientes encuestados se sienten a gusto con el servicio que le brinda la empresa. Lo que coincide con Águila (2017) quien realizó una investigación “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa año 2017” esta investigación tuvo como objetivo principal demostrar como la atención al cliente

influye en la calidad que brinda el hotel a la hora de la atención al cliente y concluye con que la calidad de servicio influye directamente con la satisfacción de los clientes . A eso, Alarcón (2014), respalda su teoría diciendo que la buena calidad de servicio al cliente significa lealtad de los clientes.

Al realizar una atención al cliente debe ser buena y de calidad como también, que sea rápida para poder realizar una atención de calidad generando ganancias y reconocimiento por parte de los clientes.

En la tabla 15 denominada ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel? Se observa que el 68 % de los clientes encuestados nos dice que es buena y rápida el servicio en el hotel. Lo que coincide con Angulo (2018) quien realizó una investigación, “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector servicios Hoteles, Distrito de Iquitos año 2018” quien tuvo como objetivo principal quien es su investigación concluye con que al realizarse un servicio de calidad el cliente experimenta un nivel de satisfacción, al hacer uso del servicio que ofrece la empresa y opta por ella, por la accesibilidad que esta presenta. A eso, Alarcón (2014), respalda su teoría diciendo que, si el empleado deja una impresión positiva al cliente, lo que afecta directamente a las operaciones de la compañía y gana un sentido de logro. Es una situación en la que todos ganan: el cliente, la compañía y el empleado o colaborador.

Las empresas deben optar por exigir a sus colaboradores a que la atención sea de calidad para que se pueda generar más rentabilidad y fidelidad de los clientes.

5.2.4 Objetivo 4: Identificar los beneficios que posee la buena atención al cliente en las MYPE del sector hotelero categorizado de dos estrellas en el centro de Piura departamento de Piura año 2018.

En la tabla 16 denominada ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel prestan la atención necesaria? Se observa que el 65 % de los clientes encuestados nos dice que cuando buscan un producto o servicio los trabajadores del hotel si le prestan la atención necesaria. Lo que coincide con Acha (2017) quien realizó una investigación sobre “Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro Hoteles una estrella del centro Piura año 2017” quien tuvo como objetivo principal identificar como influye la capacitación en los trabajadores del hotel, para que brinden una buena atención al cliente quien en su investigación concluye con que la satisfacción del cliente es uno de los factores primordiales para que la empresa pueda desarrollarse económicamente. A eso, Romero (2015) respalda su teoría diciendo “Un buen servicio al cliente le da a tu compañía una buena reputación”.

Capacitar a los trabajadores sobre atención al cliente para desempeñar así sus funciones y que estas sean de calidad.

En la tabla 17 denominada ¿Recomendaría este hotel a sus amigos y familiares más cercanos? Se observa que el 70 % de los clientes encuestados nos dice que si recomendarían este hotel a sus amigos y familiares más cercanos. Lo que coincide con Preciado y López (2018) quien realizó una investigación “Gestión de calidad y servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del Distrito de Zorritos, Tumbes

2018”, esta investigación tuvo como objetivo demostrar como la influye el buen servicio al momento de atender al cliente generando un servicio de calidad y también en su investigación concluye que la calidad del servicio al cliente no es otra cosa que satisfacer las necesidades del consumidor en el momento apropiado y lugar apropiado y con la máxima calidad. A eso según Chang (2014) respalda su teoría diciendo que, el empleado deja una impresión positiva al cliente, lo que afecta directamente a las operaciones de la compañía y gana un sentido de logro. Es una situación en la que todos ganan: el cliente, la compañía y el empleado o colaborado.

Es necesario que los trabajadores de esta empresa cuenten con un plan a seguir en situaciones que puedan presentarse ante un cliente, logrando que el cliente se sienta tan cómodo con la empresa que nos recomiende a sus personas conocidas. Generando rentabilidad y confianza la empresa.

En la tabla 18 denominada ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes? Se observa que el 77 % de los clientes encuestados creen que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes. Lo que coincide con Requejo (2016) que realizó una investigación sobre de “Baja calidad del servicio en atención al cliente en los Hoteles de tres estrellas de los Distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo año 2016” esta investigación tuvo como objetivo principal establecer el nivel de calidad en el servicio de atención al cliente en su investigación concluye con que la calidad de servicio influye directamente con la satisfacción de los clientes. A eso Alarcón (2014), respalda su teoría diciendo que la buena calidad de servicio al cliente significa lealtad de los clientes generando el crecimiento y rentabilidad de la empresa.

Generar la fidelidad de los clientes a través de un plus que la empresa ofrezca como algo nuevo, innovando siempre para que la calidad de servicio sea una de las principales funciones que los clientes aprecien.

En la tabla 19 denominada ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades? Se observa que el 64 % de los clientes encuestados nos dicen que los trabajadores del hotel si les dedican el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades. Lo que coincide con Aguila (2017) quien realizó una investigación sobre “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa año 2017” quien tuvo como objetivo principal demostrar la calidad de servicio del hotel y el impacto que este tiene en los clientes, esta investigación concluye que la calidad del servicio influye de manera importante como factor fundamental para que una empresa pueda ser rentable y logre posicionamiento gracias al servicio de calidad. A eso, Romano (2015) respalda señalado que la calidad de servicio se puede utilizar para trazar nuevas estrategias de mejora para la empresa generando un servicio satisfactorio.

Los trabajadores para ofrecer un buen servicio y de calidad debe enfocarse al cliente para establecer así una comunicación armoniosa y permita que el cliente considere genuina la comunicación.

VI. CONCLUSIONES

En cuanto a la característica de la motivación se concluye que las charlas sobre la motivación dentro de una empresa son fundamental, ya que la motivación es lo que permite que sus trabajadores se desarrollen profesionalmente dentro de esta.

En cuanto a beneficios de la motivación, se concluye que dentro de una organización o empresa son sumamente favorables ya que si se tiene a un personal altamente motivado mejoras las relaciones entre colaboradores y líderes, como también tienes mayores ingresos ya que el personal está realmente comprometido con su trabajo.

En cuanto a los tipos de motivación que emplean las MYPE se concluye que, si se desarrolla la motivación Intrínseca a los colaboradores brindándole todas las herramientas para que trabajen con autonomía, esto generara en ellos cierta responsabilidad y confianza obteniendo resultados positivos.

En cuanto a los factores para la buena atención al cliente en las MYPE se concluye que son muy importantes ya que la organización que emplea estos factores puede llegar a agradar al consumidor y esto por ende genera la fidelidad de sus clientes.

En cuanto a los beneficios que posee la buena atención al cliente en las MYPE, se concluye que los clientes que reciben una buena atención, se sienten a gusto con la empresa y en consecuencia utilizaran más los servicios brindados, generando la buena reputación e imagen y esto permite captar nuevos clientes.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- (s.f.). Sechura : <https://www.buenastareas.com/materias/tesis-de-hoteles-peru/0.21>, p.(s.f.). du.Albelaez, S. A. (5 de Noveimbre de 2014). acerca de nosotros: Argote, P. D. (2010). Diseño no experimental transversal.
- Arhuis Aponte, F., & Campos Veliz, A. (2016). influencia de la calidad de servicio en la satisfaccion de los clientes de empresa automotriz san cristobal. huancayo.
- Aspilcueta Rivera, Y. (14 de Diciembre de 2016). Acerca de nosotros: Monografias.com. Obtenido de Monografias.com Corporation Web Site : <http://www.monografias.com>
- Atcom, b. (29 de enero de 2018). acerca de nosotrso: atcom.cl Corporation. Obtenido de atcom.cl: <http://wwwatcom.cl>
- Avalos Cueva , M., & Quintanilla Toro , L. A. (2015). Factores relevantes de gestion que influyen en la efectividad del trabajo en equipo de area de atencion al cliente hospital primavera de Trujillo . En M. Avalos Cueva, & L. A. Quintanilla Toro, Factores relevantes de gestion que influyen en la efectividad del trabajo en equipo de area de atencion al cliente hospital primavera de Trujillo . Trujillo.
- Bavaresco, A. (2003). Proceso Metologico . Maracaibo .
- Bravo, K. V. (2015). Factores que inciden en la satisfaccion de los clientes de la empresapremiumcorp.Guayaquil:<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6085/1/T-UCSG-POS-MGM-19.pdf>.
- Burga Vásquez , G., & Wiese Eslava , S. J. (2018). Motivacion y desempeño laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la region de Lambayeque. En G. Burga Vásquez, & S. J. Wiese Eslava, Motivacion y desempeño laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la region de Lambayeque. Chiclayo .
- Calle, S. A. (2017). Caracterización de la Capacitacion y atencion al cleinte de las mypes rubro hoteles una estrella del centro . Piura: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11381>.
- Callirgos, A. L. (2016). Motivacion laboral de los docentes de la I.E dos de mayo de villa paccha. Piura: <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/3085>.

- campos veliz, a. y. (2015). influencia de la calidad de servicio en la satisfaccion de los clientes de empresa automotriz san cristobal. huancayo.
- Campos, A. A. (2018). Gestion bajo el enfoque de atencion al cleinte en las Mypes del sector servicios hoteles. Iquitos : <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10427>.
- Caro, G. G. (2011). calidad e servicio y satisfaccion de los clientes del banco ripley s.a . trujillo .
- Carranza, G. X. (2018). Caracteristicas de la competitividad y atencion al cleinte en las Micro y pequeñas empresas del sectoc servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de sullana. Sullana: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4514>.
- Carreon, A. (15 de diciembre de 2014). acerca de nosotros: Merca2.0. Obtenido de merca2.0: <http://wwwmerca20.com>
- Casas, P. H. (2017). Motivación y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo en la escuela de posgrado de la universidad de piura. Piura: <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1101>.
- Castillo, N. (15 de Febrero de 2019). Acerca de nosotros : El Comercio . Obtenido de El Comercio Corporation Web site: <https://elcomercio.pe/economia/peru/inei-pbi-economia-peruana-mineria-construccion-pesca-manufactura-crece-4-2018-ajustes-noticia-607927>
- Chacolla, O. D. (2017). La motivación como factor de retencion, desarrollo y creciemnto profesional en hoteles de 5 estrellas . Lima : <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2904>.
- Chalén, D. D. (2017). estrategias para la innovación y mejoramiento de atención al cliente de los usuarios de hotel Dolpihin del cantón Montecristi. Ecuador : <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/112/1/ULEAM-ADM-0013.pdf>.
- Cortez, L. Y. (2017). Influencia de las estrategias de motivación para la satisfacción laboral del cleinte interno del Hotel Fundo San Jose Lodge. Chanchamayo: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3910/1/marquina_cly.pdf.

- Figuerola, J. J. (2014). Atencion al cliente en los servicios de la municipalidad malacatan san marcos . Quetzaltenango: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>.
- García, E. J. (2015). Motivacion y satisfacción laboral de los trabajadores de la dirección regional de transportes y comunicaciones . Piura: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/301/ADM-JUL-GAR-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Garcia, L. K. (2014). Calidad de servicio y satisfaccion al cliente de los clientes de banco ripley . En L. K. Garcia, Calidad de servicio y satisfaccion al cliente de los clientes de banco ripley . Trujillo .
- Gaytan, J. L. (7 de Febrero de 2014). Acerca de nosotros : blogspt corporation. Obtenido de A Blogspt Corporation Web Site: <https://joseluisgaytan.blogspot.com/2014/02/teorias-de-la-motivacion.html>
- Gomez Moya , M. (2014). Modelo de servicio de de atencion al cliente con apoyo tecnologico. chile.
- GOMEZ, M. G. (2014). modelo de servicio de de atencion al cliente con apoyo. chile.
- Herrera, E. R. (2015). La importancia de dar un buen servicio de un hotel . Colombia : <https://es.slideshare.net/akire1017/la-impresayo-final>.
- jaqueline, a. r. (14 de diciembre de 2016). acerca de nosotros: monografias.com. Obtenido de monografias.com: <http://www.monografias.com>
- Jaramillo, M. (23 de Enero de 2018). Acerca de nosotros : Radio Rpp. Obtenido de Radio RPP Corporation Web Site: <https://rpp.pe/economia/economia/migracion-venezolana-puede-afectar-el-empleo-en-el-peru-noticia-1101152>
- Laborie, J. G. (27 de Junio de 2014). Acerda de nosotros Blogspot Corporation. Obtenido de A Blogspot Corporation Web Site: <https://josegasparpf.blogspot.com/2014/06/la-importancia-de-la-motivacion.html>
- Ladines, L. A. (2016). Caracaterizacion De La Calidad Del Servicio Y Competitividad En Las Mype Comerciales Rubro Opticas Del Centro De Piura año 2016. Piura .

- Lazo, P. H. (2017). La motivación y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo en la escuela de posgrado de la universidad de piura. Piura.
- León, E. B. (2017). Analisis de la satisfacción en la motivación de los empleados de los pequeños hoteles en la ciudad de Guatemala . Guatemala : <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/01/01/Nicolle-Eva.pdf>.
- Lobo, E. k. (2014). propuesta de un programa para mejorar la calidad del servicio. Venezuela: <https://docplayer.es/12264045-Propuesta-de-un-programa-de-motivacion-dirigido-al-personal-del-hotel-venetur-valencia-para-mejorar-la-calidad-del-servicio.html>.
- Lopez Callirgos , A. A. (2016). “Motivación laboral de los docentes dos de mayo de villa paccha distrito de Chulucanas”. En A. A. Lopez Callirgos, “Motivación laboral de los docentes dos de mayo de villa paccha distrito de Chulucanas”. Piura.
- Luna, J. (9 de Agosto de 2017). A cerca de nosotros: Peru Retail. Obtenido de Peru Retail Web site: www.perur-retail.com
- Manzariegos, M. I. (2015). Motivacion y desmepeño laboral . Quetzaltenango: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>.
- Martin, A. N. (2015). Un estudio sobre la motivación y estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios de ciencias de la salud . Lima : http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Educacion-Anavea/NAVEA_MARTIN_ANA_Tesis.pdf.
- Mazzola, F. A. (2014). El factor humano en las organizaciones: como influyen las tecnicas de coaching y estrategias motivacionales en el desempeño de los empleados de recepción de los Hoteles 5 estrellas de la Capital Federal. Capital Federal: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC106183.pdf>.
- Mejia, E. M. (7 de Septiembre de 2017). Acerca de nosotros: Ipsorganizacional Corporation. Obtenido de psorganizacional Corporation Web Site : <https://www.ipsorganizacional.com/single-post/2017/09/07/Caracteristicas-del-Puesto-y-Motivacion-Laboral>
- Miguel, A. J. (2018). La motivación laboral mejora la productividad en la empresa Rio Hotel SRL . Bagua: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4834>.

- Montalbal Palacios, Y. P. (2016). “DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL GIMNASIO LIFE SPA AND FITNESS S.R.L. PIURA-2016.”. En Y. P. Montalbal Palacios, “DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL GIMNASIO LIFE SPA AND FITNESS S.R.L. PIURA-2016.”. Piura.
- Muñoz, L. N. (2015). estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa . piura- sullana.
- Muñoz, L. N. (2015). Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa gechisa. piura- sullana.
- Nelli, A. (4 de diciembre de 2018). Beneficios de la motivación Laboral. Obtenido de Merca 2.0 Corporation Web Site: <https://www.merca20.com/4-beneficios-de-la-motivacion-laboral-tambien-en-cierre-de-ano/>
- Noemí, H. E. (2014). Plan estrategico y atencion al cleinte del hotel perla verde de la ciudad de santo domingo . Ecuador : <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1217/1/TUSDADM050-2015.pdf>.
- Oliva, C. (20 de diciembre de 2018). Acerca de nosotros: MEF Corporation. Obtenido de MEF Corporation Web Site: <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5848>
- Panduro, J. G. (2017). La motivación y su relación con el desempeño laboral del sector hotelero . Tarapoto: <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/994?show=full>.
- Pantigoso, P. (17 de junio de 2015). Acerca de nosotros: Perspectivas EY Perú. Obtenido de Perpectivas EY Perú Corporation Web Site : <https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-el-crecimiento-economico/>
- Pardo, M. D. (2016). Baja calidad del servicio en atencion al cliente en los Hoteles de tres estrellas de los dristritos de Tarapoto y la banda del Shilcayo. Tarapoto : https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM_7c61462238db88dce6f9876a83829e3e.

- Peru21. (15 de Julio de 2016). Acerca de nosotros: Peru 21 Corporation. Obtenido de Peru21 Corporarion Web Site: <http://www.peru21.pe>
- Preciado Severino, A. H., & Lopez Clavijo, R. S. (2018). Gestión de la calidad y servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de zorritos. tumbes: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/239>.
- Rivas, M. R. (2017). Gestion bajo el enfoque de atencion al cliente en las Micro y pequeñas empresas, Rubro Hoteles Ecologivos, ciudad e Pucalpa . Pucalpa : <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9212>.
- Silva Ipanaque, M. (2015). calidad del servicio al cliente en el restaurant la lomita - tambogrande. en m. n. silva ipanaque, calidad del servicio al cliente en el restaurant la lomita - tambogrande. tambogrande - piura.
- Tamayo, & Tamayo. (2008). Poroceso de la Investigacion Cientifica. Mexico: Limusa.
- Valeria, I. V. (2017). Manual de gestion de calidad para la atención al cleinte en el departamento de recepción del Hotel Camino Real. Riobamba Ecuador : <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7246/1/PIURHYT012-2017.pdf>.
- vazques, l. (2002). el impacto de la orientacion al cliente en la cultura y el desempeño de las empresas de servicio. un enfoque cualitativo. chile.
- vazques, l. (2016). El impacto de la orientacion al cliente en la cultura y el desempeño de las empresas de servicio un enfoque cualitativo. chile.
- vértice, e. (2007). como escribir una bibliografia . En e. vértice, gestion de punto de venta (págs. 57-65). españa: vértice editorial works.
- Vivar Farfán , M. (2016). La motivacion para el aprendizaje y su relacion con el rendimiento academico en el area ingles de los estudiantes del primer grado de educacion secundaria . En M. Vivar Farfán, La motivacion para el aprendizaje y su relacion con el rendimiento academico en el area ingles de los estudiantes del primer grado de educacion secundaria. Piura .

VIII. ANEXOS

8.1 ENCUESTAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

Buen día estimado cliente, soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura con respecto a la motivación y atención al cliente, así mismo me dirijo a Usted con el propósito que responda brevemente a las siguientes preguntas; su participación es muy valiosa e importante, se le agradece de antemano.

Datos demográficos:

Edad _____ Género _____

| N° | PREGUNTA | SI | NO |
|----|---|----|----|
| 1 | ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? | | |
| 2 | ¿Cree usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? | | |
| 3 | ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? | | |
| 4 | ¿Cree usted que al estar correctamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? | | |
| 5 | ¿Cree usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? | | |
| 6 | ¿Cree usted que mientras más motivadas y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambio? | | |
| 7 | ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? | | |
| 8 | ¿Cree Usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa? | | |



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

Buen día estimado trabajador, soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE sector hotelero categorizado de dos estrellas del centro de Piura con respecto a la motivación y atención al cliente, así mismo me dirijo a Usted con el propósito que responda brevemente a las siguientes preguntas; su participación es muy valiosa e importante, se le agradece de antemano.

Datos demográficos:

Edad _____ Genero _____

| N° | PREGUNTAS | SI | NO |
|----|--|----|----|
| 1 | ¿Cree Usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel? | | |
| 2 | ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por medio de redes sociales? | | |
| 3 | ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente? | | |
| 4 | ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa? | | |
| 5 | ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel? | | |
| 6 | ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel le prestan la atención necesaria? | | |
| 7 | ¿Recomendaría a este hotel a sus amigos y familiares más cercanos? | | |
| 8 | ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes? | | |
| 9 | ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades? | | |

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Raquel Silva Juárez, identificado con DNI 02846914, MAGISTER en Gerencia Empresarial.

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por:

MOROCHO CORDOVA MARIA CONCEPCION, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE LA MOTIVACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE SECTOR HOTELERO CATEGORIZADO DE DOS ESTRELLAS DEL CENTRO DE PIURA AÑO 2018”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Piura, junio 2019



Mg. Raquel Silva Juárez
LC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

| Ítem relacionado con la variable Motivación | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? | |
|--|---------------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|------------------------------|-----------|---|-----------|
| | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1. ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? | X | | | X | | X | | X |
| 2. ¿Cree usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 3. ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? | X | | | X | | X | | X |
| 4. ¿Cree usted que al estar correctamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? | X | | | X | | X | | X |
| 5. ¿Cree usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? | X | | | X | | X | | X |
| 6. ¿Cree usted que mientras más motivadas y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambio? | X | | | X | | X | | X |
| 7. ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? | X | | | X | | X | | X |
| 8. ¿Cree Usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa? | X | | | X | | X | | X |
| Ítem relacionado con la variable Atención al Cliente | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |

| | | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|--|---|--|---|
| 9. ¿Cree Usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 10. ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por medio de redes sociales? | X | | | X | | X | | X |
| 11. ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 12. ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 13. ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 14. ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel le prestan la atención necesaria? | X | | | X | | X | | X |
| 15. ¿Recomendaría a este hotel a sus amigos y familiares más cercanos? | X | | | X | | X | | X |
| 16. ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes? | X | | | X | | X | | X |
| 17. ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades? | X | | | X | | X | | X |



Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

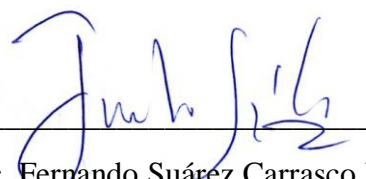
Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI 02616283, MAGISTER en administración.

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por:

MOROCHO CORDOVA MARIA CONCEPCION, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE LA MOTIVACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE SECTOR HOTELERO CATEGORIZADO DE DOS ESTRELLAS DEL CENTRO DE PIURA AÑO 2018”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Piura, junio 2019




Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD N°05461

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

| Ítem relacionado con la variable Motivación | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? | |
|--|---------------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|------------------------------|-----------|---|-----------|
| | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1. ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? | X | | | X | | X | | X |
| 2. ¿Cree usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 3. ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? | X | | | X | | X | | X |
| 4. ¿Cree usted que al estar correctamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? | X | | | X | | X | | X |
| 5. ¿Cree usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? | X | | | X | | X | | X |
| 6. ¿Cree usted que mientras más motivadas y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambio? | X | | | X | | X | | X |
| 7. ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? | X | | | X | | X | | X |
| 8. ¿Cree Usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa? | X | | | X | | X | | X |
| Ítem relacionado con la variable Atención al Cliente | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |

| | | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|--|---|--|---|
| 9. ¿Cree Usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 10. ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por medio de redes sociales? | X | | | X | | X | | X |
| 11. ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 12. ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa? | X | | | X | | X | | X |
| 13. ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 14. ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel le prestan la atención necesaria? | X | | | X | | X | | X |
| 15. ¿Recomendaría a este hotel a sus amigos y familiares más cercanos? | X | | | X | | X | | X |
| 16. ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes? | X | | | X | | X | | X |
| 17. ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades? | X | | | X | | X | | X |


 Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CLAD N°05461

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

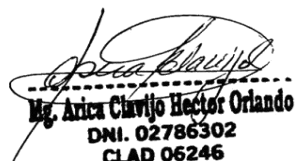
Yo, HECTOR ORLANDO ARICA CLAVIJO, identificado con DNI 02786302, MAGISTER en Administración.

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por:

MOROCHO CORDOVA MARIA CONCEPCION, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE LA MOTIVACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE SECTOR HOTELERO CATEGORIZADO DE DOS ESTRELLAS DEL CENTRO DE PIURA AÑO 2018”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Piura, junio 2019


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

| Ítem relacionado con la variable Motivación | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? | |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|---|----|
| | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1. ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? | X | | | X | | X | | X |
| 2. ¿Cree usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 3. ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? | X | | | X | | X | | X |
| 4. ¿Cree usted que al estar correctamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? | X | | | X | | X | | X |
| 5. ¿Cree usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? | X | | | X | | X | | X |
| 6. ¿Cree usted que mientras más motivadas y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambio? | X | | | X | | X | | X |
| 7. ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? | X | | | X | | X | | X |
| 8. ¿Cree Usted que es importante recibir un | | | | | | | | |


Mg. Anica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

| Ítem relacionado con la variable Motivación | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? | |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|---|----|
| | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1. ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? | X | | | X | | X | | X |
| 2. ¿Cree usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 3. ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? | X | | | X | | X | | X |
| 4. ¿Cree usted que al estar correctamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? | X | | | X | | X | | X |
| 5. ¿Cree usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? | X | | | X | | X | | X |
| 6. ¿Cree usted que mientras más motivadas y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambio? | X | | | X | | X | | X |
| 7. ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? | X | | | X | | X | | X |
| 8. ¿Cree Usted que es importante recibir un | | | | | | | | |


 Mg. Anica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

3. Matriz de preguntas

| Variable | Dimensión | Indicadores | Preguntas | Escala | Fuente |
|------------|-----------------------------|---|---|---------|--------------|
| Motivación | Beneficios de la motivación | Una mejor imagen de la empresa | ¿Cree Usted que es importante que la empresa tenga a sus trabajadores motivados? | Nominal | Trabajadores |
| | | Mayor compromiso con la empresa | ¿Cree usted que la empresa valora el trabajo que desempeña en el hotel? | Nominal | |
| | | Mayor rendimiento laboral. | ¿Cree Usted que al estar altamente motivado se consiga mayor rendimiento laboral? | Nominal | |
| | | Más y mejores ideas de mejora. | ¿Cree usted que al estar correctamente motivado aumenta la capacidad de creatividad de los trabajadores? | Nominal | |
| | | Menores inconvenientes para la empresa. | ¿Cree usted que si un personal esta desmotivado, como consecuencia puede generar pérdidas económicas? | Nominal | |
| | | Mayor competitividad empresarial. | ¿Cree usted que mientras más motivadas y competitivos sean los trabajadores pueden afrontar mejor los cambio? | Nominal | |
| | | | | Nominal | |
| | Tipos de la motivación | Motivación intrínseca | ¿Las funciones que realizas en tu trabajo te motivan y te generan satisfacción? | Nominal | |

| | | | | | |
|---------------------|--|---|--|---------|----------|
| | | Motivación extrínseca | ¿Cree Usted que es importante recibir un reconocimiento por parte de la empresa? | Nominal | |
| Atención al cliente | Factores para la buena atención al cliente | Administración de comentarios en redes sociales | ¿Cree Usted que los comentarios en las redes sociales influyen en el momento de adquirir un servicio de hotel? | Nominal | Clientes |
| | | Redes sociales y áreas operativas | ¿Cree Usted que es importante que las empresas de hoy en día se hagan conocidas por medio de redes sociales? | Nominal | |
| | | Redes sociales y las áreas que pueden ejecutar y solucionar la problemática de algún mal servicio | ¿Cree Usted que las redes sociales han aumentado la eficiencia del servicio al cliente? | Nominal | |
| | | Comunicación entre marcas y retailers | ¿Se siente a gusto con el servicio que le brinda la empresa? | Nominal | |
| | | Definir un proceso de servicio al cliente claro, sencillo y rápido | ¿Es rápida y buena la calidad de servicio de este hotel? | Nominal | |
| | Beneficios de la atención al cliente | Aceptación y confianza | ¿Cuándo busca un producto o servicio los trabajadores del hotel le prestan la atención necesaria? | Nominal | |
| | | Mejor reputación | ¿Recomendaría a este hotel a sus amigos y familiares más cercanos? | Nominal | |
| | | Lealtad de sus clientes | ¿Cree que un servicio de calidad genera la fidelidad de los clientes? | Nominal | |
| | | Empleados involucrados | ¿Los trabajadores de este hotel le dedica el tiempo necesario para atender sus dudas y necesidades? | Nominal | |

4. Libro de código Trabajadores

| | | TRABAJADORES(T) | | | | | | | | | | | | | | | | | | LEYENDA | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------|--------------|--------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | SI = a | NO = b | | | | | | | | | | | |
| PRE GUN TAS | TRABA JADOR ES | T - 01 | T - 02 | T - 03 | T - 04 | T - 05 | T - 06 | T - 07 | T - 08 | T - 09 | T - 10 | T - 11 | T - 12 | T - 13 | T - 14 | T - 15 | T - 16 | T - 17 | T - 18 | T - 19 | T - 20 | T - 21 | T - 22 | T - 23 | T - 24 | T - 25 | T - 26 | T - 27 | T - 28 | T - 29 | T - 30 | |
| | | N° - 01 | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a |
| | N° - 02 | a | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a | a | a | b | b |
| | N° - 03 | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | |
| | N° - 04 | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a |
| | N° - 05 | b | b | a | a | a | b | a | b | a | a | b | b | a | b | b | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a |
| | N° - 06 | a | b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a |
| | N° - 07 | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | b | a | a | a | b | a | a | b | b | b | a | a | a | b | a |
| | N° - 08 | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | a | a | a | a | a | b | a | a | a |
| SUB - TOT AL | a | 6 | 4 | 8 | 7 | 8 | 6 | 7 | 6 | 8 | 5 | 7 | 5 | 7 | 7 | 6 | 7 | 6 | 8 | 8 | 4 | 7 | 8 | 5 | 5 | 7 | 8 | 6 | 8 | 6 | 7 | |
| | b | 2 | 4 | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 3 | 3 | 1 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | |
| TOTAL | | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |

| PREGUNTAS | TRABAJADORES | FRECUENCIA | | TOTAL | PORCENTAJE | | |
|-----------|--------------|------------|----|-------|------------|-----|-------|
| | | a | b | | a | b | TOTAL |
| N° - 01 | | 30 | 0 | 30 | 100% | 0% | 100% |
| N° - 02 | | 18 | 12 | 30 | 60% | 40% | 100% |
| N° - 03 | | 27 | 3 | 30 | 90% | 10% | 100% |
| N° - 04 | | 28 | 2 | 30 | 93% | 7% | 100% |
| N° - 05 | | 20 | 10 | 30 | 67% | 33% | 100% |
| N° - 06 | | 25 | 5 | 30 | 83% | 17% | 100% |
| N° - 07 | | 23 | 7 | 30 | 77% | 23% | 100% |
| N° - 08 | | 27 | 3 | 30 | 90% | 10% | 100% |

Libro de códigos clientes

CLIENTES (C)

| | |
|----------------|--------|
| LEYENDA | SI = a |
| | NO = b |

| CLIENTES PREGUNTAS | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | C | | | |
|-----------------------|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|
| | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |
| N° - 01 | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | b | a | b | b | a | a | b | b | b | b | a | b | b | a | b | a | | |
| N° - 02 | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | b | a | b | b | b | a | a | b | b | b | b | a | b | b | a | b | a | |
| N° - 03 | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | b | a | b | b | b | a | a | b | b | b | b | a | b | b | a | b | a | |
| N° - 04 | b | b | b | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | b | a | b | a | a | b | a | b | a | |
| N° - 05 | a | a | b | b | a | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | b | a | b | a | a | b | a | b | a | |
| N° - 06 | b | a | b | b | a | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | b | a | b | a | a | b | a | b | a | |
| N° - 07 | a | a | b | b | a | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | b | a | b | a | a | b | a | b | a | |
| N° - 08 | a | a | b | b | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | |
| N° - 09 | b | b | b | b | b | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | b | a | b | a | a | b | a | b | a | |
| SUB - TOTAL | a | 6 | 5 | 9 | 3 | 8 | 5 | 4 | 5 | 9 | 9 | 6 | 6 | 9 | 6 | 9 | 6 | 6 | 6 | 4 | 9 | 1 | 1 | 6 | 1 | 9 | 6 | 1 | 9 | 1 | 9 |
| | b | 3 | 4 | 0 | 6 | 1 | 4 | 5 | 4 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 3 | 3 | 5 | 0 | 8 | 8 | 3 | 8 | 0 | 3 | 8 | 0 | 8 | 0 |
| TOTAL | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | |

| C-31 | C-32 | C-33 | C-34 | C-35 | C-36 | C-37 | C-38 | C-39 | C-40 | C-41 | C-42 | C-43 | C-44 | C-45 | C-46 | C-47 | C-48 | C-49 | C-50 | C-51 | C-52 | C-53 | C-54 | C-55 | C-56 | C-57 | C-58 | C-59 | C-60 | C-61 | |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| b | a | b | a | a | b | a | a | b | a | b | a | a | a | a | b | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | |
| b | a | b | a | b | b | a | a | b | a | b | a | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | |
| b | a | b | a | b | b | a | b | a | a | b | a | b | b | a | a | b | a | b | b | b | b | b | a | a | b | b | b | b | b | a | |
| a | a | b | b | a | b | a | a | b | b | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | b | b | b | a | b | b | a | a | a | a | |
| a | a | b | a | a | b | a | a | b | b | a | b | b | a | a | b | a | a | b | b | a | b | b | b | b | a | a | b | a | b | a | |
| a | a | b | a | b | a | b | b | b | b | b | b | b | a | b | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a | a | b | a | a | b | a | |
| a | a | b | a | b | a | a | a | b | a | a | b | b | a | b | a | a | b | b | a | b | b | b | a | b | a | a | a | a | b | b | a |
| a | a | a | b | b | a | a | b | a | b | b | a | a | b | a | b | a | b | a | b | b | b | b | a | a | b | b | b | a | b | a | b |
| a | a | b | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | b | a | b | b | a | a | a | b | b | |
| 6 | 9 | 1 | 6 | 4 | 3 | 8 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 6 | 6 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 6 | 6 | 3 | 5 | 7 | 4 | 5 | 7 | |
| 3 | 0 | 8 | 3 | 5 | 6 | 1 | 4 | 6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 6 | 4 | 6 | 5 | 3 | 3 | 6 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | |
| 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | |

| C-62 | C-63 | C-64 | C-65 | C-66 | C-67 | C-68 | C-69 | C-70 | C-71 | C-72 | C-73 | C-74 | C-75 | C-76 | C-77 | C-78 | C-79 | C-80 | C-81 | C-82 | C-83 | C-84 | C-85 | C-86 | C-87 | C-88 | C-89 | C-90 | C-91 | C-92 | C-93 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| a | a | a | a | a | a | a | b | a | A | a | b | a | b | a | a | a | a | b | b | b | a | b | b | b | b | a | b | a | a | b | a |
| b | a | b | b | a | a | a | b | b | A | a | b | a | b | a | a | a | a | b | b | b | a | b | b | b | b | a | b | a | a | b | a |
| a | a | b | a | a | a | a | b | a | A | a | b | a | b | a | a | a | a | b | b | b | a | b | b | b | b | a | b | a | a | b | a |
| a | a | b | b | a | a | a | a | a | B | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a |
| a | b | a | b | b | a | b | a | a | B | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b |
| b | b | a | b | a | a | b | a | b | B | a | a | b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | b |
| b | a | a | a | a | a | b | a | a | B | a | a | b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b |
| b | b | b | a | a | a | a | a | a | A | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a |
| a | a | b | b | a | a | b | a | b | B | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a |
| 5 | 6 | 4 | 4 | 8 | 9 | 5 | 6 | 6 | 4 | 9 | 5 | 6 | 6 | 9 | 9 | 9 | 6 | 6 | 6 | 6 | 9 | 6 | 6 | 6 | 6 | 9 | 5 | 9 | 9 | 6 | 6 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 1 | 0 | 4 | 3 | 3 | 5 | 0 | 4 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 | 4 | 0 | 0 | 3 | 3 |
| 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |

| C-94 | C-95 | C-96 | C-97 | C-98 | C-99 | C-100 | C-101 | C-102 | C-103 | C-104 | C-105 | C-106 | C-107 | C-108 | C-109 | C-110 | C-111 | C-112 | C-113 | C-114 | C-115 | C-116 | C-117 | C-118 | C-119 | C-120 | C-121 | C-122 | C-123 | C-124 | |
|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---|
| a | a | b | a | b | a | b | a | a | b | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a |
| a | a | b | a | b | a | b | a | a | b | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a |
| a | a | b | a | b | a | b | a | a | b | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a |
| a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | a | a | b | b | b | b | b | a | a |
| b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | a | a | b | b | a | a | b | a | a | |
| b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | b |
| b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b |
| a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | a | b | b | a | b | b |
| a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | a | b | a | a | b | |
| 6 | 9 | 6 | 9 | 6 | 9 | 6 | 9 | 9 | 6 | 1 | 9 | 6 | 9 | 6 | 9 | 9 | 9 | 6 | 6 | 5 | 2 | 8 | 9 | 5 | 6 | 7 | 6 | 4 | 6 | 5 | |
| 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 | 8 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 4 | 7 | 1 | 0 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | |
| 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | |

| C - 125 | C - 126 | C - 127 | C - 128 | C - 129 | C - 130 | C-131 | C - 132 | C - 133 | C - 134 | C - 135 | C - 136 | C - 137 | C - 138 | C - 139 | C - 140 | C - 141 | C - 142 | C - 143 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| a | a | b | a | a | A | a | a | a | a | b | b | a | b | a | a | b | b | a |
| a | a | b | a | a | A | a | a | a | a | b | b | a | b | a | a | b | b | a |
| a | a | b | a | a | A | a | a | a | a | b | b | a | b | a | a | b | b | a |
| b | b | a | a | b | A | a | b | b | a | a | b | a | a | a | b | b | a | a |
| a | b | a | a | b | A | a | b | b | a | a | b | a | a | a | b | b | a | a |
| b | b | a | a | b | A | a | b | b | a | a | b | a | a | a | b | b | a | a |
| b | b | a | a | b | B | a | b | b | a | a | b | a | a | a | b | b | a | a |
| b | a | a | a | b | B | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a |
| b | a | b | a | b | B | a | b | b | a | a | b | a | a | a | b | b | a | a |
| 4 | 5 | 5 | 9 | 3 | 6 | 9 | 4 | 4 | 9 | 6 | 1 | 9 | 6 | 9 | 4 | 1 | 6 | 9 |
| 5 | 4 | 4 | 0 | 6 | 3 | 0 | 5 | 5 | 0 | 3 | 8 | 0 | 3 | 0 | 5 | 8 | 3 | 0 |
| 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |

| CLIENTES PREGUNTAS | FRECUENCIA | | TOTAL | PORCENTAJE | | |
|-------------------------------------|-------------------|----------|--------------|-------------------|----------|--------------|
| | a | b | | a | b | TOTAL |
| N° - 01 | 89 | 54 | 143 | 62% | 38% | 100% |
| N° - 02 | 84 | 59 | 143 | 59% | 41% | 100% |
| N° - 03 | 79 | 64 | 143 | 55% | 45% | 100% |
| N° - 04 | 102 | 41 | 143 | 71% | 29% | 100% |
| N° - 05 | 97 | 46 | 143 | 68% | 32% | 100% |
| N° - 06 | 93 | 50 | 143 | 65% | 35% | 100% |
| N° - 07 | 100 | 43 | 143 | 70% | 30% | 100% |
| N° - 08 | 110 | 33 | 143 | 77% | 23% | 100% |
| N° - 09 | 92 | 51 | 143 | 64% | 36% | 100% |

REPORTE DE TURNITIN

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 11-ago.-2020 13:13 -05

Identificador: 1368503779

Número de palabras: 22035

Entregado: 1

INFORME FINAL 2 Por Maria Morocho Cordova Maria Empa

| Similitud según fuente | |
|--------------------------|----|
| Índice de similitud | |
| 0% | |
| Internet Sources: | 0% |
| Publicaciones: | 0% |
| Trabajos del estudiante: | 0% |

[incluir citas](#) [incluir bibliografía](#) [excluyendo las coincidencias < 4%](#)

modo:

[imprimir](#) [actualizar](#)

[descargar](#)

CONSTANCIA DE NO ADEUDO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
COORDINACIÓN DE COBRANZAS

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) MOROCHO CORDOVA MARIA CONCEPCION , con código de matrícula 1211100029, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION, no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

CHIMBOTE, 29 DE JULIO DEL 2020.



VºBº CAJA

VºBº BIBLIOTECA (*)

VºBº LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.