



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL
CLIENTE Y CAPACITACIÓN EN LAS MYPE RUBRO
HOTELES 3 ESTRELLAS DEL CERCADO DE PIURA,
2018.**

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

AUTORA:

ADANAQUÉ ROSAS, LIZBETH ELIANA

ORCID: 0000-0001-7065-8340

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Adanaqué Rosas, Lizbeth Eliana

ORCID 0000-0001-7065-8340

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado,
Piura, Perú**

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes

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

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios porque cada día bendice mi vida con la hermosa oportunidad de estar y disfrutar al lado de las personas que sé que más me aman, y que más amo en mi vida.

DEDICATORIA

A mis padres que están en el cielo,
hermanos y demás familiares quienes,
con su apoyo incondicional, esfuerzo
compresión me ayudaron a cumplir mi
meta de llegar a ser profesional.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo principal conocer las características de la Atención al cliente y Capacitación en las MYPE rubro hoteles tres estrellas del Cercado de Piura, 2018. Siendo la Línea de investigación Caracterización de la Capacitación competitividad rentabilidad y financiamiento de las MYPE, línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Las unidades de estudio económico son 3 MYPE (hoteles) teniendo en la variable Atención al Cliente una población infinita, la variable capacitación población finita siendo la fuente 61 trabajadores. La muestra fue para Atención al cliente de 121 clientes y en capacitación 52 trabajadores. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento de recojo de datos el cuestionario. Como resultados se obtuvieron que el 76% de los clientes considera que los hoteles tiene una buena comunicación asertiva, 76% indica que cumplen con lo prometido, en tanto el 71% de trabajadores esta dispuestos a ampliar sus conocimientos y el 69% indica que el material visual ayuda en las capacitaciones .Se concluyó, los clientes de los hoteles reciben buena comunicación asertiva, se cumple con lo prometido, en tanto los trabajadores están dispuestos a ampliar sus conocimientos y emplean material visual como ayuda en las capacitaciones.

Palabra Clave: Atención al cliente, Capacitación, factores, estrategias, necesidades y medios. MYPE.

ABSTRACT

The main objective of this research was to know the characteristics of Customer Service and Training in MSEs in the category of three-star hotels in Cercado de Piura, 2018. Being the Research Line Characterization of Training, competitiveness, profitability and financing of MSEs, line that It has been assigned by the School of Management of the Los Ángeles de Chimbote Catholic University, a methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design and cross section was used. The economic study units are 3 MYPE (hotels), having an infinite population in the Customer Service variable, the training variable being a finite population being the source 61 workers. The sample was for Customer Service of 121 clients and 52 workers in training. The technique used was the survey and the data collection instrument the questionnaire. As results, it was obtained that 76% of the clients consider that the hotels have good assertive communication, 76% indicate that they comply with what was promised, while 71% of workers are willing to expand their knowledge and 69% indicate that the Visual material helps in training. It was concluded that hotel clients receive good assertive communication, the promise is fulfilled, while workers are willing to expand their knowledge and use visual material as an aid in training.

Key Word: Customer service, Training, factors, strategies, needs and means. MYPE.

CONTENIDO

| | |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|
| EQUIPO DE TRABAJO | i |
| HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| RESUMEN | v |
| ABSTRACT | vi |
| CONTENIDO | vii |
| INDICE DE TABLAS | ix |
| INDICE DE FIGURAS | xi |
| INDICE DE CUADROS | xiii |
| I.INTRODUCCION | 1 |
| II.REVISION DE LA LITERATURA | 11 |
| 2.1. Antecedentes..... | 11 |
| 2.1.1. Variable Atención al cliente | 11 |
| 2.1.2. Variable Capacitación | 18 |
| 2.2. Bases teóricas..... | 24 |
| 2.2.1. Atención al cliente..... | 25 |
| 2.2.1.1. Definición | 25 |
| 2.2.1.2. Factores para alcanzar una buena atención al cliente | 25 |
| 2.2.1.3. Estrategias para mejorar la atención al cliente | 29 |
| 2.2.2. Capacitación | 32 |
| 2.2.2.1. Necesidades de Capacitación..... | 32 |
| 2.2.2.2. Medios de Capacitación..... | 34 |
| III.HIPÓTESIS | 37 |
| 3.1 Hipótesis | 37 |
| IV.METODOLOGÍA | 38 |
| 4.1. Diseño de la investigación | 38 |
| 4.2. Población y Muestra | 38 |
| 4.2.1. Población | 39 |
| 4.2.2. Muestra..... | 40 |
| 4.3. Definición y Operacionalización de variables | 43 |

| | |
|------------------------------------------------------------|------------|
| 4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 45 |
| 4.4.1. Técnicas | 45 |
| 4.4.2. Instrumentos | 45 |
| 4.5. Plan de análisis | 46 |
| 4.6. Matriz de consistencia | 47 |
| 4.7. Principios éticos..... | 48 |
| V.RESULTADOS | 50 |
| 5.1. Resultados de encuesta a clientes | 50 |
| 5.1.1. Resultados de encuestas a trabajadores | 51 |
| 5.1.2. Resultados de la Variable Capacitación | 52 |
| 5.1.2.1. Objetivo 1 | 52 |
| 5.1.2.2. Objetivo 2 | 60 |
| 5.1.2.3. Objetivo 3 | 67 |
| 5.1.2.4. Objetivo 4 | 74 |
| 5.2. Análisis de Resultados..... | 79 |
| 5.2.1. Atención al Cliente..... | 79 |
| 5.2.1.1. Objetivo 1 | 79 |
| 5.2.1.2. Objetivo 2 | 84 |
| 5.2.1.3. Objetivo 3 | 88 |
| 5.2.1.4. Objetivo 4 | 92 |
| VI.CONCLUSIONES | 95 |
| VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 97 |
| VIII.ANEXOS | 104 |
| 8.1. Encuestas | 104 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Definición y operacionalización de variables | 43 |
| Tabla 2. Matriz de consistencia | 47 |
| Tabla 3. ¿Para usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática?...52 | |
| Tabla 4. ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? .53 | |
| Tabla 5. ¿Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda? | 54 |
| Tabla 6. ¿Ha tenido alguna pérdida en el hotel que se hospeda?..... | 55 |
| Tabla 7. ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos?..... | 56 |
| Tabla 8. ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención?..... | 57 |
| Tabla 9. ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas?..... | 58 |
| Tabla 10. ¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida?..... | 59 |
| Tabla 11. : ¿El servicio de lavandería del hotel en que se hospeda lo atiende con rapidez su solicitud?..... | 60 |
| Tabla 12. ¿Por lo general sus quejas son siempre resueltas con rapidez? | 61 |
| Tabla 13. ¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo a sus exigencias?..... | 62 |
| Tabla 14. ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? | 63 |
| Tabla 15. ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente? | 64 |
| Tabla 16. : ¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere?..... | 65 |
| Tabla 17. ¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? | 66 |
| Tabla 18. ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad? | 67 |
| Tabla 19. ¿Considera que el hotel ofrece un servicio Innovador? | 68 |
| Tabla 20. ¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? | 69 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 21. : ¿Conoce usted si existe un proceso para un plan de capacitación del hotel?..... | 70 |
| Tabla 22. ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan? | 71 |
| Tabla 23. ¿Se Considera una persona empática ante los problemas de los huéspedes? | 72 |
| Tabla 24. ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? | 73 |
| Tabla 25. : ¿En las Capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? | 74 |
| Tabla 26. ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse? | 75 |
| Tabla 27. ¿Se realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? | 76 |
| Tabla 28. ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido del tema? | 77 |
| Tabla 29. ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de cognitividad sobre la atención al cliente? | 78 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1.¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática ... | 52 |
| Figura 2. ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? | 53 |
| Figura 3.¿ Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda? | 54 |
| Figura 4.¿Ha tenido alguna perdida en el hotel que se hospeda? | 55 |
| Figura 5.¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos?..... | 56 |
| Figura 6.¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención? | 57 |
| Figura 7. ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas?..... | 58 |
| Figura 8.¿frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida?..... | 59 |
| Figura 9.¿El servicio de lavandería del hotel en que se hospeda lo atiende con rapidez su solicitud? | 60 |
| Figura 10.¿Por lo general sus quejas son siempre resueltas con rapidez? | 61 |
| Figura 11.¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo a sus exigencias?..... | 62 |
| Figura 12.¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? | 63 |
| Figura 13. ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de atención al cliente? | 64 |
| Figura 14.¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere?..... | 65 |
| Figura 15.¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? | 66 |
| Figura 16.¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de responsabilidad?..... | 67 |
| Figura 17.¿Considera que el hotel ofrece un servicio innovador?..... | 68 |
| Figura 18.¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? | 69 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 19.¿Conoce usted si existe un proceso para un plan de capacitación del hotel? | 70 |
| Figura 20. - ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realiza? | 71 |
| Figura 21.¿Se Considera una persona empática ante los problemas de los huéspedes? | 72 |
| Figura 22.¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? | 73 |
| Figura 23.¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? | 74 |
| Figura 24.¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse? | 75 |
| Figura 25. ¿Se realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? | 76 |
| Figura 26.¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido del tema? | 77 |
| Figura 27.¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de cognitividad sobre la atención al cliente? | 78 |

INDICE DE CUADROS

| | |
|---------------------------------------------------------|----|
| Cuadro 1. Relacion de Mype | 39 |
| Cuadro 2. Características demográficas de clientes..... | 50 |
| Cuadro 3. Resultados de encuestas a trabajadores..... | 51 |

I. INTRODUCCION

En la presente investigación se aplica la línea de investigación de la Universidad denominada, caracterización de la capacitación competitividad rentabilidad y financiamiento de las MYPE, línea que ha sido asignada por la escuela de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Y se titula Caracterización de la atención al cliente y capacitación en las MYPE rubro hoteles tres estrellas del cercado de Piura, 2018. (Resolucion N°0204-2018-CU-ULADECH Católica, 2018)

En la economía moderna los estudios e investigaciones relacionadas a las MYPE debido a su importancia; refleja una fuerte incidencia que estas tienen en proveer de fuentes de trabajo que conforman una base fundamental del tejido social, debiendo formar parte del Régimen Laboral Especial, donde señala que los trabajadores son afiliados a los componentes semisubordinados, algunos pueden conformar parte del tejido empresarial de la actividad de la ley 728 con los derechos que les corresponde. (Ramos, 2016).

En la actualidad las micro y pequeñas empresas son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico y de cierta manera del desarrollo del país, siendo las MYPE generadoras de empleo en los últimos años en el Perú. Debido que representan la principal fuente de ingreso de las empresas y trabajadores. (Asociación de Emprendedores del Perú, 2017) .

El sector hotelero se caracteriza en gran medida por los horarios de trabajo irregulares y sus formas atípicas de empleo como puede ser por la demanda o el empleo a tiempo parcial en horarios diurnos y nocturnos, siendo una rama que proporciona

empleo a personas con escasa o nula capacitación profesional, siendo colaboradores deseosos de trabajar a tiempo parcial y no buscan empleos a largo plazo como es el caso de varios estudiantes que buscan desarrollarse en otras actividades que flexibilicen su desarrollo profesional. (Gonzales, 2016)

Los países europeos, de América Latina y el Caribe las Pequeñas y Medianas Empresas representan un alto porcentaje del empresariado industrial y comercial, generando empleabilidad y cambiando el estatus de la persona a una en condiciones de Población Económicamente Activa. (Diario La República, 2017).

(ESAN, 2018) La capacitación basada en las competencias viene hacer el desarrollo de las habilidades y procesos pedagógicos, estructurándose a partir de la identificación de competencias de los distintos sectores y establece estándares de calidad desafiando el logro de perfiles de personas formadas integralmente. La capacitación ayudara a los empleados a mejorar su trabajo logrando adquirir nuevos conocimientos para poder brindar una buena atención al huésped y este se sienta satisfecho por el servicio brindado.

En el Perú existen muchas MYPE que no le dan mucha importancia a esta variable de atención al cliente, se conoce que es de las más importantes debido que si contamos con clientes fidelizados por caracterizarse en una buena atención lograremos captar el máximo de clientes y así ampliar sus negocios, logrando el incremento de su productividad, calidad de trabajo, identificación con su empresa, mejoramiento en las relaciones humanas tanto externas como internas. Ambas variables son herramientas muy privilegiadas para poder progresar desarrollando y mejorando competencias, esto

permitirá sostener la imagen de una empresa y a la vez ayudará a diferenciarse de la competencia. (Aguero, 2014).

Las MYPE en Perú se han convertido en una pieza esencial de la economía peruana, al margen de la barrera que estas encuentran para su formalización, son consideradas los pilares de la economía. Piura registra alto nivel de creación de MYPE y el resultado se nota en el crecimiento económico. Por otra parte, las MYPE hoteleras de tres estrellas, se enfrentan a un entorno altamente competitivo por ello es importante aprovechar los factores internos, y aprovechar las oportunidades provenientes del exterior.

La presente investigación busca identificar características básicas relacionadas a la atención al cliente en las MYPE del rubro Hoteles de tres estrellas ubicados en el mercado de Piura, y en la identificación de características de los factores relevantes y las estrategias que aplican los hoteles que les permiten brindar buena atención al cliente, con un comportamiento de crecimiento y desarrollo en el Gobierno Regional de Piura, del mismo modo a lo referente a la Capacitación describiendo las necesidades de ella y los medios de la capacitación características que vienen logrando el crecimiento humano del personal para una sólida atención al cliente. (Banco Central de Reserva del Perú, 2017).

Por lo que corresponde a los factores internos resalta los factores de la Administración, Financiamiento e Infraestructura. La Administración se desarrolla de la manera clásica y con buen liderazgo, motivación al recurso humano; aunque algunos se encuentran en niveles diferentes porque vienen aplicando la tecnología para el control, el planeamiento y monitoreo de sus actividades de manera integral y

corporativa para mejorar los aspectos cognitivos de las personas comprometidas e identificadas con la organización en la búsqueda de una mejor atención al huésped y lograr de él la fidelización, trabajando en invertir más en su cliente y buscando nuevos clientes. (Revista Universidad y Sociedad, 2019).

En lo referido al financiamiento generalmente cuentan con capital propio de trabajo, con flujos de efectivo poco significativos, tratando de respaldar sus inversiones con sus activos y estados financieros. Las MYPE tienen un limitado acercamiento al sistema financiero que no les permite encajar en el sistema crediticio, lo que provoca que las empresas sufran de problemas de liquidez. (Diario La República, 2017).

Por otra parte, en el factor de la infraestructura de las edificaciones de los hoteles de tres estrellas instalados en el cercado de la ciudad de Piura, son medianamente buenos por su apariencia se percibe que no han realizado cambios actualizados con respecto a su infraestructura, las habitaciones no cuentan con aislamiento acústico en las ventanas para evitar el ruido exterior, también los servicios higiénicos son estrechos, tienen ambientes amplios, pero con poca ventilación. Con respecto a los factores externos, se tiene lo político, legal, económico, social y tecnológico, en cuyo accionar se visualiza que los dueños de las MYPE no tienen injerencia directa.

Desde el macro entorno con la técnica PEST, se tiene que decir que los factores políticos – legales se observa que el Perú es una república presidencialista de representación democrática, el jefe de estado y los congresistas son elegidos cada cinco años, los mismos que aplican su plan de gobierno propuesto, para cumplir las promesas

que hicieron, a la vez, administran el país, permitiendo un equilibrio estable para todos los peruanos. (Boggio, 2016)

De manera especial los hoteles del cercado de Piura, sus políticas son orientadas al buen servicio de la organización hacia sus clientes, como uno de los principales componentes del personal seleccionado y profesional considerado las piedras angulares de una buena y excelente prestación de servicio (Boggio, 2016).

El estado a través del Congreso, aprobó la Ley N. ° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, la competitividad e impulsar el crecimiento económico y del desarrollo social”. “Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” va de la mano con el cambio que se busca, para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas. Lo que permitirá la mejora de muchos aspectos como un sistema integral de pensiones, garantizar salarios beneficiosos, proporcionar ambientes de trabajos seguros y estables, optimizando mejor los procesos realizados orientando a lograr la satisfacción del cliente. (Ramos, 2016).

Respecto al factor económico no cabe duda que las operaciones financieras contribuyen en el buen momento de las MYPE, el sistema bancario coopera en el aumento de liquidez, para que las MYPE puedan atender sus obligaciones de corto plazo. Esto además contribuye en la reducción de la desocupación y ayuda a la mejor calidad de vida. Sin embargo, se tiene que reconocer que falta decisión gerencial para que las MYPE apuesten por inversiones a largo plazo en busca de un crecimiento económico y desarrollo de la comunidad.

Según el (Banco Central de Reserva del Perú, 2017) en su informe económico dió a conocer algunas proyecciones del crecimiento poblacional establecidas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática –INEI donde particularmente el Departamento de Piura cuenta a esa fecha con una población de 1'844,129 habitantes representando aproximadamente el (5,9 %) del total nacional, siendo la segunda región más poblada del país.

La Gerencia de Planeamiento y Planificación y de Acondicionamiento Territorial. Estableció que existen diversidad de las MYPE que se desarrollan en los diferentes sectores de la economía, cada año presentan un nivel de sostenibilidad, gracias al cambio de actitud de los dueños de los negocios o micro emprendedores al darle valor a la capacitación con lo cual se viene logrando el primer lugar el apoyo a las MYPE atendidas por el Gobierno de cada región. (Diario La República, 2017).

En el factor social influye mucho en lo referido a las costumbres, hábitos, y formas de calidad de vida. El sector hotelero de tres estrellas brinda a su cliente una performance, reconocimiento, asegurándoles los mejores servicios, donde sufren una transformación momentánea en caso de los turistas internos de la Región Piura y comodidad a sus clientes turistas externos que esperan obtener lo mejor de su estadía en un hotel, (Revista Universidad y Sociedad, 2019).

Piura es una zona de circuito turístico los huéspedes no ocupan el hotel por una tarde lo que ocasiona la necesidad de tener lugares de recepción para los turistas. El área de estudio no cuentan con ofertas que satisfagan la necesidad del turista de conocer mejor la ciudad a través de paquetes turísticos que puedan ofrecer en los hoteles siendo Piura una ciudad rica en tradiciones, costumbres y cultura satisfaciendo

de esta manera la creciente demanda de turistas más exigentes que buscan un servicio de calidad a un precio accesible.

Con respecto al factor tecnológico los hoteles tres estrellas tienen garantizado la presencia de toda tecnología, no se hace extrañar la tecnología informática, el internet y cuanto programa se requiere. Lo que les falta aún es brindar servicios de conferencias con las debidas instalaciones y que estas estén bien equipadas. Con respecto al análisis del sector hotelero en las MYPE del cercado de Piura basadas en las fuerzas competitivas de Porter tiene el poder de negociación, se presentan dependiendo la clasificación de los clientes teniendo en cuenta la diversidad de clientes, los factores que mayormente afectan al crecimiento de las MYPE se encuentran relacionados al recurso humano tomando en cuenta que es uno de los factores fundamentales para el incremento de productividad de cada MYPE, dicha investigación se realiza con la finalidad de hallar herramientas útiles para la mejora continua de cada hotel.

Porter (2017) manifestó que las organizaciones se enfrentan a una seria competencia por ello recomendó la estrategia de las cinco fuerzas, las MYPE objeto de investigación vienen desarrollando sus actividades en el marco de una competencia seria y responsable teniendo que:

1. En cuanto a la amenaza de nuevos entrantes, no se sienten muy amenazados porque para crear un hotel se requiere de mucha inversión y de un profundo estudio de demanda de necesidad de oferta y de compra, además está la dificultad para encontrar una zona adecuada para la construcción de un hotel y que se encuentre dentro del cercado de Piura.

2. En el poder de negociación de los clientes se tiene la venta directa a los distintos segmentos los huéspedes tienen a su disposición una gran variedad de opciones lo que obliga a los hoteles a competir en más canales de reserva digitales, como son sus mismas páginas web del hotel, Booking, trivago, etc. los clientes pueden comparar al instante las diversas ofertas de hoteles de la misma categoría, también existen potenciales huéspedes que entran al hotel acercándose directamente a la recepción del hotel para pedir información sobre las tarifas del alojamiento. (Cornejo, 2015)
3. Asimismo tenemos el poder de negociación de los proveedores el cual tiene un bajo poder de negociación como son los alimentos y bebidas, servicios generales, mantenimientos de los inmobiliarios, como el hotel varía en sus pedidos dependiendo del flujo de los huéspedes a los proveedores les conviene mantener el negocio para promocionar de cierta manera su marca, los precios y sus productos. (Jaramillo, 2015) .
4. Amenaza de productos sustitutos tenemos los hoteles de dos estrellas y tres estrellas que no forman parte de nuestro set competitivo, se pueden dirigir también al segmento corporativo, los clientes acuden a ellos cuando el hotel no cuenta con disponibilidad de habitaciones y muchas veces también por las tarifas económicas que estos ofrecen. (Rodríguez, 2016)
5. Poder de Rivalidad entre competidores tenemos que los hoteles de tres estrellas forman parte del entorno competitivo estos en su mayoría se

dirigen al segmento corporativo por estar en el cercado de Piura donde se ubican la mayoría de las empresas. (Torres, 2016)

De acuerdo a la situación antes mencionada, se puede enunciar el problema como: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente y capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018? Para dar respuesta al problema se planteó el objetivo general: Conocer las características de la atención al cliente y capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018; la problemática que existe en el sector Hotelero categorizado de tres estrellas del cercado 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 de la Atención al Cliente y Capacitación en las MYPE rubro hoteles tres estrellas del cercado de Piura, 2018” mientras que los objetivos específicos son: (a) Identificar los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018.,(b) Identificar las estrategias de atención al cliente de las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018., (c) Describir las necesidades de capacitación existentes en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018., (d) Determinar los medios de capacitación en las MYPE, rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018

La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. Por lo expuesto los medios de recolección básica la técnica de la encuesta, el instrumento del cuestionario, población infinita para la variable atención al cliente, y la población finita para la variable capacitación siendo

la fuente los clientes y los trabajadores respectivamente. La muestra para atención al cliente 121 elementos y para capacitación 52 trabajadores luego de aplicar las fórmulas estadísticas correspondientes.

La presente investigación se justifica teóricamente porque incrementa el conocimiento y sirve de ayuda y contribuye con los estudiantes en todos los niveles, los empresarios y todas las personas que buscan información relacionada al servicio hotelero. De otra parte, se justifica de manera práctica ya que tiene la finalidad de conocer las Características de la Atención al Cliente y Capacitación en las MYPE rubro hoteles tres estrellas del cercado de Piura, 2018 lo que permitirá conocer las necesidades de cada MYPE y al mismo tiempo ver el nivel de sus trabajadores, Asimismo se justifica metodológicamente porque utiliza métodos matemáticos y estadísticos para la aplicación de los resultados.

La investigación quedó delimitada en el espacio en el cercado de Piura, temporalmente año 2018. Muestral o Psicográfica son las MYPE rubro hoteles tres estrellas y la delimitación temática por la variable de atención al cliente y la capacitación.

En la presente investigación se obtuvieron como resultados, que el 76% de los clientes considera que los hoteles tienen una buena comunicación asertiva, 76% indica que cumplen con lo prometido, en tanto el 71% de trabajadores esta dispuestos a ampliar sus conocimientos y el 69% indica que el material visual ayuda en las capacitaciones.

Del mismo modo se concluyó, los clientes de los hoteles reciben buena comunicación asertiva, se cumplen con lo prometido, en tanto los trabajadores están

dispuestos a ampliar sus conocimientos y emplean material visual como ayuda en las capacitaciones.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Atención al cliente

Muñoz (2017); realizo una investigación titulada “Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas”, ESMERALDAS – ECUADOR presentada por la Pontifica Universidad Católica del Ecuador”. Cuyo objetivo principal fue potencializar e incrementar la calidad del servicio, así como también medir el desempeño laboral de sus colaboradores a los cuales se les plantearían mejoras y mayor intervención efectiva para con los clientes para lograr aumentar la calidad del servicio del hotel, su investigación es de tipo descriptivo, exploratorio, científico inductivo-deductivo, su técnica de recojo de datos fue la observación, entrevista, encuestas que les permitió identificar las deficiencias en la organización para gestionar el servicio de calidad hacia el cliente. Se concluyó que se encontró falencias como es la deficiencia al momento de la toma de decisiones por parte de los directivos, carencia de manuales sobre procedimientos a seguir ante cualquier eventualidad ocurrida en el hotel, limitación con respecto a la diferenciación de su servicio frente a la competencia, en algunas variables se encontró variaciones negativas en cuanto a la fiabilidad el tiempo de entrega del servicio al cliente y su falta de interés para cumplirlos. Por lo que se concluye que es necesario tomar mayores consideraciones en estas variables negativas elaborando planes de mejoras que permitan ser más oportunos y ágiles superando las expectativas de los clientes.

Quiróa (2014) en su investigación “Servicio al Cliente en Hoteles de la Ciudad de San Marcos, 2014”. QUETZALTENANGO – GUATEMALA presentada en la Universidad de Rafael Landívar, tiene como objetivo general analizar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de san Marcos con el fin de conocer el servicio al cliente en las empresas hoteleras, siendo su técnica de recolección de datos las encuestas siendo dirigidas a los empleados clientes y gerentes. La investigación utilizo el enfoque cualitativo – Cuantitativo, descriptivo en la que concluye que los hoteles actúan imitando a la competencia dando como resultado la baja calidad que tienen en brindar servicios al cliente provocando insatisfacción en los clientes siendo de gran importancia fijar adecuadamente el servicio a los clientes lo que permitirá que la imagen del hotel sea reconocida logrando la captación de nuevos usuarios y la fidelización de los mismos, determinando también que todos los hoteles de esta ciudad no tienen parámetros establecidos ofreciendo que se implanten orientaciones sobre la atención al cliente lo que permitirá que los empleados puedan guiarse y saber actuar frente a posibles inconvenientes. Se concluye que la capacitación a los trabajadores para una buena atención al cliente permitirá que ellos se puedan desempeñar satisfactoriamente.

Freire (2014) realizo una investigación titulada “Análisis de la Calidad de Servicio en Atención al Cliente de dos Hostales de Tercera Categoría ubicados en la Ciudad de Baños de Agua Santa, 2014”, QUITO – ECUADOR, presentada en la Pontifica Universidad Católica Del Ecuador, siendo su objetivo analizar la calidad de servicio en la atención al cliente otorgado por parte de los empleados en dos hostales de tercera categoría. La investigación que se aplico es exploratoria, con método empírico de análisis, se utilizó la técnica mediante entrevistas, observación directa y

de investigación. Se concluye que el empleado de la organización tiene un desempeño muy alto que cumple con las expectativas del puesto en el que se desenvuelve sin embargo tienen una debilidad que es no saber cómo desempeñarse en otras competencias lo que les serviría como apoyo y base que en la experiencia le permita tener mejor capacidad de respuesta frente a futuros problemas que puedan surgir en la empresa, no dejando que se limite las capacidades de los colaboradores en solo las actividades asignadas.

Sales (2016), realizó una investigación titulada “Caracterización de la capacitación en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios Rubro Hoteles de tres Estrellas, presentada en la Universidad ULADECH – HUARAZ 2016” Detalló como objetivo General, describir cómo es el servicio al cliente y cuál es su peculiaridad para la capacitación en los hoteles de Huaraz. Realizó una investigación de tipo descriptiva cuantitativa y diseño transaccional, para realizar la recolección de datos se utilizó como instrumentos las encuestas a clientes, propietarios y colaboradores del hotel, para detectar la percepción que tienen los clientes del servicio que están recibiendo, considerando como muestra de estudio 95 empleados. Dando como resultado, que la calidad de servicio al cliente que prestan actualmente los hoteles es insuficiente, debido a la falta de conocimientos para la solución de los problemas, el tiempo de espera es dilatado y la mayoría manifestó insatisfacción. En conclusión la mayoría de los propietarios de los hoteles no cuentan con un método para evaluar el servicio prestado por sus colaboradores detectando que los clientes únicamente conocen como medio para exponer quejas y sugerencias el libro de reclamaciones y existe la necesidad que el personal reciba temas sobre atención y servicio al cliente, ya que el servicio que brindan actualmente es escaso,

pero no existe un plan de capacitación dirigido al personal para proporcionar servicios eficientes y adquirir nuevas técnicas de atención.

Ballón (2016), en su investigación denominada “Evaluación de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en los Hoteles de Dos y Tres Estrellas de la Ciudad de Abancay, rubro Hoteles del Distrito de Surco, 2016”, presentada en la Universidad ESAM LIMA – PERÚ. Detalló como objetivo general Analizar la calidad de servicio de que influyen en la satisfacción al cliente, con el fin de incrementar las ventas, y brindar un mejor servicio de calidad, a sus clientes/usuarios, empleando la metodología tipo diseño No experimental, Descriptivo– Transversal, el universo muestral estuvo constituido por 431 turistas, considerando como muestra de estudio los hoteles de 2 y 3 estrellas. Dando como resultado que la empatía tuvo un gran dominio por parte de los empleados hacia los clientes evidenciando que las aptitudes de respuesta influyen con respecto a la satisfacción de los clientes, en conclusión, se puede apreciar que la Empatía es un valor que se puede agregar para lograr una mejor satisfacción de los clientes.

Mesones & Saldaña (2014), realizó una investigación titulada “Calidad de los Servicio brindados por un Hotel Tres Estrellas, desde la perspectiva del cliente- provincia de CHICLAYO-PERÚ, 2014”, presentada en la Universidad Privada Juan Mejía Baca. Detalló como objetivo general determinar el nivel de calidad, desde la perspectiva del cliente, provincia de Chiclayo, 2014, empleando la metodología cuantitativa, descriptiva simple, y un diseño no experimental - transversal, considerando como muestra de estudio 70 clientes, 36 trabajadores, como Técnicas de recolección de datos la encuesta, así como sus respectivos instrumentos de recolección

de datos como el cuestionario estructurado, dentro de los resultados se obtuvo que el 64.8% manifiesta estar en un nivel alta de Compromiso organizacional frente a cubrir las expectativas y captación de los clientes. Dando como resultado que el compromiso organizacional manifestado por los trabajadores en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios rubro hoteles influye en la calidad de servicio, lo que permite a la relación directa comprobada entre ambas variables de investigación, que significa una ventaja para los trabajadores de las Micro y Pequeñas Empresas de la muestra. La calidad del servicio en los trabajadores de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios rubro hoteles, es de nivel elevado. Es decir, la forma de la calidad del servicio en sus niveles es alta, lo cual indica que siempre están en alerta ante algún descuido en la aplicación de alguna de sus dimensiones de elementos tangibles y confiabilidad. En conclusión, para el desarrollo de una empresa debe existir una relación entre el Comportamiento Organizacional y la Calidad del Servicio en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios- hoteleros.

Cahuaya & Ñahuincopa (2015); realizo una tesis titulada “Influencia de la Calidad de servicio en la Satisfacción del Cliente del Hotel La Hacienda en la Provincia de Angaraes 2015”, HUANCAYO – PERU, presentada en la Universidad Nacional del Centro del Perú. Presenta como objetivo general saber cuál será la influencia que tiene la calidad de servicio en el hotel de la provincia de Angaraes, cabe resaltar que para la satisfacción de su clientela ha logrado alcanzar tener muy presentes los conceptos de calidad y servicio, los cuales son indesligables cuando se trata de una relación directa con los clientes siendo de mucho interés prestar mayor atención cuando se habla de este tema en el servicio que brindan los hoteles siendo las nuevas tendencias el desarrollo de turismo y la distribución de flujos turísticos lo que está

logrando modificar la forma de competir en el mundo tomando mayor interés en la demanda, flexibilización y diversificación de la oferta y la distribución adquiriendo nuevas tecnologías que ayuden a la modernización de los mismos. La investigación es de tipo descriptiva, correlacional, diseño no experimental transversal, la técnica empleada fue observacional y mediante cuestionarios, la población fue de 66 huéspedes. Se concluye que la calidad de Servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes existiendo una correlación entre la empatía, la fiabilidad, y la capacidad de respuesta que pueda brindar logrando obtener respuestas positivas de sus clientes. En conclusión el contar con trabajadores que sean empáticos con los clientes ayudara a dar una mejor atención y brindar rápidas soluciones a posibles interrogantes.

Cueva (2015); describió en su investigación titulada “Evaluación de la Calidad Percibida por los Clientes del Hotel Los Portales a Través del Análisis de sus Expectativas y Percepciones, 2015” PIURA- PERU, presentada en la Universidad de Piura, siendo su objetivo principal de esta tesis introducir el método SERVQUAL el cual es un instrumento que nos ayuda a cuantificar la satisfacción de los clientes entre la expectativa que pueda tener los clientes al momento de percibir el servicio y como saber si este logro cubrir sus expectativas antes de haberlo recibido, esta metodología aplicada no es tan conocida en el país por lo que pocos conocen el gran aporte y ventajas que este les puede brindar al obtener resultados en forma gráfica y clara permitiéndoles a los directivos que puedan tomar decisiones de manera más fácil dando más enfoque a las características que les permita lograr la máxima satisfacción de los clientes. Como resultado sobresalió en que la clave de una buena rentabilidad en los negocios es la calidad del servicio que estas puedan brindar es por tal que

actualmente están dando mayor importancia a este aspecto para mantener a sus clientes fidelizados anticipándose a sus requerimientos y continuar captando la mayor cantidad de clientes posibles. En conclusión en el negocio hotelero por lo general no existen muchos clientes que se fidelizan debido que esto depende de un factor determinante que implica a la gran variedad de destinos turísticos que existen en la actualidad, siendo de gran importancia que la herramienta principal que lo haga competitivo sea la calidad en el servicio lo cual ayudara a marcar la diferencia entre los demás y termine siendo elegido de entre las distintas opciones que puedan encontrar en cada destino de viaje diferente que puedan tener los clientes.

Acha (2017) describió la investigación titulada “Caracterización de la Capacitación y atención al Cliente de las MYPE rubro hoteles en la ciudad de Piura 2017”, PIURA-PERÚ presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura. La investigación es de tipo descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental corte transversal, la población estuvo conformada por 58 clientes, la técnica empleada fue la encuesta, mediante cuestionario. Dentro de los resultados se obtuvo con respecto a la atención al cliente que, si se les capacita a los empleados para lograr altos estándares de calidad en la Atención al cliente, es importante y sea considerada una herramienta eficaz por parte de las empresas. Y sea considerada útil para su negocio. Se concluye que la importancia que obtiene la atención al cliente para las MYPE es sin duda los beneficios que estas consiguen (ganancias) al brindar una buena atención a sus clientes y no sólo un buen producto. Está visto que una buena atención es sin duda una herramienta útil para cualquier empresa, en donde reconocen la importancia del cliente y el trato que se les debe brindar en miras de llegar a los objetivos trazados de estas MYPE.

Carranza (2018), realizó una investigación titulada “Caracterización de la Competitividad y Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Hoteles del casco urbano de Sullana, Año 2018” SULLANA-PERÚ, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Sullana. Detalló como objetivo general Mostrar las características de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubro hoteles, año 2018, empleando la metodología tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental – transversal, siendo la técnica de recojo de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas considerando como muestra de estudio a clientes. Obteniéndose los siguientes resultados: Se encontró que el 83% de encuestas confirman que si conocen las ofertas que realiza la empresa, el 67% se preocupa por el servicio que brindan además se observa que el 100% de encuestas consideran que la competencia obliga que una MYPE sea más competitiva, y un 100% de las encuestas concuerda que si una MYPE posee cultura orientada a la calidad es mucho más competitiva, por lo que se concluye que las MYPE del rubro hoteles si tiene conocimiento de las ofertas que la empresa difunde de la competencia preocupándose por el servicio que debe recibir los clientes.

2.1.2. Variable Capacitación

Argudo (2016), realizó una tesis "Programa de Capacitación para mejorar la calidad del Hotel San Francisco, cantón Daule, provincia de Guayas", GUAYAQUIL - ECUADOR presentada en la universidad de Guayaquil. Este trabajo de investigación es tipo mixto cuantitativo - cualitativo, los instrumentos de recopilación de información se desarrolló por medio de la Entrevista y encuestas, la población estuvo conformada por 142 personas, se uso como instrumento de recopilación los datos un

grupo focal , y cuantitativos dando como resultado la necesidad de capacitación del personal, se extrajo que los datos lograron establecer las partes que debe abarcar el plan de entrenamiento para los empleados, los cuales se sacaron como consecuencia de la investigación, se hace visible aumentar la disposición en los colaboradores dado a que no se aporta un servicio de calidad y no se labora en grupo existiendo predisposición por parte de ellos en mejorar. Las estrategias se deben aplicar en los empleados, se concluye que hace falta acrecentar el conocimiento en estrategias modernas, debido a que si no se entrena al personal se conseguirá un resultado de fallas en la calidad del servicio en el área de atención al cliente.

Garzona (2015), llevo a cabo la siguiente investigación : “Incidencia de la contratación y capacitación del personal de hotelería en la calidad del servicio al cliente, 2015” QUETZALTENANGO – GUATEMALA, realizada en la universidad de Rafael Landívar “Guatemala. fue de tipo descriptiva, su población está compuesta de 8 jefes, y personal del área ,la técnica fue la encuesta. Se determino que la población encuestada deberá capacitar administrativamente al personal para obtener un alto rendimiento y aprovechamiento en los temas de calidad de servicio los empleados están conformes de que se realicen evaluaciones cada cierto tiempo a los empleados del área de atención al cliente para evaluar el servicio que brindan al público. Los colaboradores manifiestan que al brindarles módulos que contenga información útil les ayudara en la capacitación para brindar una buena atención al cliente sera un factor muy excelente que ayudara a mejorar la calidad de los servicios. En conclusión existen hoteles que no llegan a capacitar a su personal por desconocimiento, por el costo que produce el mismo siendo algo negativo que los colaboradores no se encuentren al tanto con los diferentes avances tecnológicos que existen hoy en día siendo importante que

cuenten con módulos informativos y materiales que les ayuden a desenvolverse mejor en sus funciones.

Romero (2015) realizó una investigación titulada “Propuesta de un Plan de Marketing para Reposicionar el hostel Rincón familiar. 2015 ” QUITO-ECUADOR, de la Universidad Católica del Ecuador, esta tesis fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, y se determinó que el financiamiento de las organizaciones dedicadas al rubro de hospedaje; tienen como objetivo de la empresa incrementar las ganancias, en cuanto a la formación de los empleados, se evidenció que si necesitan que capacitación y el 49% indicó que sus colaboradores si reciben capacitación. se concluye se debe mejorar los factores internos para poder direccionar sus objetivos tratándose de lograr que estos establecimientos dedicados a atender al público ya sea extranjero, nacionales y turistas con respecto a brindar alojamiento brinden un servicio de calidad que permita fidelizar a los clientes.

Chavarria (2017), realizó la investigación “Evaluación del Desempeño Laboral de los colaboradores del Hotel La Princesa, distrito de lince, 2017”. LIMA-PERÚ. Tesis presentada en la Universidad Cesar Vallejo. La investigación fue de diseño no experimental, de corte transversal de tipo descriptiva, se escogió una forma dirigida a una población de 29 colaboradores. teniendo los siguiente ; respecto a la capacitación que un colaborador posee muchas habilidades y capacidades que les permiten lograr un buen desempeño, identificándose con los objetivos de la empresa existiendo un punto desfavorable que sería la falta de herramientas que permitan lograr al máximo las metas trazadas por la organización. De las competencias a nivel gerencial se identificó que la empresa no brinda instrumentos y herramientas necesarias para el

desempeño laboral concluyendo que a nivel de área de trabajo no son constantes, pero existe mucho apoyo entre los compañeros para ayudarse a través del liderazgo.

Rollano (2016), en su investigación titulada “Calidad de Servicios y Desempeño Laboral de los Trabajadores en el Hotel Royal Inka Pisac-I, Cusco, 2016”, CUSCO-PERÚ, presentada en la Universidad Andina del Cusco, su metodología empleó el enfoque cuantitativo, secuencial y probatorio, correlacional, no experimental transversal, se llegó a la conclusión que se considera que una buena capacitación debe ir incorporándose de otros complementos que ayuden en la oferta, mejorando de la calidad de sus servicios y unirse con otros mediante una sociedad, analizando dos pilares que es el crecimiento económico, y el avance social. De esta forma, se promueven empresas muy competitivas y sostenibles. concluye que, en los casos donde las empresas realizan capacitaciones se dieron mejores resultados, quienes produjeron un mayor promedio de ingresos mensuales que otras empresas que no tenían trabajadores capacitados ni preparados.

Calderón & Facho (2017), presentó su tesis denominada “Gestión de Talento humano por competencias, capacitación, un modelo teórico para el desempeño laboral en el hotel Gloria Plaza de la ciudad de Chiclayo, 2017”. CHICLAYO – PERÚ. Siendo su objetivo establecer un modelo sobre la gestión del talento humano, capacitaciones al personal del hotel Gloria plaza. La investigación fue de tipo descriptiva, y proyectiva. La población está conformada por 17 trabajadores, 04 áreas funcionales, y 0 clientes para el recojo de información aplicó la técnica de la encuesta. Dentro de las conclusiones tenemos: que la capacitación en el hotel, se sustentan mayormente en la experiencia diaria, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo

del colaborador, por utilizar sus conocimientos de la mejor manera, según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto, se requiere de un programa de capacitación de atención al cliente. Las características del servicio al cliente, se basan en la actitud y disposición del empleado y del personal por atender al cliente, utilizando gran parte de su esfuerzo físico para lograr la satisfacción del cliente. Los dueños de alguno de los hoteles de la ciudad de Chiclayo solo ofrecen capacitación de tipo básica, es decir se dan al ingresar al laborar, como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación en capacitaciones. Se concluye que la capacitación mejora el desempeño laboral en trabajadores, ayudando de manera significativa al progreso económico de la empresa.

Granda (2018)), en su investigación titulada “Caracterización de la competitividad y la capacitación de las MYPE del sector hotelero dos estrellas en el distrito de Pariñas,2018”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura, TALARA – PERÚ, empleó la metodología tipo descriptiva, un nivel cuantitativo y con un diseño no experimental transversal; la población de estudio fueron 5 MYPE considerando a los clientes, y para la capacitación se considera a 46 trabajadores, cuyo objetivo general es determinar las principales características de la competitividad y capacitación en las MYES del sector hotelero rubro dos estrellas. Concluyó que la capacitación que se brinda en las MYPE, no es planificada, se brinda anualmente, o cada vez que se contrata nuevo personal; donde se pudo concluir que los trabajadores son capacitados en su minoría con un 48% y en su mayoría carecen de capacitación con un 52%. Los medios de capacitación utilizados están determinados por el pre ingreso, inducción, promocional a través de procesos de inducción; los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, a través de

charlas y cursos de atención al cliente, a través de conferencias, videos, etc. Supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real. Uno de los factores que influyen en la Capacitación de los colaboradores de las MYPE servicio – rubro hoteles de la provincia de talara, es que la capacitación motiva al personal para trabajar más; los que entienden su puesto demuestran un mejor espíritu de trabajo, y el simple hecho de que la dirección superior confié lo suficiente en sus capacidades para invertir dinero en su capacitación. Se concluye que es importante que las empresas empleen charlas de capacitación constante a sus trabajadores para que puedan desarrollar de manera significativa sus actividades de manera eficaz y eficiente.

Torres (2016), realizo una investigación titulada “caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE turística-rubro hospedajes, distrito Sullana año 2016”, presentada en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. SULLANA-PERU, empleo el diseño metodológico de la encuesta donde el instrumento que se utilizo fue el cuestionario, la metodología empleada fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo; diseño no experimental, se consideraron para este estudio 10 MYPE aplicadas a los propietarios y trabajadores siendo un total de 35 personas, siendo su objetivo determinar las características del financiamiento y capacitación de las MYPE en el rubro hospedajes, de Sullana donde se concluye que la mayoría de los hospedajes si cuentan con personal calificado para realizar sus labores, sin embargo los establecimientos no les brindan a los trabajadores todos los beneficios de ley que les corresponden lo que lleva a que el personal renuncie o no realice correctamente sus funciones porque se sienten disconformes con su sueldo que perciben, también se observa que los empleados no cuentan con ropa adecuada para la realización de sus labores generando mucha desconfianza a los clientes que llegan para

tomar el servicio, a las MYPE en estudio también se logró identificar que les falta innovar en cuanto tecnología, infraestructura. En conclusión, la capacitación es una herramienta muy importante que se debe tener en cuenta para lograr el desarrollo máximo de las empresas frente a sus competidores.

Minga (2018), realizó una investigación sobre “Capacitación y Competitividad de las MYPES del servicio Rubro Hoteles Chulucanas año 2018”, presentada en la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar cómo influye la capacitación en la competitividad de las MYPE del servicio rubro hoteles de Chulucanas año 2018, esta investigación es nivel descriptiva de tipo cuantitativa de diseño no experimental de corte transversal, la población para ese estudio en la variable capacitación está conformada por 20 trabajadores y para la variable competitividad conformada por 40 clientes, la muestra de estudio fue de 5 hoteles se utilizó la técnica de recolección de datos mediante encuestas dando como resultado que el 45% de las MYPE no capacita constantemente a sus trabajadores, no están bien informadas ni actualizadas y no cuentan con capacitación constante como también no son competitivas ni se adaptan al cambio, en conclusión se pueden incluir talleres de capacitación para los trabajadores para lograr el reforzamiento al capital humano, también se tiene que llevar una mejor gestión de calidad utilizando estrategias obtenidas por la interacción entre trabajadores y administradores.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Atención al cliente

2.2.1.1. Definición

Según Rodríguez de Llauder & Barquero (2015) el cliente como es de saber hace referencia a las personas con que cuentan las diferentes organizaciones, de las cuales depende el fortalecimiento de las ventas. Por los clientes las organizaciones o MYPE desarrollan técnicas o estrategias que orienten los diseños o bocetos a la satisfacción de las diferentes necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

Goodman (2014) menciona que la atención al cliente es lo que ofrece una empresa u organización para relacionarse con sus clientes, siendo el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, logrando la fidelización de los mismos.

La atención al cliente se refiere al trato que le damos al cliente cuando interactuamos, convirtiéndose en una útil herramienta estratégica del marketing actuando como difusor de información tanto a la empresa como al cliente (Palomo, 2014)

2.2.1.2. Factores para alcanzar una buena atención al cliente

Los emprendedores crean una imagen para su empresa, pensando en vender una expectativa al cliente, viendo sus principales potenciales de necesidades, sin embargo, se encuentran con las frases características, expectativa y satisfacción, en ellas dos se encuentran la palabra maravillosa de la excelencia. La atención al cliente es como prestar el servicio y como enamorar al cliente para que concrete la venta, (Rodríguez de Llauder & Barquero, 2015).

Según, (Rodríguez de Llauder & Barquero, 2015), establecieron siete factores para alcanzar la buena atención al cliente estos son:

- a. **Sociabilidad.** Busca que las personas en un interés común se socialicen. Es el valor que permite buscar y cultivar las relaciones con las personas compaginando los mutuos intereses e ideas para encaminar hacia un fin común, independientemente de las circunstancias personales que a cada uno rodean, las habilidades sociales no son innatas, sino que se entrenan y se van perfeccionando cuando se practican. Actualmente en las organizaciones buscan personal que sea sociable con los clientes y sus compañeros lo que les permitirá desarrollar sus tareas de una manera mas fácil logrando que su marca tenga su propia identidad con el apoyo de todo el personal ,la identidad social de la marca en todos sus canales de comunicación les permitira ser la marca líder lo que significa que estamos preparados para aceptar todos los riesgos que vienen asociados a los beneficios de entrar en esta nueva era del compromiso con el consumidor.

- b. **Comunicación asertiva.** La búsqueda de las mejores relaciones con los clientes. Consiste en comunicarse en una forma clara, rápida y comprensible lo que se desea transmitir, logrando de esta forma que las relaciones interpersonales sean buenas y sea más sencillo resolver posibles conflictos, que puedan darse entre clientes y empleados esta forma de expresión consciente, congruente, clara y equilibrada tiene por finalidad poder comunicar nuestras ideas y sentimientos, en el servicio al cliente toma un papel inverso pensando en los sentimientos y emociones del cliente en lo que desea recibir, es tener la claridad de cuál es la forma adecuada para llegar a él logrando captar su atención y suplir sus

necesidades .La utilidad de una buena comunicación nos permite conseguir nuestro objetivo captar la atención del cliente, avanzar en el proceso o solucionar un problema puntual, generando un alto grado de importancia en todos los colaboradores de la empresa, desde las gerencias hasta los puestos de trabajo que tienen mayor contacto con el cliente.

- c. **Honestidad.** Una de los valores principales que hace duradera la imagen. La honestidad consigo mismo y con los clientes es muy importante para el crecimiento, la productividad y la competitividad de una MYPE, la honestidad es principio fundamental por el cual se reconoce a una MYPE y se desarrolla su trabajo día tras día, si de verdad se quiere llegar a construir el éxito del negocio. Las practicas honestas en los negocios provocan que los empleados y clientes vean la misión de la organización con respeto y a la vez se construyen cimientos de confianza entre los empleados, socios y clientes. Una de las partes más difíciles de ser honestos es la posibilidad de perder a un cliente ya que si uno es deshonesto con los consumidores ellos les informaran a otros posibles clientes y eso arruinara su negocio con el pasar del tiempo lo que nos demuestra la importancia de este valor.
- d. **Conocimiento del cliente.** Es anticiparse a conocer e identificar que desea el cliente, identificar el grado de satisfacción del cliente y la calidad percibida, para detectar las necesidades prioritarias de mejora y obtener la regularidad máxima en el cumplimiento de las especificaciones de la MYPE.La empatía con nuestros clientes será el punto de partida para llevar acabo un negocio exitoso, el conocer lo que piensa, desea y entender lo que realmente quiere nos permitirá tener un

perfil mas definido y poder relacionarlo con nuestro negocio logrando su atención hacia nuestros servicios, el tener un mejor conocimiento de nuestros clientes las organizaciones tendrán las posibilidades de aumentar las cifras de sus negocios, realizar mejoras de sus productos, ser recomendados. El conocer a nuestros clientes también nos permiten poder tomar medidas preventivas como es poder combatir el lavado de dinero, corrupción lo que permitirá tener beneficios tangibles como oportunidades de crecimiento, satisfacción del cliente traduciendo esto en una ventaja competitiva.

- e. **Saber escuchar.** La mejor forma de medir la calidad de atención al cliente es sabiendo escuchar al cliente. Saber escuchar es entender la comunicación desde el punto de vista del que habla, es comprender más allá de las palabras: es decir, no solo es retener lo que las personas logran expresar, si no tratar de comprender lo que nos quiere transmitir, sus actitudes o comportamientos. La importancia de saber escuchar a nuestros clientes radica en que ellos nos brindarán información útil para los negocios que nos permitirá diseñar estrategias más efectivas permitiendo saber en qué debemos mejorar o cambiar, nuestros productos y servicios. Es por eso que siempre debemos estar atentos a las opiniones, comentarios, sugerencias o quejas de nuestros clientes cuando ellos sienten que son escuchados se sienten valorados, una buena escucha activara nuestro instinto y no solo se lograra una venta más rápida, sino que crearemos efecto amplificador un cliente satisfecho es nuestra mejor publicidad que podamos tener.
- f. **Se creativo y efectivo.** Brindándole al cliente soluciones a sus problemas haciendo que la estancia sea placentera. Esos factores son la clave para lograr la

satisfacción del cliente ya que estos cambian constantemente sus hábitos y están expuestos a un sin fin de estímulos y cada vez es más difícil satisfacerlos. Para lograrlo tenemos que salir de nuestra área de confort, estar en constante movimiento buscando nuevas alternativas de solución frente a los requerimientos que nuestros consumidores nos llegar.

- g. **Busca las respuestas.** Después de las anteriores es saber adelantarse a dar respuesta a las preocupaciones de los clientes para lograr satisfacer todas sus expectativas, en muchas ocasiones tendremos que salir a buscar las respuestas que necesitamos de nuestros clientes para el mejoramiento de nuestro servicio, en varias ocasiones los clientes no saben bien lo que quieren, es por eso que se debe indagar y presentarle soluciones a los clientes a inquietudes que ni el mismo sabe que tiene, esto definirá la disposición que tiene una empresa para ayudar a los consumidores y proporcionarles un servicio excelente.

2.2.1.3. Estrategias para mejorar la atención al cliente

Para (Armstrong, 2014) las estrategias son las siguientes:

- a. **Responder raudamente toda solicitud de información.** En la actualidad es una de las estrategias más aplicadas en las MYPE, porque es donde la empresa empieza a crear una imagen de responsabilidad y efectividad hacia los clientes, el tiempo de respuesta que empleen para atender las solicitudes de los clientes será fundamental para que se duplique la posibilidad de que el cliente evalúe la adquisición del producto o servicio antes que de ir a la competencia.

- b. **Responder de manera rápida las quejas de los clientes.** No consiste tan solo en escuchar al cliente de manera activa y cortés sino, también en seguir el procedimiento para resolver el problema. Saber cual es su necesidad, o inquietud, esto permitira desarrollar sus capacidades de los empleados como ser ágil, y tratar de no complicarle la vida del cliente mas bien demostrarle su eficiencia.

- c. **Responder las interrogantes de forma correcta.** El darle autonomía laboral permitirle tener margen de acción para solucionar los temas, con posibilidad de contar con presupuesto y con capacidad, en definitiva, para adoptar acuerdos con el cliente. A la vez, debe ser un equipo preparado, con muchos conocimientos sobre los productos y servicios de la MYPE.

- d. **Cumplir lo que se promete.** Es una estrategia importante si una empresa cumple con todas las promesas de venta o servicio que establecen, el cliente podrá confiar en la empresa para cualquier necesidad futura con la certeza de que no perderá tiempo ni dinero, al cumplir las promesas genera confianza en los clientes y les permitirá optimizar su tiempo. Ya que una empresa incumplida perjudica el tiempo de los consumidores generando molestias se tendrá clientes frustrados que perjudicaran la reputación de la MYPE. En la actualidad el cliente tiene muchas vías de transmitir su frustración. De hecho, tiene tanta potencia su opinión que actualmente es una de las principales influencias en cuanto respecta a la toma de decisiones de los clientes.

- e. **Solicitar ayuda a los clientes.** Para brindar un mejor servicio los negocios deben recurrir a sus clientes solicitando información de como medirían la

calidad de atención que recibieron al momento de adquirir un producto y/o servicio, esto también se puede hacer mediante la aplicación de encuestas a los consumidores, a través de las sugerencias que ellos nos puedan brindar con el fin de poder mejorar la atención que se brinda.

- f. **Nunca decir “No” a los clientes.** Es importante en todas las circunstancias posibles usar un trato amigable y familiar cuando el cliente pide algún servicio o producto garantizando que el huésped se sienta a gusto y evitar algún mal entendido, lo que permitirá tener como resultado una atención positiva y centrada en resolver los problemas de los clientes. Por ejemplo, en lugar de decir no tenemos ese servicio, explicarle que pronto se va a implementar ese servicio en el negocio.

- g. **Entregar rápidamente los productos.** Para realizar mejor esta estrategia se debe incluir un departamento de atención al cliente que haya sido muy bien reclutado, seleccionado y motivado. Los empleados son siempre nuestros clientes internos por lo que su satisfacción también es importante, esto permitira que las entregas de productos sean dadas de forma rápida logrando que el proceso sea más llevadero, este proceso exige contar con personal que tenga las habilidades y actitudes adecuadas para se realice el proceso de manera eficiente y efectiva . Para las MYPE es una estrategia que también permitirá ser un factor diferencial frente a la competencia.

2.2.2. Capacitación

La capacitación, es el conjunto de conocimientos que se brinda a un grupo de personas que requiere mejorar sus habilidades y actitudes para poder desarrollar las funciones que se le asignan, lo que permitirá cambiar sus conductas y formas de actuar según lo necesite, lo que permitirá enfocarse al objetivo que se desea alcanzar, en beneficio de un mejor desempeño laboral. (Chiavenato, 2018).

Según (Orozco, 2017) la capacitación es un proceso de actividades cuyo único propósito es ayudar a mejorar el rendimiento de los empleados para que puedan resolver y tomar decisiones, forja líderes, permite aumentar la confianza en su mismos, les permite lograr metas esto gracias a la mejora continua de sus conocimientos.

La capacitación es una de las inversiones más rentables que puede realizar un negocio siendo una ventaja competitiva que abre camino y se mantiene por encima de la competencia, es mejorar la eficiencia de los empleados para que estos aporten el incremento necesario y de esta manera alcancen se alcancen las metas establecidas por las organizaciones. (Nowell, 2015)

2.2.2.1. Necesidades de Capacitación

Según, (Chiavenato, 2018) el primer paso para brindar capacitaciones es saber detectar en que área de la organización se presentan las necesidades de capacitación

esto permitirá que la empresa no incurra en el riesgo a equivocarse al ofrecer capacitación inapropiadas, lo que resultaría realizar gastos innecesarios.

Para el diagnóstico se debe realizar análisis a los 3 niveles organizacionales que se detallan a continuación:

1. Análisis en toda la organización: en este análisis se revisa todo el proceso de toda la empresa para establecer cual área o departamento, se le debe realizar las capacitaciones. Para esto se debe tomar siempre en cuenta los objetivos, metas y planes de la compañía, así como también las programaciones del área de recursos humanos, para aplicarlo debemos tener en cuenta el tiempo que demandara y esto dependerá del tamaño y la complejidad de la organización, la realización de este análisis permitirá lograr cambios en función de las necesidades que se puedan presentar, en el trabajo y el contexto, también permitirá solucionar conflictos y/o crisis que puedan estar pasando dentro de la MYPE.

2. Análisis de tareas y procesos: este proceso permite analizar el rendimiento del usuario en términos de sus acciones y procesos cognitivos para desarrollar una tarea, permitiendo identificar quienes se incorporarían en el proceso de las capacitaciones. Este análisis hace posible diseñar y organizar las tareas apropiadamente dentro de los nuevos sistemas permitiendo lograr el conocimiento necesario para que el usuario las pueda realizar, esto implica que se tiene que inspeccionar y comprobar que las cosas en una organización se están desarrollando como se han planeado desde el principio lo que nos permitirá detectar si existen diferencias entre lo que se hace y lo que se debería de hacer,

para poder medir la eficiencia de los procesos y ver si estos se pueden agilizar, acortar o eliminar.

3. Análisis de la persona: se enfoca a los trabajadores, realizando la interrogante ¿quién necesita capacitarse? y ¿qué tipo de capacitación se requiere brindar?, este análisis trata de constatar si el recurso humano es suficiente capaz, para el desarrollo de las funciones ya sea en términos cuantitativos y cualitativos para cubrir las funciones presentes y futuras de las organizaciones, debido que la empresa confía que los trabajadores de la compañía tiene los conocimientos necesarios, cuentan con actitudes y son hábiles para cubrir las funciones que se desea para el puesto esto de acuerdo a las especificaciones y/o perfiles establecidos de esta manera el empleado debe cumplir con las responsabilidades que se le indican.

2.2.2.2. Medios de Capacitación

Los diferentes medios que existen de formación son todos los tipos de recursos materiales que tienen como función facilitar los procesos de enseñanza, las materias teóricas y prácticas, completando o reemplazando el trabajo del instructor (Chiavenato, 2018)

a) Material didáctico

Se entiende por materiales didáctico al conjunto de medios que intervienen y facilitan los procesos de enseñanza estos pueden ser tanto físicos y medios de apoyo textual, en forma impresa o digital, este material es importante ya que ayuda a las personas que están en desarrollo de capacitación de conocimientos, ubicándolos en

contacto con el objeto de estudio ya sea de manera directa o indirecta, se tiene que tomar en cuenta al público al que va dirigido con el fin de que ese material sea realmente de utilidad para las personas que se encuentran en proceso de capacitación. como son los folletos, manuales, trípticos, dípticos, etc.

b) Materiales de audio

Este material ayuda a las MYPE a poder impartir contenidos educativos que ayuden a cambiar la forma de pensar y de ver las cosas, ampliando sus conocimientos sobre las actividades que le son asignadas en la compañía ayudandolo a mejorar en el desarrollo de sus funciones y retroalimentándose, ya que los audios permiten que se puedan repetir cuantas veces sean necesarias hasta poder lograr entender el tema que se desea aprender, este material ayuda en los procesos de capacitación con el fin de incentivar al personal y asimismo crear mayor interés en ellos para aprender a desenvolverse mejor en las funciones que le son asignadas .En este medio se utiliza el sonido emitido de forma directa o mediante grabaciones en diferentes tipos de registro como emisiones radiofónicas, CD, mp3.

c) Material Visual

Este material tiene un gran poder en las publicidades y las capacitaciones, ayuda a modificar las conductas nos permite imaginar el tema que se va a desarrollar de un modo mucho mas rápido, generalmente se usa en exhibiciones o durante charlas informativas , al seleccionar se debe considerar cual es el mensaje principal que se quiere compartir con la audiencia como por ejemplo una imagen ayuda a establecer una conexión con los temas, los dibujos pueden demostrar tendencias, las tablas facilitan hacer las comparaciones de información matemáticas o estadísticas. También

pueden ser materiales impresos que son de gran apoyo donde se pueden transmitir contenidos de todo tipo siendo de gran apoyo para las personas que reciben la información. En este medio se utiliza la imagen, los textos los cuales pueden ser proyectables como son las diapositivas, retroproyectores, también están las no proyectables como son las pizarras, carteles, papelografos,escenificaciones.

d) Materiales audiovisuales

Permiten transmitir información importante a las diferentes personas, son de gran ayuda en las organizaciones ,compañías permitiéndoles transmitir los diferentes conceptos que sirven de conocimientos a los trabajadores que puedan requerir mejorar sus habilidades, para ello utilizan la tecnología multimedia los cuales añaden más realismo y naturalidad al mensaje como es el caso videos educativos, emisión de una película. Su importancia en el mundo de los negocios ha ido creciendo a medida que las empresas necesitan conocer y escuchar las opiniones de sus empleados sobre el avance que tenga el negocio. (Chiavenato, 2018).

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis

La investigación será de tipo descriptiva; por lo cual no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. ((Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue de tipo cuantitativo, porque mide analiza las mediciones adquiridas utilizando métodos estadísticos. La situación problemática se estudió de manera objetiva para así lograr los resultados que se generalicen de manera más específica.

El nivel de la investigación es descriptivo porque, señala las propiedades de cada variable y busca identificar las características de la atención al cliente y capacitación en las MYPE rubro hoteles tres estrellas del cercado de Piura, 2018. El diseño de la investigación fue no experimental por que se realiza sin manipular las variables, es decir se observa los fenómenos tal y como están en su ambiente natural para poder analizarlos. No se modificarán los resultados obtenidos mediante la recolección de datos. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015).

Además, fue de diseño no experimental, ya que la recolección de los datos y la aplicación de los instrumentos que se usarán como medio de recolección de información y de corte transversal porque se realizará en un solo momento, el propósito es describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015).

4.2. Población y Muestra

M: muestra conformada por las MYPE hoteleras encuestadas.

O: Observación de las variables atención al cliente y capacitación

4.2.1. Población

En el presente trabajo, se ha determinado dentro del sector de la MYPE rubro hoteles, categorizado en tres estrellas del cercado de Piura considerando un promedio 3 unidades económicas. La distribución se puede apreciar en el cuadro 1.

| Ítem | MYPE | Dirección | RUC | Trabajadores |
|------|---------------|-------------------------------|--------|--------------|
| 1 | C.I EIRL | Jr. Ica Piura Centro de Piura | 205... | 20 |
| 2 | I S M SAC | Jr. Arequipa | 204... | 25 |
| 3 | I M & M C SAC | Calle Junín Cercado de Piura | 205... | 16 |

Cuadro 1. Relación de Mype

Fuente: Elaboración propia

POBLACIÓN:

Por lo tanto, la población queda definida de la siguiente forma:

- a) Para la variable Atención al Cliente la población es de tipo infinita, dado que no se conoce los elementos que identifican las características. Por ello no se conoce la proporcionalidad positiva de que ocurra o negativa que no ocurra.
- b) Para la variable capacitación la población es de tipo finita conocida en un número de 61 trabajadores.

4.2.2. Muestra

Para la variable atención al cliente es desconocida, por tanto, se aplica la formula estadística infinita. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015).

$$n = \frac{Z^2 x p x q}{e^2}$$

(Hernández Fernández y Baptista, 2014)

Dónde:

$Z^2 = 1.76$ Es el valor estadístico del nivel confiabilidad del 92%

$e =$ Margen de error (8%)

$p =$ Probabilidad que ocurra (0.5)

$q =$ Probabilidad que no ocurra (0.5)

$n =$ ¿?

$$n = \frac{1.76^2 x .50 x .50}{.08^2}$$

$$n = \frac{3.0976 x .50 x .50}{0.0064}$$

$$n = \frac{0.7744}{0.0064}$$

$$n = 121$$

Para la variable capacitación, la muestra estará conformada por la totalidad de los trabajadores, siendo el número de 61, por tanto, se aplica fórmula: (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015).

$$n = \frac{Z^2 p x q x N}{e^2 (N - 1) + Z^2 p x q}$$

$$n = \frac{1.96^2 x .50 x .50 x 61}{0.05^2 (61 - 1) + 1.96^2 x .50 x .50}$$

$$n = \frac{3.8416 x .50 x .50 x 61}{0.0025 (61 - 1) + 3.8416 x .50 x .50}$$

$$n = \frac{58.5844}{0.15 + 0.9604}$$

$$n = \frac{58.5844}{1.1104}$$

$$n = 52.76$$

$$n = 52$$

Criterios de inclusión

Para el desarrollo de la presente investigación realizada a las MYPE a estudiar, Con respecto a la variable atención al cliente se incluyen a los clientes que disponían de tiempo para responder las encuestas, y estas eran personas mayores de 18 años. Con respecto a la variable Capacitación se incluye a los trabajadores que tienen más de tres meses trabajando.

Criterios de exclusión

Cuando se realizó la investigación en las MYPE, se tomó en cuenta excluir a los clientes que no dispongan de tiempo para responder las encuestas y a los trabajadores que tienen menos de tres meses laborando y a practicantes.

4.3. Definición y Operacionalización de variables

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables

| Variab les | Definición Conceptual | Dimensión | Indicadores | Definición operacional | Nominal |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| ATENCIÓN AL CLIENTE | Es la acción de trasladar al cliente la gama de nuestros servicios y productos de manera que ese cliente resulte satisfecho con la prestación del servicio y del producto recibido y que deseen volver a efectuar negocios, es el trato que se le da al cliente interactuando actuando como difusor de información tanto a la empresa como al cliente. Rodríguez de Llauder & Barquero (2014). | Factores | Sociabilidad | La dimensión “factores” se medirá a través de los indicadores sociabilidad, comunicación asertiva, honestidad, conocimiento, saber escuchar, ser creativo, busca las respuestas con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario de escala nominal, aplicada a los clientes de las MYPE. | Clientes |
| | | | Comunicación asertiva | | |
| | | | Honestidad | | |
| | | | Conocimiento del cliente | | |
| | | | Saber escuchar | | |
| | | | Ser creativo y efectivo | | |
| | | Busca las respuestas | | | |
| | | Estrategias | Responder raudamente solicitudes | La dimensión “estrategias” se medirá por medio de los indicadores Responder raudamente, responder quejas, responder correctamente, cumplir con lo prometido, solicitar ayuda, nunca decir no y entrega rápida. Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario de escala nominal y ordinal, aplicada a los clientes de las MYPE. | |
| | | | Responder las quejas | | |
| | | | Responder correctamente | | |
| Cumplir con lo prometido | | | | | |
| Solicitar ayuda a los clientes | | | | | |

| | | | | | |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| | | | Nunca decir no | | |
| | | | Entrega rápida | | |
| CAPACITACION | Chiavenato (2014), indica que es el proceso de desarrollar cualidades en los recursos humanos, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan mejor al logro de los objetivos de la organización. | Necesidades de capacitacion | Análisis Operacional | La dimensión “Diagnóstico de necesidades de capacitación” se medirá a través del análisis organizacional, análisis de tareas y procesos, análisis de la persona. Con la técnica del cuestionario aplicado a los trabajadores de la MYPE. | Trabajadores |
| | | | Análisis de tareas y procesos | | |
| | | | Análisis de la persona | | |
| | | Medios de capacitacion | Material didáctico | La dimensión “Medios de capacitación” se evaluará mediante los indicadores material didáctico, de audio, visual y audiovisual empleando un cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE | |
| | | | Material de audio | | |
| | | | Material visual | | |
| | | | Materiales audiovisuales | | |

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnicas

- a) Encuestas: La elaboración de la encuesta pretende establecer las características de la atención al cliente y capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura

Encuesta es una herramienta que cuando es elaborada, diseñada y aplicada científica y rigurosamente permite obtener información relevante sobre qué está pasando con la población. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015)

La técnica de la encuesta se desarrolló considerando principalmente las dimensiones de cada una de las variables, se tomó en cuenta los conceptos de los indicadores de cada dimensión, que representan los objetivos específicos que ayuden a poder alcanzar el objetivo general conociendo las características de las variables que se están trabajando en la presente investigación.

El pilar de la elaboración de la pregunta ha sido la definición de cada indicador de donde se ha obtenido la conformación de la pregunta la que responde al indicador que se quiere conocer las características que aplican las MYPE objeto de la investigación.

4.4.2. Instrumentos

- b) Cuestionario: Las encuestas serán aplicadas a los 121 clientes de las MYPE estudiadas para poder obtener información sobre las variables atención al cliente, el cuestionario se realizó con la participación de 12 personas que

aplicaron 10 encuestas cada uno y solo 1 aplico 11 en un solo día, y para la variable capacitación se encuestó a 52 trabajadores.

- c) El instrumento contiene preguntas definidas para cada dimensión, estas se han puesto de consideración a tres expertos de juicio, para que validen las preguntas y/o observen las mismas.
- d) Los expertos contaron con la matriz de operacionalización para su mejor orientación de la confirmación de las preguntas y con el marco teórico para que verifiquen la sostenibilidad del marco teórico.

El Cuestionario es "un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve". En su construcción pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015).

4.5. Plan de análisis

Para el recojo de datos se realizaron coordinaciones con los representantes de las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, para obtener la autorización de poder contactar con sus clientes y trabajadores para aplicarles los cuestionarios, los cuales estarán debidamente validados por el juicio de tres expertos. El presente estudio de investigación realiza un plan de análisis luego de la tabulación y presentación mediante tablas y gráficos, dichos resultados responden a los objetivos de investigación. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleará el programa Excel y programas estadísticos.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia

| Enunciado | Problema | Objetivos | Hipótesis | Metodología |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| General | ¿Cuáles son las características de la atención al cliente y capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018? | Conocer las características de la atención al cliente y capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018. | La investigación será de tipo descriptiva; por lo cual no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015). | TIPO DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativa. NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva. DISEÑO: No experimental, corte transversal. POBLACIÓN: muestra 3 MYPE del Rubro hoteles de tres estrellas del cercado de Piura. 52 trabajadores y 121 clientes Técnica: encuestas. Instrumento: cuestionario. |
| Específico | | (a) Identificar los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018 | | |
| | | (b) Identificar las estrategias de atención al cliente de las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018 | | |
| | | (c) Describir las necesidades de capacitación existentes en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018 | | |
| | | (d) Determinar los medios de capacitación en las MYPE, rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018 | | |

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

La Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (2019) el presente trabajo de investigación se realizó con total transparencia al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio; la confiabilidad de las encuestas aplicadas a la población en estudio fue de estricto carácter y honestidad, se puso énfasis en la veracidad de los resultados obtenidos, respetando los derechos del autor.

El consejo universitario mediante resolución N° 0973- 2019-CU ULADECH estableció el código de ética para la investigación el cual tiene por finalidad establecer los principios y valores éticos de los estudiantes para guiarlos en las buenas prácticas y conducta responsable.

La presente investigación se guio por los siguientes principios éticos

- Protección a las personas, se protegió la identidad de las personas la cual necesita cierto grado de confidencialidad respetando su privacidad y sus derechos.
- Cuidado del medio ambiente y biodiversidad, se respeto el cuidado del medio ambiente en las MYPE en estudio.
- Libre Participación y derecho a estar informado, a las personas encuestadas se les informo sobre el propósito de la encuesta para la realización de la investigación optando por brindar la información necesaria asimismo su participación fue de forma libre y voluntaria.

- Beneficiencia no maleficiencia, se trató en todo momento con respeto a las personas que participaron durante el proceso de recojo de información para la investigación.
- Justicia, se emitió un juicio razonable al momento de la realización de la investigación siendo transparentes con los resultados obtenidos.
- Integridad Científica se respetó la información obtenida y se reservó para que no surga daños ni riesgos en las MYPE en estudio.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados de encuesta a clientes

| Características | Frecuencia | Porcentaje | Total |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| <u>Genero</u> | 96 | 79% | 100% |
| Masculino | | | |
| Femenino | 25 | 21% | |
| <u>Tipo de empresa</u> | | | 100% |
| E.I.E.R.L. | 32 | 26% | |
| S.A.C | 89 | 74% | |
| <u>Edad de Clientes</u> | 21 | 17% | 100% |
| 18 a 25 años | | | |
| 26 a 45 años | 72 | 60% | |
| 46 a 50 años | 28 | 23% | |

Cuadro 2. Características demográficas de clientes

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 2 se puede observar que el 79% de los encuestados pertenecen al sexo masculino ya que la mayoría eran personas que estaban hospedados por negocios y el otro 21% eran del sexo femenino. La mayoría de los clientes encuestados se encontraron en las empresas S.A.C. con un total de 74%, en el ámbito de las edades el mayor rango lo tubo las personas entre 26 y 45 años logrando un porcentaje de 72%.

5.1.1. Resultados de encuestas a trabajadores

| Características | Frecuencia | Porcentaje | Total |
|---------------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| <u>Genero</u> | | | |
| Masculino | 30 | 58% | 100% |
| Femenino | 22 | 42% | |
| <u>Tipo de empresa</u> | | | |
| E.I.E.R.L. | 20 | 38% | 100% |
| S.A.C | 32 | 62% | |
| <u>Edad de trabajadores</u> | | | |
| 18 a 25 años | 18 | 35% | 100% |
| 26 a 45 años | 20 | 38% | |
| 46 a 50 años | 8 | 15% | |
| Mayores de 50 años | 6 | 12% | |
| <u>Años de negocio de la empresa</u> | | | |
| Menos de 5 años | 0 | 0% | 100% |
| Hasta 10 años | 1 | 33% | |
| Más de 10 años | 2 | 67% | |

Cuadro 3. Resultados de encuestas a trabajadores

Fuente: Elaboración: propia

En el cuadro 3 se observa que el 58% de los trabajadores encuestados pertenecen al género masculino, las empresas con mayor personal se encontraron en empresas S.A.C con un 62%. Con respecto a la edad de los trabajadores, el 38% del personal encuestado tienen edades de rango 26 a 45 años, la experiencia que tienen las MYPE está dada porque el 67% tienen más de 10 años en el negocio hotelero, mientras que el 0% de las MYPE tiene menos de 05 años.

5.1.2. Resultados de la Variable Capacitación

5.1.2.1. Objetivo 1

Identificar los factores de la atención al cliente en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018

Tabla 3.

¿Para usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 70 | 58% |
| NO | 51 | 42% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración propia

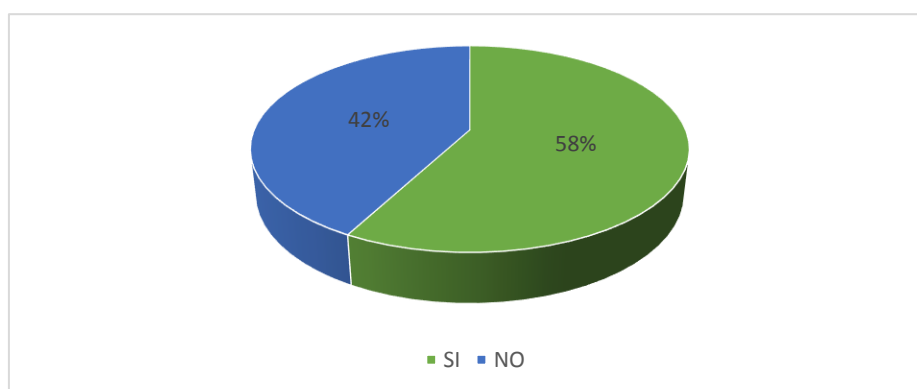


Figura 1. ¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática

En la tabla 1 denominada “¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática?” del total de 100% de encuestados en las MYPE el 58% afirman que reciben un trato cordial, son escuchados y valoran su desempeño y el 42% indica que no lo realizan.

Tabla 4.

¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| SI | 92 | 76% |
| NO | 29 | 24% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

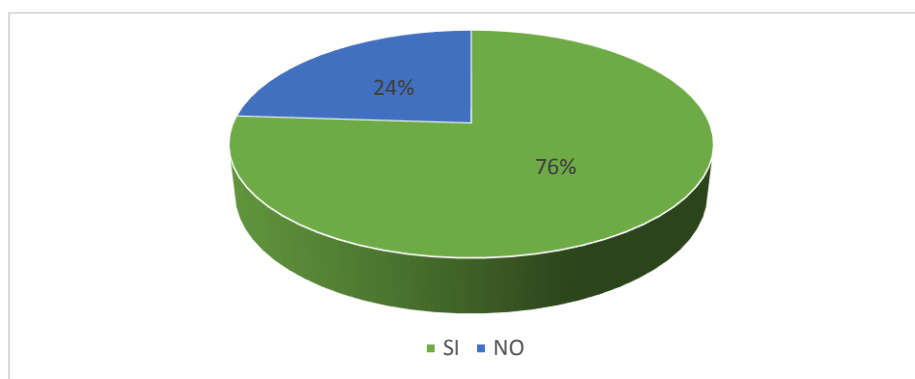


Figura 2. ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar?

En la tabla 2 denominada “¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar?” donde el 76% afirma que si existe comunicación clara respetuosa y asertiva por parte del personal al cliente y el 24% de los clientes nos indica lo contrario.

Tabla 5.

¿Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 91 | 75% |
| NO | 30 | 25% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

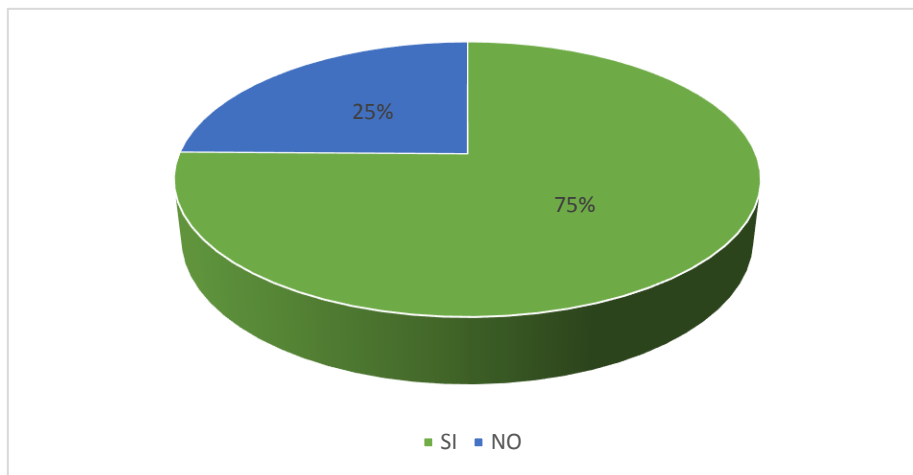


Figura 3. ¿Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda?

En la tabla 3 denominada “¿Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda?” se observa que el 75% de los clientes si valora la honestidad que existe por parte de los trabajadores y observa que estos se sienten más comprometidos con sus labores encomendadas en el hotel en el que se hospeda y el 25% no les parecen importantes.

Tabla 6.

¿Ha tenido alguna pérdida en el hotel que se hospeda?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 35 | 29% |
| NO | 86 | 71% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

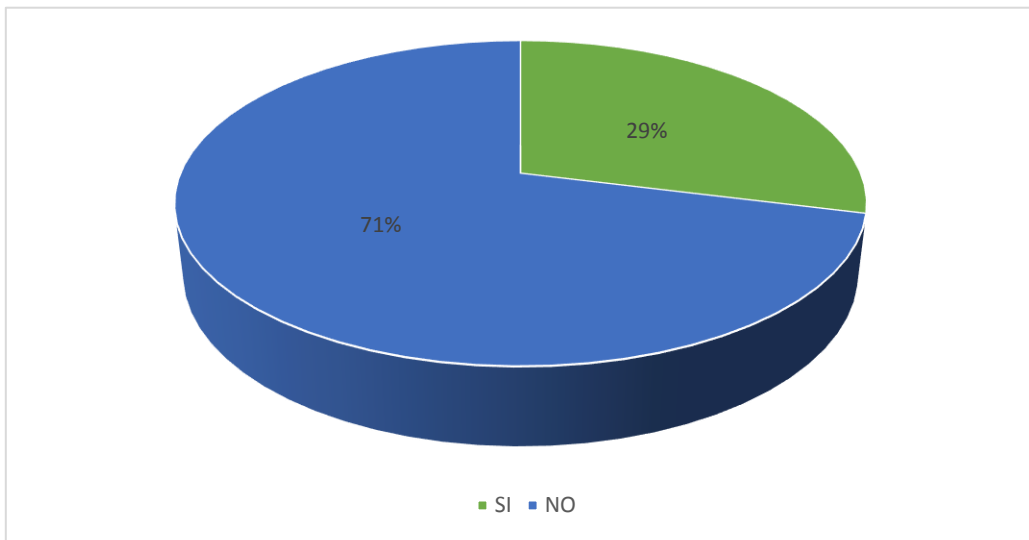


Figura 4. ¿Ha tenido alguna pérdida en el hotel que se hospeda?

En la tabla 4 denominada “¿Ha tenido alguna pérdida en el hotel que se hospeda?” se observa que solo el 71% de los clientes no ha tenido pérdidas en el hotel mientras que el 29% indica que si las tuvo durante su estadía.

Tabla 7.

¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 83 | 69% |
| NO | 38 | 31% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

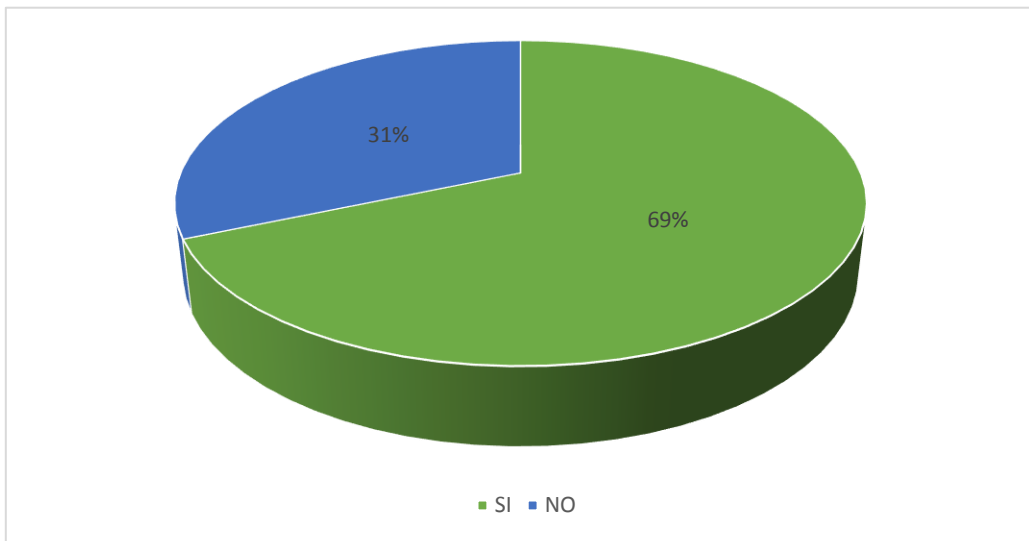


Figura 5. ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos?

En la tabla 5 denominada “¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos?” se observa que el 69% indica que en el hotel existe variedad de servicios que les permite identificar la necesidad del huésped, siendo el 31% que opina lo contrario.

Tabla 8.

¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 69 | 57% |
| NO | 52 | 43% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

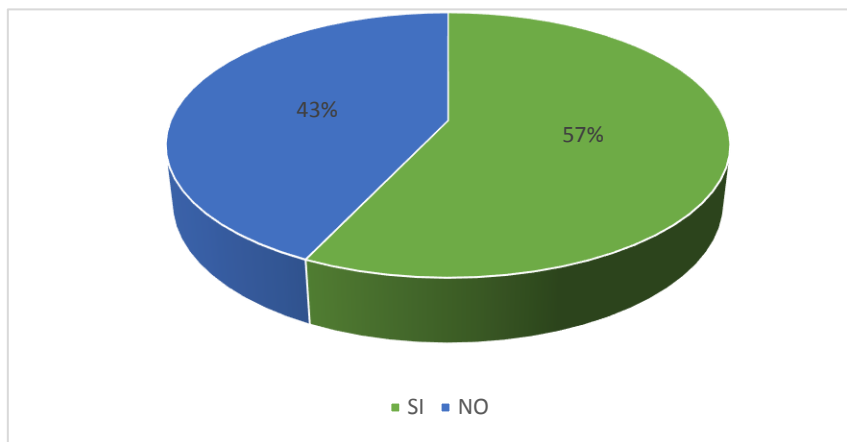


Figura 6. ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención?

En la tabla 6 denominada “¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención?” se observa que el 57% de los clientes siente que si son escuchados por parte del personal del hotel mientras que el 43% indica que no son escuchados.

Tabla 9.

¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 63 | 52% |
| NO | 58 | 48% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

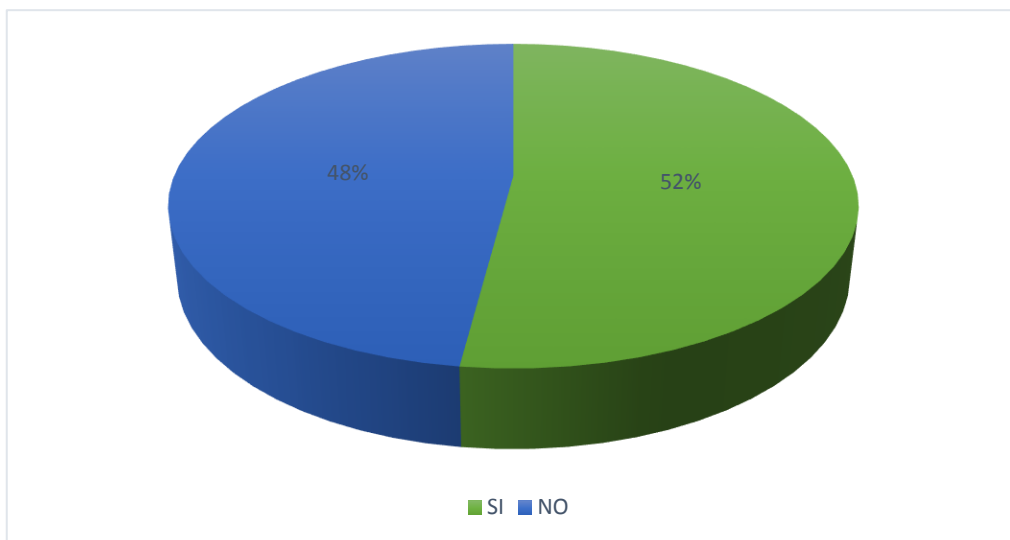


Figura 7. ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas?

En la tabla 7 denominada “¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas?” se observa que el 52% considera que el hotel si es creativo y resuelve sus problemas mientras que el 48% indica lo contrario.

Tabla 10.

¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 67 | 55% |
| NO | 54 | 45% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

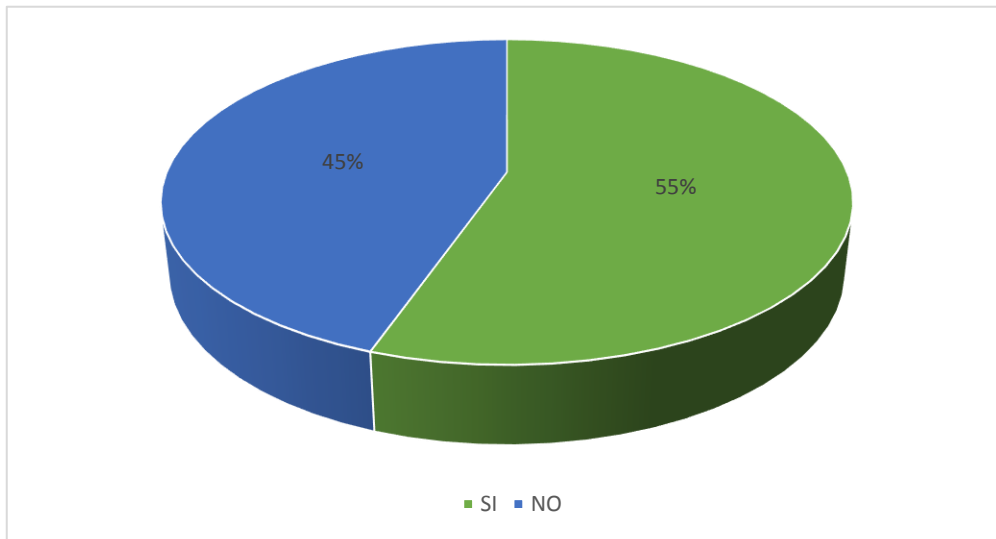


Figura 8. ¿frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida?

En la tabla 8 denominada “¿frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida?” se observa que el 55% de los clientes si recibe ayuda de manera rápida frente a los problemas que presento durante su estadía mientras que el 45% nos indica lo que no recibió la atención necesaria frente a su problema.

5.1.2.2. Objetivo 2

Identificar las estrategias de atención al cliente de las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018.

Tabla 11.:

¿El servicio de lavandería del hotel en que se hospeda lo atiende con rapidez su solicitud?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 71 | 59% |
| NO | 50 | 41% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

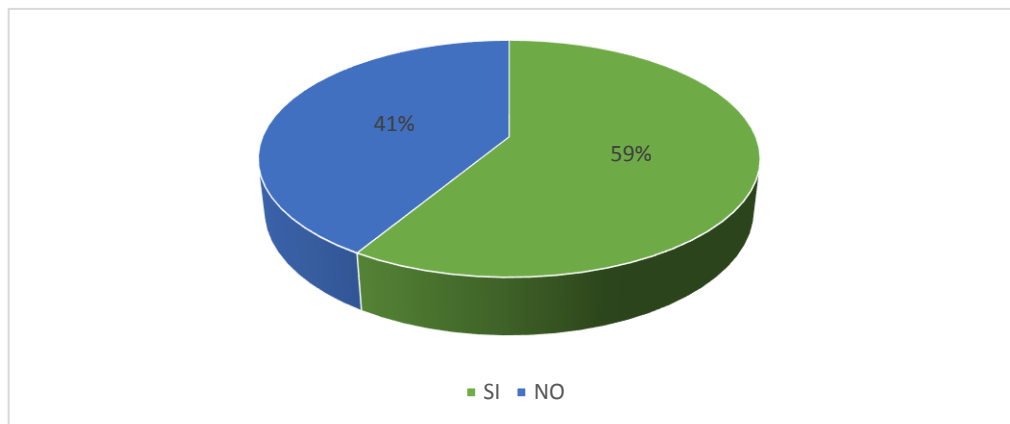


Figura 9. ¿El servicio de lavandería del hotel en que se hospeda lo atiende con rapidez su solicitud?

En la tabla 9 denominada “¿El servicio de lavandería del hotel en que se hospeda lo atiende con rapidez su solicitud?” se observa que el 59% indica que si se atiende con rapidez su solicitud en el servicio de lavandería y el 41% de los clientes responde que no.

Tabla 12.

¿Por lo general sus quejas son siempre resueltas con rapidez?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 74 | 61% |
| NO | 47 | 39% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

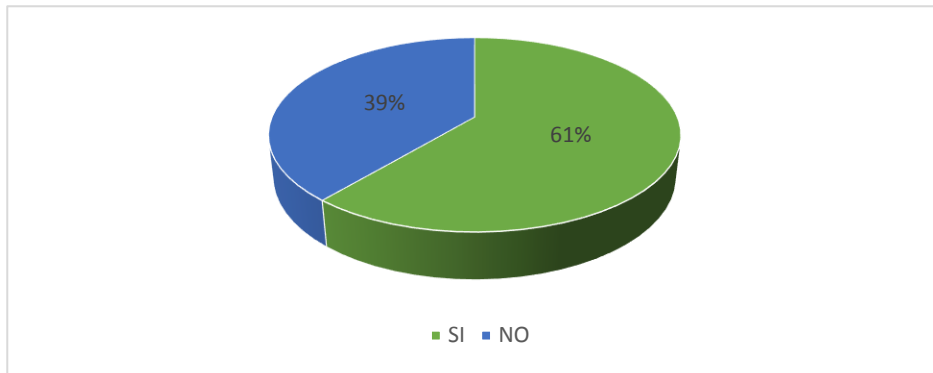


Figura 10. ¿Por lo general sus quejas son siempre resueltas con rapidez?

En

la tabla 10 denominada "¿Por lo general sus quejas son siempre resueltas con rapidez?" se observa que el 61% indica que sus quejas han sido resueltas rápidamente, dado el compromiso que tienen los trabajadores con la empresa de lograr metas y objetivos trazados y el 39% que no.

Tabla 13.

¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo a sus exigencias?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 70 | 58% |
| NO | 51 | 42% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

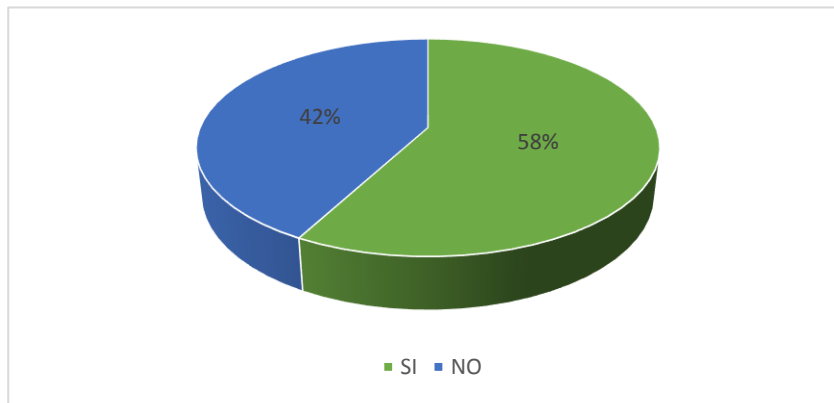


Figura 11. ¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo a sus exigencias?

En la tabla 11 denominada “¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo a sus exigencias?” se observa que el 58% de los clientes afirma que sus requerimientos son atendidos de acuerdo a sus exigencias, mientras que 42% indica que no.

Tabla 14.

¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 92 | 76% |
| NO | 29 | 24% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

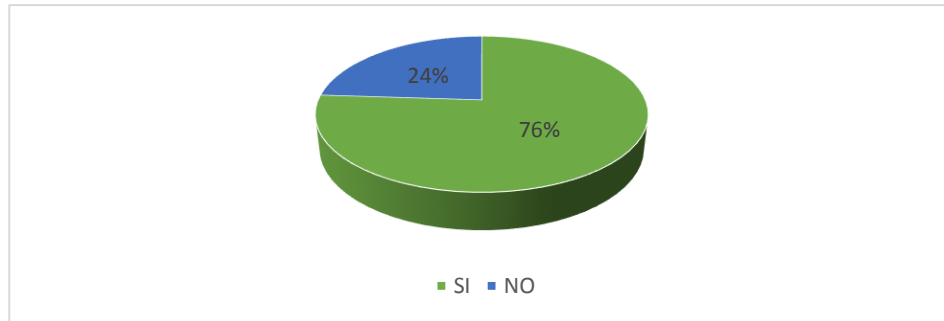


Figura 12. ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva?

En la tabla 12 denominada “¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva?” se observa que el 76% de los clientes manifestaron que en el hotel siempre les cumplen con lo ofrecido ello nos dice que el hotel si cumple con la reserva de sus habitaciones y el 24% no les han cumplido con su reserva.

Tabla 15.

¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 68 | 56% |
| NO | 53 | 44% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

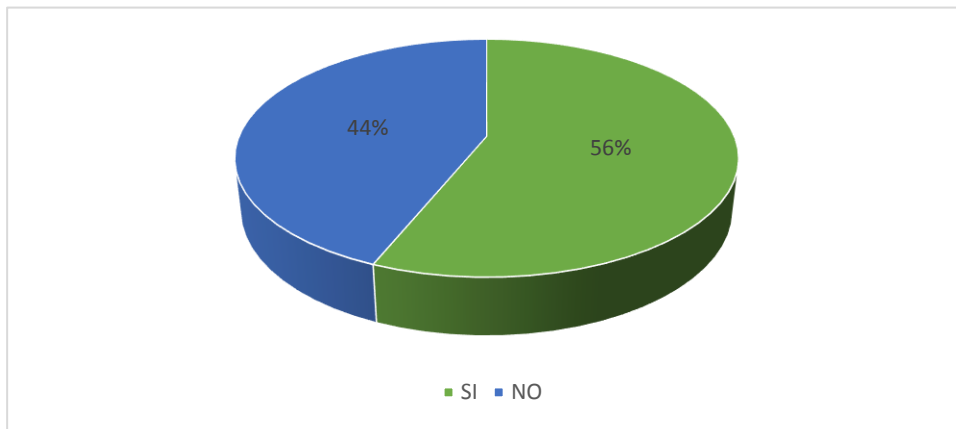


Figura 13. ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de atención al cliente?

En la tabla 13 denominada “¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de atención al cliente?” se observa que el 56% si les piden que resuelvan las encuestas de atención al cliente, mientras que el 44% nos indica que no se les pide.

Tabla 16,:

¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 47 | 39% |
| NO | 74 | 61% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

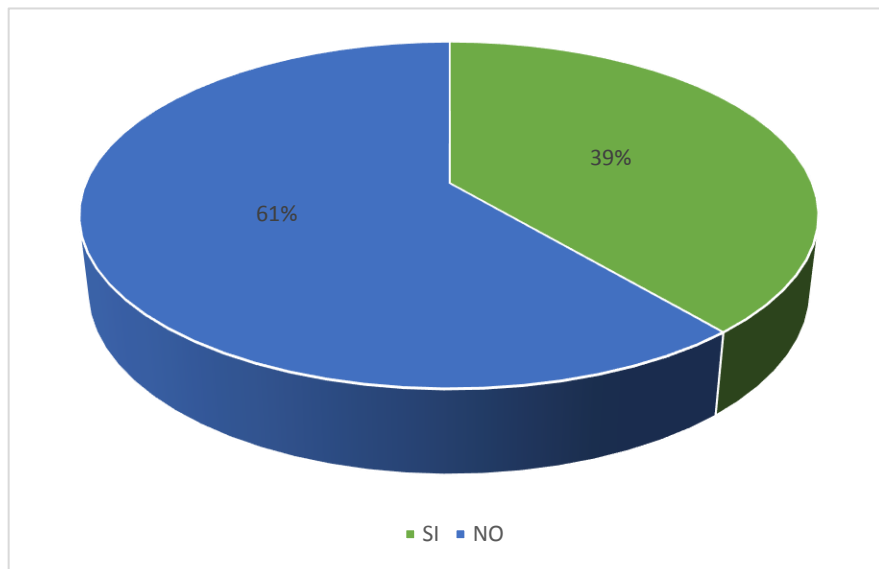


Figura 14. ¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere?

En la tabla 14 denominada “¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere?” se observa que el 39% de los clientes indica que si recibieron esa respuesta mientras que el 61% nos indica lo contrario.

Tabla 17.

¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 74 | 61% |
| NO | 47 | 39% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

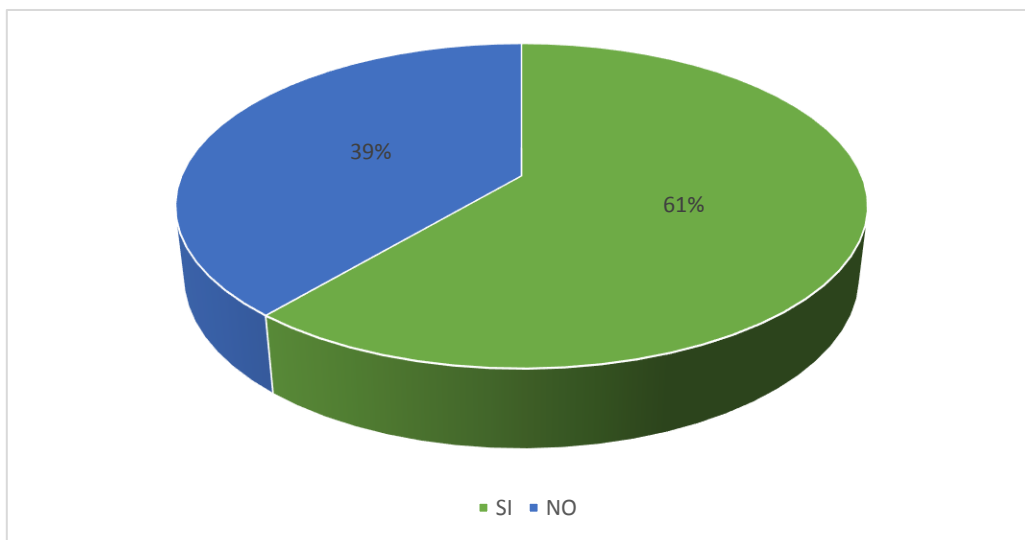


Figura 15.¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez?

En la tabla 15 denominada “¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez?” se observa que el 61% dijeron que son atendidos con rapidez, manteniendo la mejor imagen frente a los clientes mientras que el 39% de clientes indica que existe demora en la atención.

5.1.2.3. Objetivo 3

Describir las necesidades de capacitación existentes en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018.

Tabla 18.

¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 32 | 62% |
| NO | 20 | 38% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

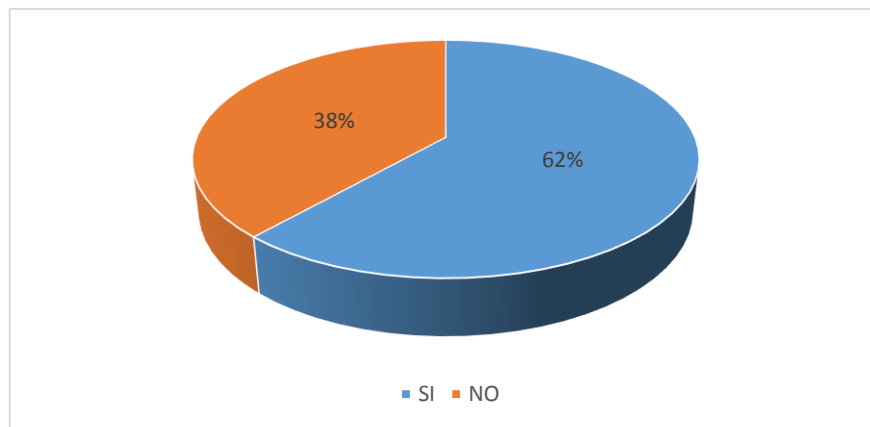


Figura 16. ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de responsabilidad?

En la tabla 16 denominada “¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de responsabilidad?” se observa que al 62% de los trabajadores indica que tienen formación y evaluaciones constantes, en un tema de satisfacción del cliente, un 38% manifestaron que no tienen ni una u otra cosa.

Tabla 19.

¿Considera que el hotel ofrece un servicio Innovador?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| SI | 31 | 60% |
| NO | 21 | 40% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

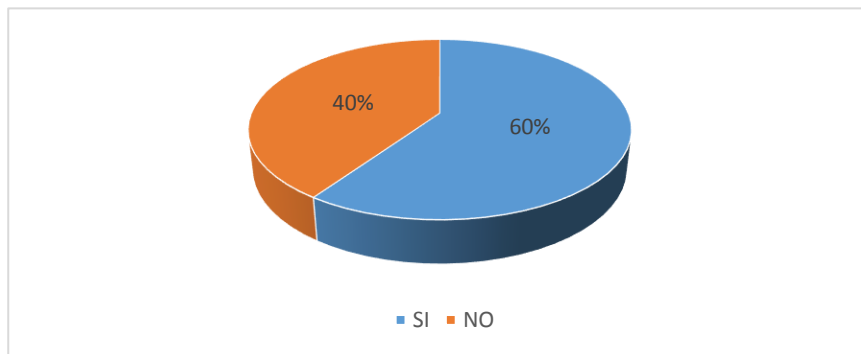


Figura 17. ¿Considera que el hotel ofrece un servicio innovador?

En la tabla 17 denominada “¿Considera que el hotel ofrece un servicio innovador?” se observa que el 60% de los trabajadores indica que si ofrece un servicio innovador y el 40% de ellos responde que no lo hace.

Tabla 20.

¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 37 | 71% |
| NO | 15 | 29% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

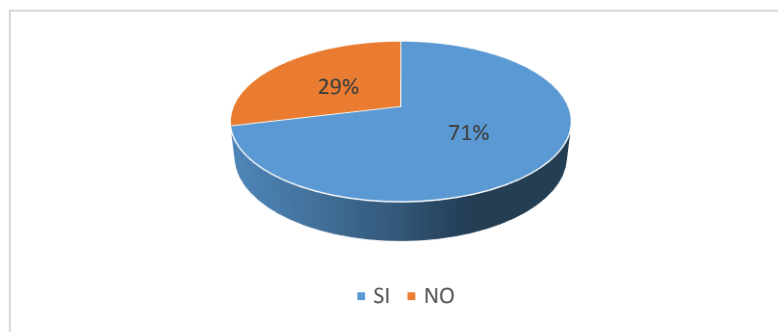


Figura 18. ¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente?

En la tabla 18 denominada “¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente?” se observa que el 71% de los trabajadores está dispuesto a seguir fortaleciendo sus actitudes y el esfuerzo físico, ampliar sus conocimientos para mejorar la atención al cliente, mientras que el 29% nos indica que no lo están.

Tabla 21.:

¿Conoce usted si existe un proceso para un plan de capacitación del hotel?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 25 | 48% |
| NO | 27 | 52% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

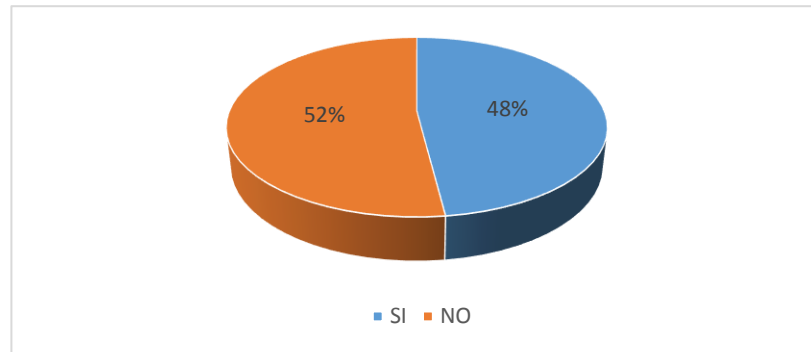


Figura 19.¿Conoce usted si existe un proceso para un plan de capacitación del hotel?

En la tabla 19 denominada “¿Conoce usted si existe un proceso para un plan de capacitación del hotel?” se observa que solo el 52% de los trabajadores conoce que existe un plan de capacitación mientras que el 48% lo desconoce.

Tabla 22.

¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 30 | 58% |
| NO | 22 | 42% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

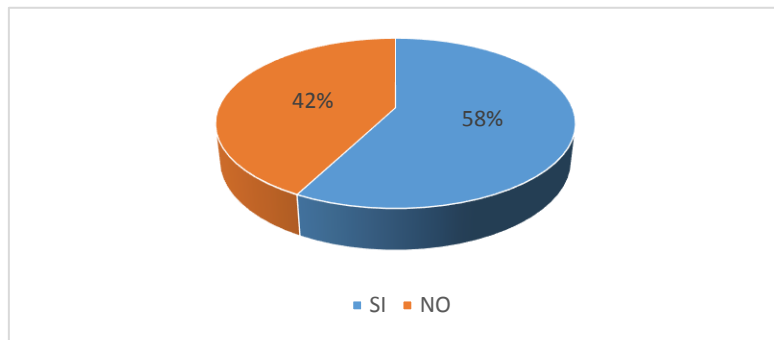


Figura 20. - ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realiza?

En la tabla 20 denominada “¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realiza?” se observa que el 58% de los trabajadores considera que las capacitaciones se dan de acuerdo a las labores que realizan en el hotel.

Tabla 23.

¿Se Considera una persona empática ante los problemas de los huéspedes?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 37 | 71% |
| NO | 15 | 29% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

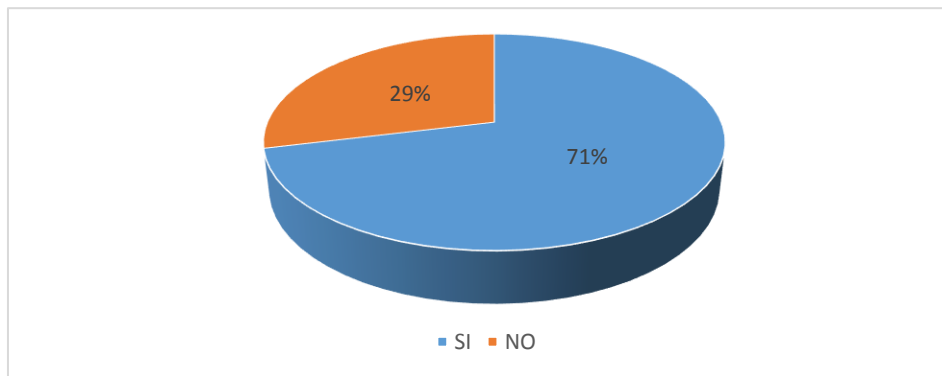


Figura 21. ¿Se Considera una persona empática ante los problemas de los huéspedes?

En la tabla 21 denominada “¿Se Considera una persona empática ante los problemas de los huéspedes?” se observa que solo el 71% dijeron que los trabajadores aumentan sus conocimientos con estrategias que les ayuda a resolver problemas al cliente, son empáticos y resuelven problemas a los clientes, mientras que el 29% no tiene empatía con los clientes.

Tabla 24.

¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 29 | 59% |
| NO | 23 | 44% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura

Elaboración Propia

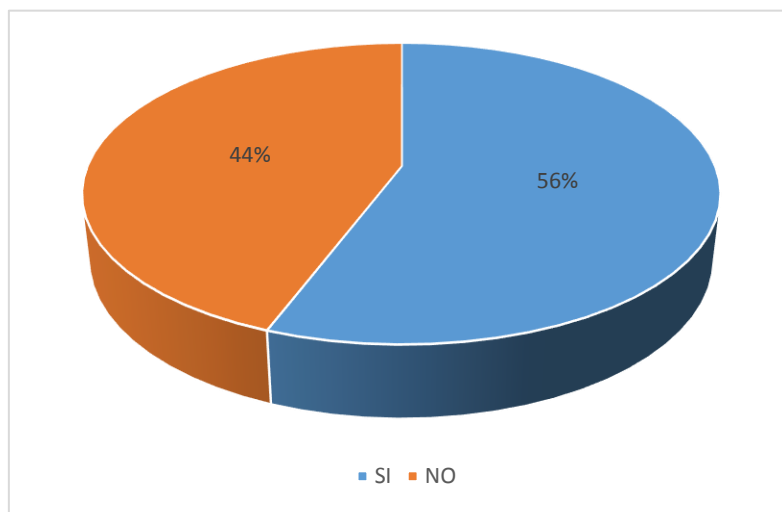


Figura 22. ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima?

En la tabla 22 denominada “¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima?” se observa que el 56% de los trabajadores si ha logrado fortalecer su autoestima mediante las capacitaciones recibidas.

5.1.2.4. Objetivo 4

Determinar los medios de capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del mercado de PIURA, 2018.

Tabla 25.:

¿En las Capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 24 | 46% |
| NO | 28 | 54% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del mercado de Piura

Elaboración Propia

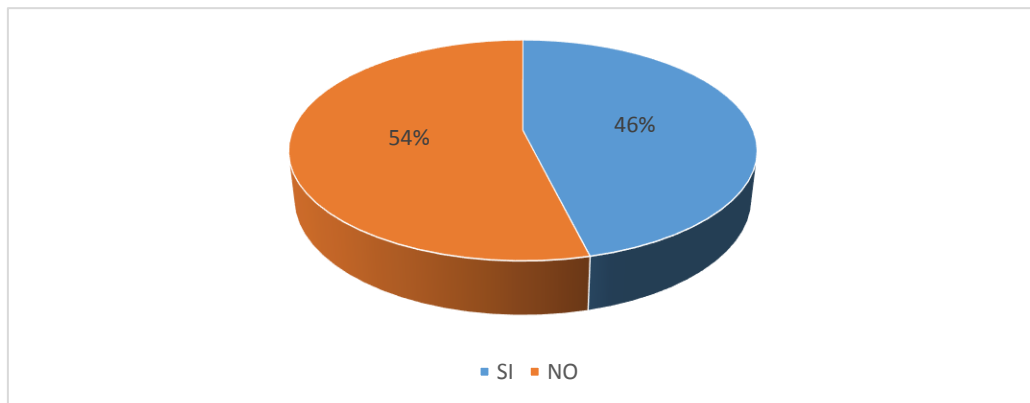


Figura 23. ¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje?

En la tabla 23 denominada “¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje?” se observa que solo el 46% indica que las capacitaciones son complementadas con folletos manuales mientras que el 54% considera que no los recibe.

Tabla 26.

¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 23 | 44% |
| NO | 29 | 56% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

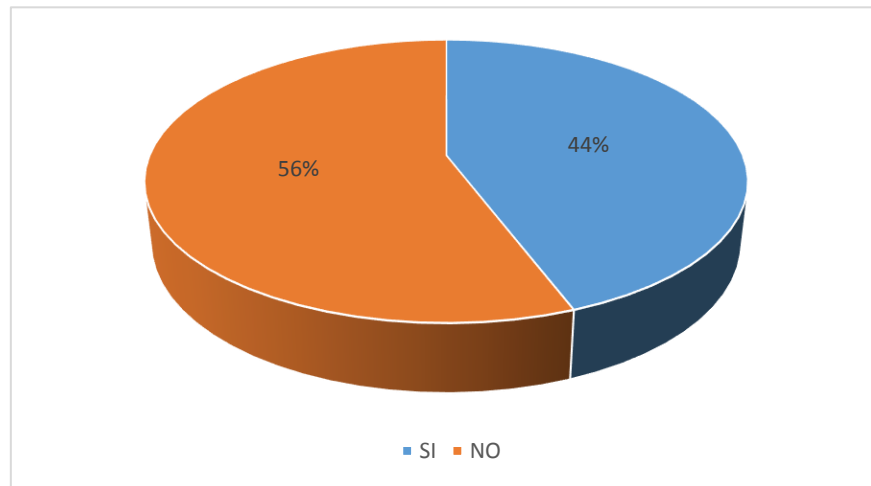


Figura 24. ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse?

En la tabla 24 denominada “¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse?” se observa que solo el 44% considera que si les han proporcionado este material mientras que el 56% nos indica que no les han dado este material.

Tabla 27.

¿Se realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 21 | 40% |
| NO | 31 | 60% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

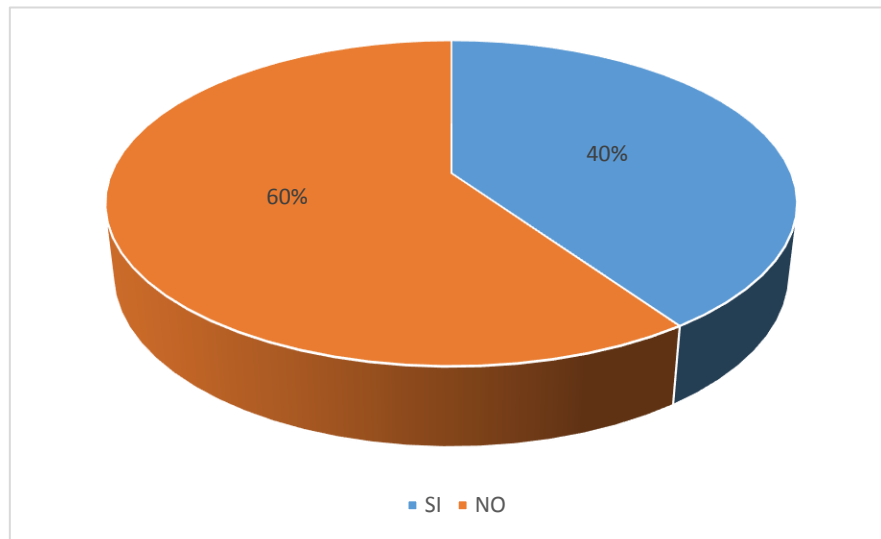


Figura 25. ¿Se realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones?

En la tabla 25 denominada “¿Se realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones?” se observa que solo el 40% de los trabajadores considera que si se realizan dramatizaciones en las capacitaciones que brinda el hotel.

Tabla 28.

¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido del tema?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 36 | 69% |
| NO | 16 | 31% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

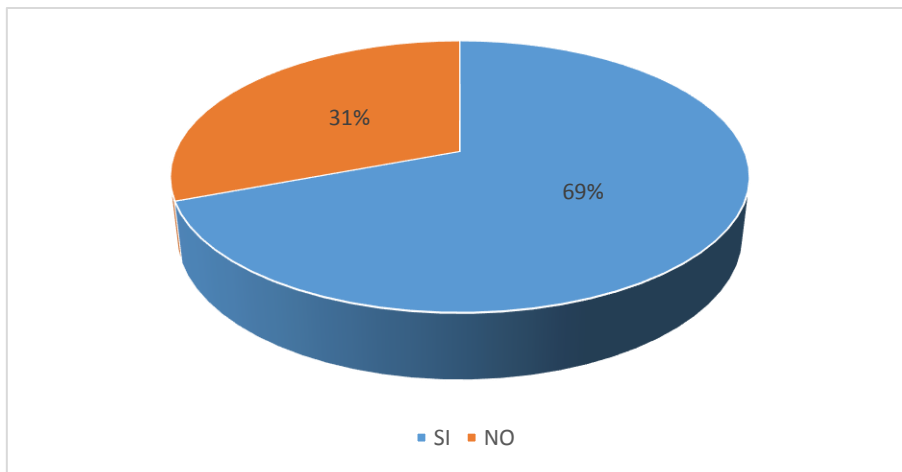


Figura 26. ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido del tema?

En la tabla 26 denominada “¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido del tema?” se observa que el 69% de los trabajadores manifestaron que las diapositivas es un medio muy didáctico para el aprendizaje, 31% expresaron que no es así.

Tabla 29.

¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de cognitividad sobre la atención al cliente?

| CATEGORIA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 27 | 52% |
| NO | 25 | 48% |
| TOTAL | 52 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada en hoteles de 3 estrellas del cercado de Piura
Elaboración Propia

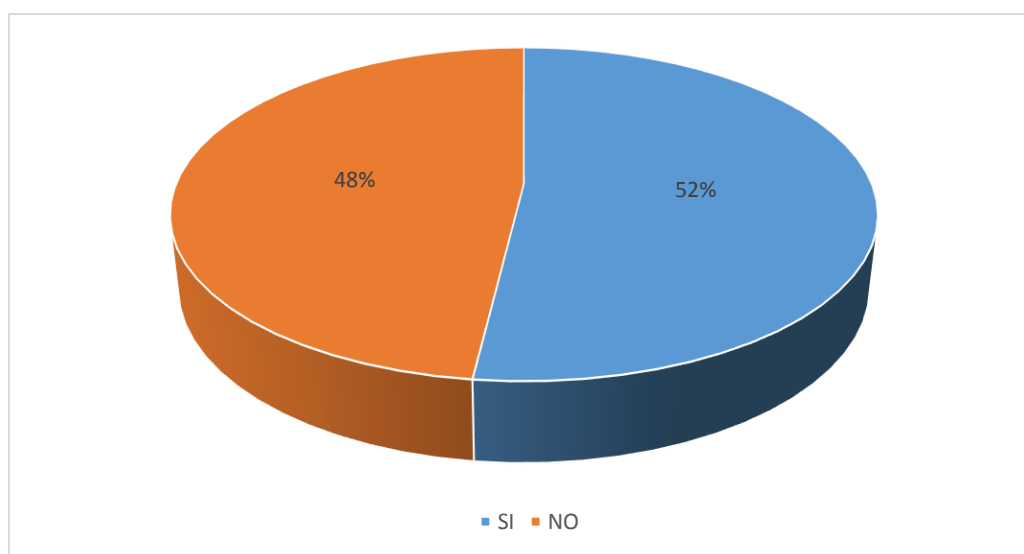


Figura 27. ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de cognitividad sobre la atención al cliente?

En la tabla 27 denominada “¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de cognitividad sobre la atención al cliente?” se observa que el 52% de los trabajadores manifestaron que a través de una película pueden asimilar con rapidez los conocimientos impartidos, sobre cómo mejorar la atención al cliente. Un 48% expresaron que no.

5.2. Análisis de Resultados

5.2.1. Atención al Cliente.

5.2.1.1. Objetivo 1

Identificar los factores de la atención al cliente en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura 2018.

En la tabla 3 denominada ¿Para usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática? se observa que el 58% de los clientes considera que el personal del hotel muestra una actitud receptiva lo que coincide con Ballón (2016) que en su investigación concluye que la empatía es una cualidad que los empleados deben tener demostrando que, al tener buena disposición hacia el público, el servicio será de calidad siendo mucho más efectivo es por eso que actualmente las empresas lo están adaptando en sus labores logrando que el trato sea más cordial en comparación con Barquero & Rodriguez (2015) señala que en la actualidad las personas deben socializar con los clientes entablar una conversación cordial con ellos demostrándoles un interés en ellos para que estos se sientan verdaderamente escuchados. Se recomienda a las MYPES tratar de humanizar a sus trabajadores para que estos puedan entablar buenas relaciones con sus clientes promoviendo la fidelidad y lealtad entre ambos logrando marcar la diferencia con las competencias que ofrece el mercado hoy en día.

En la tabla 4 denominada ¿ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? se observa que el 76% ha notado que si existe una comunicación asertiva en los empleados lo que coincide con Cahuaya & Ñahuincopa (2015) que en su investigación concluye que los conceptos de calidad en el servicio son muy importantes y que debe estar siempre una buena

comunicación con los clientes la cual debe ser clara, congruente lo que va a favorecer a lograr los objetivos que dependen siempre de una buena comunicación, mientras Barquero & Rodríguez (2015) nos dice que siempre debe establecer una sana comunicación con los clientes debido que estos nos ayudan a minimizar los posibles conflictos que puedan suceder en el camino porque al ser claros y directos en lo que se quiere es más probable que se llegue a un acuerdo entre las partes. Se recomienda a las empresas de hoy en día poner en práctica siempre la comunicación asertiva entre sus empleados y clientes para que se llegue a cumplir los objetivos y desarrollar al máximo el desempeño laboral de sus empleados.

En la tabla 5 denominada ¿Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda? Se observa que el 75% de los clientes valora mucho la honestidad que existe en el hotel lo que coincide con Muñoz (2017) quien en su investigación concluye que se debe potenciar lo que es la calidad del servicio lo que se logra con la medición constante del potencial de los colaboradores de la organización elaborando planes de continua mejora que permita a los empleados sentirse más comprometidos con las labores encomendadas aunque Barquero & Rodríguez (2015) considera que la honestidad es un valor que permite a las organizaciones tener una imagen duradera hacia los clientes permitiendo fidelizarlos y así lograr captar más clientes. Par tal motivo se recomienda siempre tener muy presente los valores que pueda tener la organización entre ellas los que son muy importantes es la honestidad que se busca entre los empleados, directivos debido que estos

garantizan seguridad e integridad para todas las áreas en las empresas siendo la única manera de construir una organización exitosa.

En la tabla 6 denominada ¿Ha tenido alguna pérdida en el hotel que se hospeda? Se observa que el 29% de los clientes si ha tenido pérdidas en el hotel mientras que el 71% indica que no lo ha sufrido, lo que coincide con Mesones & Saldaña (2014) que en su investigación se debe estar siempre alerta ante cualquier problema que pueda persistir, con el fin de brindar una buena atención personalizada abordando temas como son la confianza y brindar seguridad a sus clientes. Por otro lado, Barquero & Rodríguez (2015) nos muestra que cuando se incentiva a los empleados siempre a decir la verdad sin repercusiones es más fácil identificar los problemas que puedan ocurrir dentro de las organizaciones. Siendo siempre deseable para las MYPES crear una cultura de honestidad lo que los convierte en lugares agradables para trabajar logrando que los empleados sigan estos valores si bien no es fácil lograrlo para esto se requiere de mucha disciplina y una atención constante.

En la tabla 7 ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos? Se observa que el 69% de los clientes indica que si se anticipan a sus requerimientos lo que coincide con Cueva (2015) que concluye que debe existir variedad en los servicios que se debe ofrecer a los clientes para poder marcar la diferencia con la competencia logrando la fidelización de los mismos, en comparación Barquero & Rodriguez (2015) nos dice que debemos conocer a nuestros clientes saber cuáles son sus gustos para saber lo que realmente está buscando y pueda estar satisfecho con lo recibido. Es

recomendable siempre que las MYPE puedan crear estrategias de anticiparse a lo que el cliente solicite para lograrlo debe existir una buena comunicación que permita conocer lo que realmente le gusta al cliente asegurando que los empleados pongan las necesidades de ellos por encima de los resultados de la organización. Ponerse en los zapatos de ellos para esto el valor de la empatía va cobrando fuerza en este sentido.

En la tabla 8 denominada ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención? se observa que el 57% de los clientes del 43% si es escuchado lo que coincide con Acha (2017) concluye que logrando una buena atención al cliente se logra obtener mayores resultados en la obtención de los objetivos de la empresa, pero a su vez debe haber un plan constante de capacitación que les permita adquirir nuevas técnicas de atención a su vez Chiavenato (2018) nos dice que una de las mejores técnicas que debe seguir toda organización es capacitar a sus empleados para que sepan escuchar a todos sus clientes.

Se recomienda hoy en día que las empresas deberían identificar que todo cliente es un pilar fundamental es ay donde nace la importancia de saber escuchar conocer sus necesidades o hábitos de consumo que es lo que más les gusta de la variedad de nuestros productos siendo una información útil para poder diseñar estrategias segmentadas permitiendo tomar mejores decisiones y por supuesto captar nuevos clientes.

En la tabla 9 denominada ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas? se observa que el 52% de los clientes nos indica que si lo es y el 48% nos dice que no es creativo, lo que se

relaciona con Cahuaya & Ñahuincopa (2015) quien en su investigación concluye que siempre va influir la calidad del servicio que se brinda en las empresas en la captación de los clientes lo que dependerá siempre de la capacidad de respuesta que puedan tener los empleados frente a cualquier situación o eventualidad, permitiendo de esta forma fidelizar a los futuros clientes logrando alcanzar los objetivos trazados por las MYPE, en cuanto a Barquero & Rodriguez (2015) nos dice que para mantener a la clientela es necesario siempre saber escuchar a los clientes prestarles atención mantener una buena comunicación y ponerse en su lugar al momento que necesiten ayuda con algún inconveniente o problema que se les pueda presentar. Por lo tanto, se recomienda que las empresas deben realizar capacitaciones constantes a su personal donde se les indique cuán importante es mantener una fluida comunicación tanto entre empleados y jefes como con los clientes.

En la tabla 10 denominada ¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida? se aprecia que solo el 55% de los clientes indica que si han recibido ayuda de forma inmediata mientras que el 45% responde que no la han tenido. Freire (2014) en su investigación nos muestra que la satisfacción de los clientes está ligada siempre a una buena atención personalizada rápida respuesta a sus inquietudes y problemas además Barquero & Rodriguez (2015) nos muestra que debemos adelantarnos a los hechos para estar siempre un paso delante de la competencia lo que permitirá lograr los objetivos que se han planteado en la organización. El que las MYPE se esfuercen en conocer a sus clientes será la forma más rápida de poder resolver sus

problemas deberá primar la rapidez en la atención mantener un contacto visual siempre que estén frente a ellos para que sientan que están siendo escuchados y que les muestran la debida atención para resolver sus problemas aclarándole sus dudas el personal siempre verificara la comprensión de las mismas.

5.2.1.2. Objetivo 2

Identificar las estrategias de atención al cliente de las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018.

En la tabla 11 ¿El servicio de lavandería del hotel en que se hospeda atiende con rapidez su solicitud? se observa que el 59% de los clientes confirma que si son atendidos con rapidez con respecto al servicio de la lavandería del 41% que indica que no. Cueva (2015) concluye en su investigación que el aspecto que hoy en día le dan más importancia es mantener a los clientes fidelizados siendo una forma más rápida de captar clientes y posibles clientes mientras que para Armstrong (2014) nos dice que una de las estrategias que se debe tener es responder de manera rápida las solicitudes de los clientes cualquier información que estos soliciten. Es por eso que marcar la diferencia entre las empresas con cosas como estas atendiéndolos con la mayor velocidad posible nos permitirá aumentar el número de clientes para nuestro negocio. Sin embargo, las expectativas están cambiando rápidamente y la velocidad con la que se debe ayudar a los clientes se está volviendo un factor crítico para la rapidez de la tecnología de la información corporativa.

En la tabla 12 denominada ¿Por lo general sus quejas son siempre resueltas con rapidez? se observa que el 61% de los clientes confirman que

siempre les han resuelto sus quejas de forma inmediata y solo el 39% responden que no. Mesones & Saldaña (2014) en su investigación nos concluye que el compromiso organizacional influye de manera muy significativa en lo que se refiere a calidad del servicio como se sabe el compromiso que tengan los empleados con la organización ayudara a cumplir las metas y objetivos trazados, por tanto Armstrong (2014) nos indica que se debe responder de forma inmediata a todas las que quejas que se presenten siendo importante escuchar con mucha atención y comprender los hechos se esperan soluciones rapadas y un seguimiento para garantizar que el cliente este satisfecho. Se recomienda a las MYPE ofrecer y lograr la satisfacción plena de los clientes que cumplan con sus expectativas de esta forma se lograra tener un cliente fiel a nuestro producto empresa o marca y nos recomendara con otros consumidores logrando superar a las posibles competencias.

En la tabla 13 denominada ¿Los requerimientos que formula en el hotel son atendidos de acuerdo a sus exigencias? Se observa que el 58% de los empleados confirma que si cumplen con sus exigencias mientras que el 42% nos indica que no. Cueva (2015) en su investigación concluye que es importante mantener fidelizados a los clientes sabiendo que esto depende de la gran variedad que pueda ofrecer las MYPE lo que le permitirá ser más competitivo y así marcar la diferencia entre los demás y termine siendo una opción distinta a los demás lo que permitirá salir adelante frente a la competencia. Sin embargo, Kotler y Armstrong (2014) en su teoría nos recalca la importancia que se debe tener en cumplir con lo prometido a los clientes sobre lo que se ofrece cuando una

empresa realiza una promesa a un cliente debe tener en cuenta que el no cumplimiento de su promesa puede causar un disgusto al cliente porque el sentirá que no es importante y lo más seguro es que piense más de una vez volver a regresar a su negocio lo que causaría pérdida de clientes por consiguiente el cierre del mismo.

En la tabla 14 denominada ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? Se observa que el 76% de los clientes no ha tenido problemas al momento de realizar una reserva y solo el 24% si lo ha tenido, Cueva (2015) en su investigación concluye que se debe anticiparse a lo solicitado por los clientes siendo clave primordial para la atención al cliente lo que les permitirá mantener la fidelización de los mismos. Se recomienda siempre anticiparse a las solicitudes de los clientes cumplir con sus reservas para que sientan que son importantes logrando que ellos regresen por los servicios que ofrecen lo que coincide con Armstrong (2014) que nos indica en su teoría que siempre se debe cumplir con lo prometido tomar la iniciativa y comunicarnos con el cliente ofrecerle las posibles soluciones contactarse antes que el cliente les llame molesto por la incomodidad que haya podido tener, saber respetar las reservas y solicitudes..

En la tabla 15 denominada ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente? Se observa que el 56% de los clientes se les ha pedido ayuda para resolver encuestas de atención al cliente lo que coincide con Muñoz (2017) que en su investigación concluye que se debe medir el desempeño laboral de los colaboradores lo cual se

puede medir a través de las encuestas aplicadas a los clientes para obtener el grado de satisfacción que se pueda obtener por el servicio brindado. Por lo que Armstrong (2014) plantea una de sus estrategias es solicitar ayuda mediante la aplicación de instrumentos de recojo de información para saber cómo se está desempeñando el personal en las labores encomendadas.

En la tabla 16 denominada ¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo puede atender en el momento que los requiere? Se observa que el solo el 39% de los clientes indica que no les han atendido en el preciso momento que lo han solicitado mientras que el 61% indica que si los han entendido por tanto Argudo (2016) indica en su investigación que las empresas deben tener una cultura orientada a la calidad la cual debería estar orientada a la satisfacción del cliente siendo su objetivo mostrar las características de la calidad del servicio y la competitividad de las mismas a su vez Armstrong (2014) nos muestra en su teoría que no se debe decir no a los clientes más bien estar siempre pendientes de sus requerimientos ser atentos lo que permitirá que ellos se sientan a gusto con el servicio brindado. Se recomienda mantener una imagen amable frente a cualquier inconveniente que se pueda presentar con los clientes y posibles clientes que requieran de los productos o servicios ofrecidos por las MYPE, con lo que garantizaremos el éxito del negocio.

En la tabla 17 denominada ¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? Se observa que el 61% de los clientes es atendido con rapidez con respecto a la atención de productos que ofrece el hotel, Acha (2017) realizo una investigación en la que su objetivo es obtener la percepción

que tiene los clientes frente al servicio que están recibiendo calificando el tiempo de espera siendo un objetivo principal para el logro de sus objetivos para Armstrong (2014) nos dice que se debe mantener una atención rápida para mantener una mejor imagen frente a los clientes y la satisfacción de los mismos.

Se recomienda a las empresas mantener siempre esta rapidez con respecto a la atención de la venta de productos lo que permitirá que los clientes tengan una imagen que sus requerimientos siempre serán atendidos de forma rápida en comparación a otros posibles servicios que ofrezcan otras empresas.

5.2.1.3. Objetivo 3

Describir las necesidades de capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018.

En la tabla 18 denominada ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad? Se observa que el 62% de los trabajadores miden con rigurosidad su desempeño lo que coincide con Garzona (2015) quien en su investigación concluye que la formación y evaluaciones constantes son un factor importante para la atención al cliente. Esta conclusión también se relaciona con Chiavenato (2018) que indica que toda compañía debe examinar en que área es necesario realizar de manera rigurosa una capacitación a su personal. Se recomienda a las MYPE bajo estudio siempre medir el desempeño laboral debido que es un indicador que permite evaluar a los colaboradores para poder mejorar los resultados en una institución aplicando un

plan de capacitación constante lo que permitirá mejorar sus capacidades de los trabajadores.

En la tabla 19 denominada ¿considera que el hotel ofrece un servicio innovador? Se observa que el 60% de los colaboradores si considera que el hotel siempre es innovador en sus productos, lo que se relaciona con Rollano (2016), que indica que una política de capacitación debe ir acompañada de otros servicios complementarios como es la innovación de los productos que permitirá que sean más competitivas y sostenibles en el mercado. Teniendo concordancia con Chiavenato (2018) en su análisis de la organización se debe dar importancia a la innovación debido que es una fuente de crecimiento y factor determinante como ventaja competitiva en la organización. Se recomienda que el hotel siempre apueste por la innovación de los productos que pueda ofrecer a sus clientes para que pueda lograr el verdadero éxito ya que cuando se apuesta por la mejora nos convertimos en elementos interesantes para los consumidores.

En la tabla 20 denominada ¿siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? Se observa que el 71% de los trabajadores si les gustaría ampliar sus conocimientos sobre la atención al cliente, relacionándose con Granda (2018) donde concluye que una buena atención al cliente se basa en las actitudes y el esfuerzo físico que los empleados puedan tener para lograr la satisfacción del cliente. Según Chiavenato (2018) las empresas que incorporan nuevas habilidades con nuevos conocimientos son una forma consiente de salir adelante evolucionando para atraer a los clientes. Se recomienda siempre mantener en constante capacitación a los trabajadores donde

se les proporcionen nuevos conocimientos para el desarrollo de sus funciones motivándolos y seleccionarlos de acuerdo a la área a la que pertenezcan.

En la tabla 21 denominada ¿conoce usted si existe un proceso para un plan de capacitación del hotel? Se observa que el 48% no tiene conocimiento sobre los planes que pueda tener el hotel con respecto a la capacitación para sus empleados, lo cual se relaciona con Calderón & Facho (2017) la cual concluye que muchas veces la capacitación que brindan las MYPE no es planificada y se brinda solo cuando ingresa personal nuevo. En lo que para Chiavenato (2018) difiere que es muy importante que exista un programa de capacitaciones constantes que el hotel debe crear planes de programas de capacitación y estos sean de pleno conocimiento de los empleados y a la vez sepan que serán evaluados de acuerdo al avance de su programa de capacitación.

En la tabla 22 denominada ¿considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan? Se observa que el 58% indica que si corresponden sin embargo Argudo (2016) concluye en su investigación que los trabajadores se van capacitando a medida que van desempeñando y aprendiendo sus responsabilidades siendo en muchas MYPE un tipo de capacitación única y disponible, por otro lado, Chiavenato (2018) indica que a medida que se van incorporando más tareas al personal se deben ampliar las capacitaciones durante los procesos. Se recomienda que a medida que se les otorguen distintas tareas a los empleados reciban a la par capacitaciones que les ayuden a mejorar el desempeño de las mismas.

En la tabla 23 denominada ¿se considera una persona empática ante los problemas de los huéspedes? Se observa que el solo el 71% de los trabajadores se considera empático con los huéspedes, lo que concuerda para Chavarría (2017) en su investigación que siempre se deben reforzar los conocimientos con estrategias modernas esto permitirá que los empleados puedan resolver inmediatamente los problemas que se les pueda presentar, es así como para Chiavenato (2018) se debe manejar de manera muy importante el análisis de las tareas el cual permitirá saber los resultados de lo aprendido por los empleados , se recomienda para la MYPE en estudio realizar capacitaciones a los colaboradores de manera que los sensibilicen al momento que deben atender las solicitudes de los clientes demostrando siempre empatía frente a cualquier problema.

En la tabla 24 denominada ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? se observa que el 59% de los trabajadores encuestados nos confirman que si ha sido de mucha ayuda las capacitaciones recibidas por parte del hotel. Calderón & Facho (2017) quien en su investigación que la capacitación mejoro la rentabilidad de las empresas debido que los empleados se sienten comprometidos e identificados con los objetivos de la organización. Chiavenato (2018) nos demuestra que se debe definir quiénes son los trabajadores que deben o necesitan capacitaciones y si estos cumplen con los estándares establecidos para cada puesto de trabajo establecido.

Se recomienda seguir impartiendo capacitaciones constantes que permitan a los empleados sentirse satisfechos con los conocimientos adquiridos

innovando en nuevos conocimientos que les permita poder desenvolverse en este mundo competitivo.

5.2.1.4. Objetivo 4

Determinar los medios de capacitación en las MYPE rubro hoteles 3 estrellas del cercado de Piura, 2018.

En la tabla 25 denominada ¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? se observa que el 54% de los trabajadores indica que, si reciben materiales como folletos manuales, Rollano (2016) en su investigación concluye que una política de capacitación deberá ir acompañada de otros servicios complementarios que ayude a los empleados a entender las capacitaciones recibidas, Chiavenato (2018) nos dice que el material didáctico es esencial para que los trabajadores puedan tener un aprendizaje mucho más simple y educativo sobre los temas que se desean explicar y puedan asimilar con rapidez los conocimientos impartidos. Estos materiales son muy educativos y prácticos que ayudan adquirir de forma más rápida los conocimientos, por tal se recomienda poner en práctica este tipo de aprendizaje para los empleados.

En la tabla 26 ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético que le sea de utilidad para retroalimentarse? se observa que el 56 % de los trabajadores nos confirma que si han recibido este tipo de materiales en las capacitaciones Garzona (2015) quien en su investigación concluye que la motivación que se le da a los empleados a través de los medios necesarios los incentivara a ser mejores, por otro lado, Chiavenato (2018) . Nos

habla sobre los medios audiovisuales ayudan a mejorar el entendimiento de los temas a tratar en las capacitaciones impartidas a los colaboradores para que estos puedan ser captados de forma más rápida. Se recomienda realizar continuas inducciones las cuales deben estar acompañadas por imágenes videos que puedan ser entendibles por los oyentes.

En la tabla 27 denominada ¿Se realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? Se observa que el 60% de los trabajadores si ha recibido este tipo de capacitación en el hotel, mientras que el 40% nos indica que no. Granda (2018) en su investigación concluye que se debe proporcionar manuales que le sirvan de ayuda a los empleados que reciban capacitaciones asimismo Chiavenato (2018) menciona que se les debe brindar todo el material posible a los empleados para que puedan apoyarse y reforzar los conocimientos impartidos en las charlas sobre el desarrollo de sus actividades. Se recomienda a las MYPE en estudio realizar más capacitaciones en las que se realicen dramatizaciones en las que se pueda mostrar cómo se debe desarrollar las actividades que debe desarrollar cada empleado de acuerdo el puesto que ocupan.

En la tabla 28 denominada ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido del tema? se observa que el 69% de los empleados indica que en sus capacitaciones se dan con imágenes que representan el desarrollo de sus labores Garzona (2015) en su investigación menciona que al personal se le debe proporcionar el material necesario que les permita poder desenvolverse en sus labores, asimismo Chiavenato (2018) nos dice que toda capacitación es un proceso que permite establecer cuáles son las

necesidades específicas de capacitación para los empleados con los que ellos podrán identificarse y de este modo asimilar como se deben desarrollar las mismas.

En la tabla 29 denominada ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de cognitividad sobre la atención al cliente? Se visualiza que el 52% de los empleados se les ha proyectado películas lo que coincide con Rollano (2016) en su investigación menciona que las capacitaciones que se dan a los empleados deben ser innovadoras lo que permitirá que ellos puedan desarrollarse plenamente en sus funciones y no solo en las actividades que se les asigna sino en cualquier otra función que se les pueda encomendar, asimismo Chiavenato (2018) menciona que mientras las capacitados sean brindadas de manera más ilustrativa estas serán más asimiladas por el público que las recibe la información.

VI. CONCLUSIONES

En relación a los factores de la atención al cliente, en las MYPE hoteles 3 estrellas de Piura, se concluye que los factores relevantes son la comunicación asertiva, la honestidad y el conocimiento del cliente. Considerando estos factores, la capacitación de los empleados es de suma importancia para el trato correcto de los clientes.

Las estrategias identificadas con respecto a la atención al cliente es el cumplimiento de los recados y reservas por parte de los empleados, seguido de la atención correcta, rápida y eficaz de las quejas proporcionadas por los clientes, y el compromiso del empleador ha recepcionar y solucionar cualquier inconveniente del cliente.

Con respecto a las necesidades de capacitación existentes se concluye que en el análisis organizacional, el conjunto de trabajadores considera y disponen de capacidad para el trato correcto hacia el cliente; en el análisis de tareas y procesos, los planes de capacitación no tienen la debida difusión y recepción hacia los empleados y ciertas capacitaciones brindadas resultan indispensables para los trabajadores, y finalmente en el análisis personal, los trabajadores se identifican empáticamente con sus compañeros y clientes, de esta manera los objetivos de las MYPES son precisos, concisos y se enfocan hacia el mejoramiento de la atención al cliente.

En la determinación de los medios de capacitación en las MYPE, se concluye que los materiales visuales son los más usados por las MYPES al momento de brindar capacitaciones a empleados; seguido de los materiales audiovisuales, los cuales brindan información más precisa mediante ilustraciones pero son usadas con menor

frecuencia y por último se determinó que los materiales de audio y didácticos son usados algunas veces, sin embargo son elementos de gran difusión de información, ya que, sintetizan los conocimientos requeridos por el empleador que recibe las capacitaciones correspondientes.

VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Caracterizacion de la capacitacion en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios Rubro Hoteles de tres Estrellas.* (2016). Huaraz: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/841>.
- Acha Calle, S. (2017). *Caracterizacion de la Capacitacion y atencion al cliente de las MYPE una Estrella .* Piura: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10205>.
- Aguero, C. L. (2014). *Estrategia de Fidelización de Clientes.* BARCELONA: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5B2%5D%20Ag%C3%BCero%20Cobo%20L.pdf>.
- Argudo Guevera, N. (2016). *Programa de Capacitacion para mejorar la calidad del Hotel san Francisco canton Daule, provincia de Guayas.* Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10160>.
- Armstrong, G. (2014). *Principios de marketing.* España: Pearson Educacion.
- Asociación de Emprendedores del Perú. (2017). *Crecimiento Economico.* Lima: <https://asep.pe/index.php/cumbre-2017/>.
- Ballón Cervantes, S. C. (2016). *Evaluación de la Calidad de Servicio y Satisfaccion del Cliente en los Hoteles de Dos y Tres Estrellas de la Ciudad de Abancay.* Lima: <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/588>.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2017). *Calidad del servicio y satisfaccion del cliente en las MYPE del sector servicios Rubro Hoteles 3 Estrellas.* Piura: <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2108>.
- Boggio, M. (2016). *Políticas de Estado y Planes de Gobierno.* Lima: http://acuerdonacional.pe/wp-content/uploads/2016/03/Políticas-de-Estado-y-Planes-de-Gobierno-2016_2021.pdf.

- Cahuaya Rivera , R., & Ñahuincopa Arango, P. (2015). Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfaccion del Cliente. En R. Cahuaya Rivera, & P. Ñahuincopa Arango, *Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfaccion del Cliente*. Huancayo.
- Calderon Davalos , L. M., & Facho Rojas, X. E. (2017). *Gestion de talento Humano por competencias, capacitacion un modelo teorico para el desempeño Laboral en el Hotel Gloria Plaza de la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo: <https://repositorio.udl.edu.pe/jspui/bitstream/UDL/109/3/TESIS%20GESTION%20DEL%20TALENTO%20HUMANO%20POR%20COMPETENCIAS%20pdf.pdf>.
- Carranza Garcia, X. (2018). *Caracterizacion de la competitividad y atencion al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio Rubro Hoteles del casco Urbano de Sullana*. Sullana: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4514>.
- Chavarria Zaconetta, M. (2017). *Evaluacion del desempeño Laboral de los colaboradores del Hotel La Princesa distrita de lince 2017*. Lima: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14311>.
- Chiavenato, I. (2018). *Administracion de recursos humanos*. Mexico: McGRAW-HILL/Interamericana Editores, SA de CV.
- Cohen, M., & Baralla, G. (2012). *La situación de las PyMEs en América latina*. Obtenido de Ieralpyme.org: http://www.ieralpyme.org/images_db/noticias_archivos/137.pdf
- Cornejo, R. H. (2015). *Sistema Online como Ventaja competitiva en Hoteles de tres Estrellas de la Ciudad de Puno*. Puno: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3522/Cornejo_Romero_Hernan%20Boris.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Cueva Trelles, V. (2015). Evaluacion de la Calidad Percibida Por Los Clientes Del Hotel Los Portales a Través Del Analisis De Sus Expectativas y

Percepciones. En V. Cueva Trelles, *Evaluacion de la Calidad Percibida Por Los Clientes Del Hotel Los Portales a Través Del Analisis De Sus Expectativas y Percepciones*. Piura.

Diario La República. (2017). *La Financiacion de las Micro, Pequeñas y medianas Empresas atraves de los mercados de capitales*. Lima:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/09E7377781F0EB740525828F0072A3D0/\\$FILE/LaFinanciaci%C3%B3nDeLasMicroPeqMedEmpresas.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/09E7377781F0EB740525828F0072A3D0/$FILE/LaFinanciaci%C3%B3nDeLasMicroPeqMedEmpresas.pdf).

ESAN, C. (16 de 09 de 2018). *La Capacitación y el Desarrollo*.

Freire Valverde, M. D. (2014). *Analisis de calidad de servicio en Atencion al cliente de dos Hostales de tercera categoria ubicados en la ciudad de Baños de Agua santa* . Baños de Aguas santa:
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9354>.

Garzona Ramirez, D. D. (2015). *Incidencia de la contratacion y capacitacion del personal de hoteleria en la calidad del servicio al cliente* . Quetzaltenango:
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/Tesis/2012/01/08/Garzona-Diana.pdf>.

Gonzales, V. Z. (2016). *Impacto del Turismo en el Perú, como Actividad de Economía, en el Hotel Tres Estrellas Lucky Star de la ciudad de Chiclayo, durante el periodo 2009-2014*. Chiclayo:
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/869/1/TL_GonzalesVasquezZulyMabel.pdf.

Goodman, J. (2014). *Atención Estrategia al Cliente* . Buenos Aires:
https://elibro.net/es/ereader/uladech/77357?as_all=atenci%C3%B3n_al_cliente__&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as.

Granda Ortiz, Y. M. (2018). *Caracterizacion de la competitividad y la capacitacion de las MYPE del sector hotelero de dos estrellas en el distrito de Pariñas 2018*. Piura: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4516>.

- Gubman, E. (2008). *El talento como solución: Como alinear estrategias y personas para obtener resultados extraordinarios*. Colombia: McGraw-Hill/Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Editorial Prentice Hall. Tercera Edición.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Educación.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: <http://petroquimex.com/PDF/SepOct17/Desarrolla-IMP-Metodologia.pdf>.
- Jaramillo, C. K. (2015). *Propuesta de un Plan Estratégico de Turismo para el distrito de Canchaque- Piura 2015*. Piura: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/290/ADM-JAR-CAR-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Martínez, E., & Martínez, F. (2009). *Capacitación por competencia. Principios y métodos*. Santiago de Chile: Trillas S.A.
- Mesonez Zuñiga, J. O., & Saldaña Fuentes, J. (2014). *Calidad de los Servicios Brindados por un Hotel Tres Estrellas, Desde la Perspectiva del Cliente del Cliente.Chiclayo.Julio- Setiembre*. Chiclayo : <http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/33/1/Salda%C3%B1a%20Fuentes%20%26%20Mesones%20Zu%C3%B1iga.pdf>.
- Minga Inga , J. D. (2018). *Capacitacion y Competitividad de las MYPES del Servicio rubro Hoteles . Chulucanas*: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6067/COMPETITIVIDAD_MYPE_MINGA_INGA_JENNY_DEL_ROSARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Muñoz Benavides , G. (2017). Analisis de la Calidad del Servicio del Hotel perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas. En G. Muñoz Benavides, *Analisis de la*

Calidad del Servicio del Hotel perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas.
Esmeraldas .

- Nowell, C. (2015). *Capacitación y Servicio al Cliente*. Quetzaltenango:
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>.
- Orozco, A. (2017). *Impacto de la Capacitación*. Mexico:
https://elibro.net/es/ereader/uladech/41152?as_all=definicion__de__la__capacitacion&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as.
- Palomo, M. M. (2014). *Atención al Cliente*. España: S.A Ediciones Paraninfo.
- Porter, M. (2017). *Ser Competitivo*. Deusto S.A Ediciones .
- Quiróa Maldonado , D. (2014). *Servicio Al cliente en Hoteles de la Ciudad de San Marcos*. Quetzaltenango: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Quiroa-Dorys.pdf>.
- Ramos, E. E. (2016). Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas.
- Resolucion N°0204-2018-CU-ULADECH Católica. (2018). *Reglamento de Investigación* . Chimbote - Perú:
https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2018/reglamento_investigacion_v010.pdf.
- Revista Universidad y Sociedad. (2019). *Gestion de Administracion de los Recursos Humanos*. Lima:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163.
- Rios Rios, Y. (2019). *Hoteles de 5 estrellas para el distrito de Piura*. Piura:
file:///C:/Users/elian/Downloads/RE_AQUI_JYURI.R%C3%8DOS_HOTEL.5.ESTRELLAS_DATOS.pdf.

- Rodriguez de Llauder, C., & Barquero, M. (2015). *El Marketing como estrategia para la fidelizacion del cliente*. Madrid:
<https://www.marcialpons.es/editoriales/mcgraw-hill-interamericana/1298/>.
- Rollano Málaga, G. E. (2016). *Calidad de servicios y desempeño Laboral de los trabajadores en el Hotel Royal Inka Pisac-I, Cusco*. Cusco:
<http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1234>.
- Romero Quirola, L. C. (2015). *Propuesta de un plan de Marketing para reposicionar el hostel Rincon Familiar ubicado en el centro historico de quito Ecuador*. Quito:
<file:///C:/Users/elian/Downloads/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>.
- Sales Marchena, G. O. (2016). *Caracterizacion de la Capacitacion en Atencion al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Hoteles de Tres Estrellas del distrito de Huaraz*. Huaraz:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/841>.
- Sanchez Carrillo, I. (2017). *La cultura Financiera en las MYPE de Lima Norte*. Lima:
http://repositorio.usan.edu.pe/bitstream/usan/44/3/Sanchez_Tesis_Titulo_2017.pdf.
- Torres Miranda, Y. L. (2016). *Caracterizacion del financiamiento y la capacitacion de la MYPE turistica rubro hospedajes* . Sullana:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1077>.
- Torres, M. Y. (2016). *Caracterizacion del Financiamiento y la Capacitación de las MYPE Turisticas Rubro Hospedajes, distrito Sullana, Año 2016*. Piura:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1077/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_TORRES_MIRANDA_YESENIA_LISET.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Uladech Católica Los Ángeles de Chimbote. (2019). *Código de Ética para la Investigación*. Chimbote: file:///C:/Users/elian/Downloads/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf.

Vanesa, P. y. (2006). *Calidad Total en la atención al cliente* .

Werther, W., & Davis, K. (2009). *Administración de Personal y Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill Companies, Inc.

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 tres estrellas del centro de Piura con respecto a la capacitación 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.

Edad: _____ Género: _____

| N° | PREGUNTA | SI | NO |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| 1 | ¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática? | | |
| 2 | ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? | | |
| 3 | ¿Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda? | | |
| 4 | ¿Ha tenido alguna pérdida en el Hotel que se Hospeda? | | |
| 5 | ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos? | | |
| 6 | ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención? | | |

| | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 7 | ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas? | | |
| 8 | ¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida? | | |
| 9 | ¿El servicio de lavandería del hotel en que se hospeda lo atiende con rapidez su solicitud? | | |
| 10 | ¿Por lo general sus quejas son siempre resueltas con rapidez? | | |
| 11 | ¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo a sus exigencias? | | |
| 12 | ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? | | |
| 13 | ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente? | | |
| 14 | ¿¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere? | | |
| 15 | ¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? | | |



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 tres estrellas del centro de Piura con respecto a la capacitación 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.

Edad: _____ Género: _____

| N° | PREGUNTAS | SI | NO |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| 1 | ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad? | | |
| 2 | ¿Considera que el Hotel ofrece un servicio Innovador? | | |
| 3 | ¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? | | |
| 4 | ¿Conoce usted si existe un proceso para un plan de capacitación del hotel? | | |
| 5 | ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan? | | |
| 6 | ¿Se considera una persona empática ante los problemas de los huéspedes? | | |
| 7 | ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? | | |
| 8 | ¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? | | |
| 9 | ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse? | | |
| 10 | ¿Se Realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? | | |
| 11 | ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido del tema? | | |
| 12 | ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de cognitividad sobre la atención al cliente? | | |

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

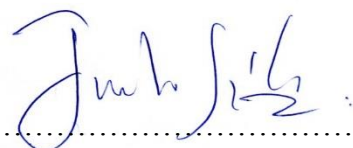
Yo, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI N°02616283, con el grado de Magíster en ADMINISTRACIÓN.

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por: ADANAQUÉ ROSAS LIZBETH ELIANA, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación:

“CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y CAPACITACIÓN EN LAS MYPE RUBRO HOTELES 3 ESTRELLAS DEL CERCADO DE PIURA, 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 sus resultados.

Piura, setiembre 2020.



Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr

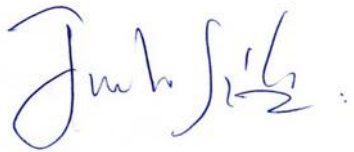
CLAD: 05461

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

| Ítem relacionado con la variable Atención al Cliente | ¿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. ¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática? | X | | | X | | X | | X |
| 2. ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? | X | | | X | | X | | X |
| 3. ¿Valora la honestidad del PERSONALDEL hotel en el cual se hospeda? | X | | | X | | X | | X |
| 4. ¿Ha tenido alguna perdida en el Hotel que se Hospeda? | X | | | X | | X | | X |
| 5. ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos? | X | | | X | | X | | X |
| 6. ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención? | X | | | X | | X | | X |
| 7. ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas? | X | | | X | | X | | X |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 8. ¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida? | X | | | X | | X | | X |
| 9. ¿El servicio de lavandería del hotel atiende con rapidez su solicitud? | X | | | X | | X | | X |
| 10. ¿Por lo general sus quejas son resueltas con rapidez? | X | | | X | | X | | X |
| 11. ¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo con sus exigencias? | X | | | X | | X | | X |
| 12. ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? | X | | | X | | X | | X |
| 13. ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 14. ¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere? | X | | | X | | X | | X |
| 15. ¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? | X | | | X | | X | | X |
| Ítem relacionado con la variable Capacitación | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 16. ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad? | X | | | X | | X | | X |
| 17. ¿Considera que el Hotel ofrece un servicio Innovador? | X | | | X | | X | | X |

| | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|---|--|---|--|---|
| 18. ¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 19. ¿Conoce usted si existe un plan de capacitación del hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 20. ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan? | X | | | X | | X | | X |
| 21. ¿Se considera una persona empática ante los problemas del huésped? | X | | | X | | X | | X |
| 22. ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? | X | | | X | | X | | X |
| 23. ¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? | X | | | X | | X | | X |
| 24. ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse? | X | | | X | | X | | X |
| 25. ¿Se Realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? | X | | | X | | X | | X |
| 26. ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido de tema? | X | | | X | | X | | X |
| 27. ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de conectividad sobre la atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |



.....
 Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CLAD: 05461

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Raquel Silva Juárez,
Identificado con DNI 02846914, con el grado de Magíster 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:

ADANAQUÉ ROSAS LIZBETH ELIANA, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y CAPACITACIÓN EN LAS MYPE RUBRO HOTELES 3 ESTRELLAS DEL CERCADO DE PIURA, 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 sus resultados.

Piura, Junio 2019.


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

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

| Ítem relacionado con la variable Atención al Cliente | ¿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. ¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática? | X | | | X | | X | | X |
| 2. ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? | X | | | X | | X | | X |
| 3. ¿Valora la honestidad del PERSONALDEL hotel en el cual se hospeda? | X | | | X | | X | | X |
| 4. ¿Ha tenido alguna perdida en el Hotel que se Hospeda? | X | | | X | | X | | X |
| 5. ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos? | X | | | X | | X | | X |
| 6. ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención? | X | | | X | | X | | X |
| 7. ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas? | X | | | X | | X | | X |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 8. ¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida? | X | | | X | | X | | X |
| 9. ¿El servicio de lavandería del hotel atiende con rapidez su solicitud? | X | | | X | | X | | X |
| 10. ¿Por lo general sus quejas son resueltas con rapidez? | X | | | X | | X | | X |
| 11. ¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo con sus exigencias? | X | | | X | | X | | X |
| 12. ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? | X | | | X | | X | | X |
| 13. ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 14. ¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere? | X | | | X | | X | | X |
| 15. ¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? | X | | | X | | X | | X |
| Ítem relacionado con la variable Capacitación | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 16. ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad? | X | | | X | | X | | X |
| 17. ¿Considera que el Hotel ofrece un servicio Innovador? | X | | | X | | X | | X |

| | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|---|--|---|--|---|
| 18. ¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 19. ¿Conoce usted si existe un plan de capacitación del hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 20. ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan? | X | | | X | | X | | X |
| 21. ¿Se considera una persona empática ante los problemas del huésped? | X | | | X | | X | | X |
| 22. ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? | X | | | X | | X | | X |
| 23. ¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? | X | | | X | | X | | X |
| 24. ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse? | X | | | X | | X | | X |
| 25. ¿Se Realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? | X | | | X | | X | | X |
| 26. ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido de tema? | X | | | X | | X | | X |
| 27. ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de conectividad sobre la atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Hector Orlando Ariza Clavijo,

Identificado con DNI 02786302, con el grado de Magister en

DOCENCIA UNIVERSITARIA

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

ADANAQUÉ ROSAS LIZBETH ELIANA, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: **"CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y CAPACITACIÓN EN LAS MYPE RUBRO HOTELES 3 ESTRELLAS DEL CERCADO DE PIURA, 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 sus resultados.

Piura, Junio 2019.


Mg. Hector Orlando Ariza Clavijo
DNI. 02786302
CLAD 06246

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

| Ítem relacionado con la variable Atención al Cliente | ¿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. ¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática? | X | | | X | | X | | X |
| 2. ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? | X | | | X | | X | | X |
| 3. ¿Valora la honestidad del PERSONALDEL hotel en el cual se hospeda? | X | | | X | | X | | X |
| 4. ¿Ha tenido alguna perdida en el Hotel que se Hospeda? | X | | | X | | X | | X |
| 5. ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos? | X | | | X | | X | | X |
| 6. ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención? | X | | | X | | X | | X |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 7. ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas? | X | | | X | | X | | X |
| 8. ¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida? | X | | | X | | X | | X |
| 9. ¿El servicio de lavandería del hotel atiende con rapidez su solicitud? | X | | | X | | X | | X |
| 10. ¿Por lo general sus quejas son resueltas con rapidez? | X | | | X | | X | | X |
| 11. ¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo con sus exigencias? | X | | | X | | X | | X |
| 12. ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? | X | | | X | | X | | X |
| 13. ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 14. ¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere? | X | | | X | | X | | X |
| 15. ¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? | X | | | X | | X | | X |
| Ítem relacionado con la variable Capacitación | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 16. ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad? | X | | | X | | X | | X |

| | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|---|--|---|--|---|
| 17. ¿Considera que el Hotel ofrece un servicio Innovador? | X | | | X | | X | | X |
| 18. ¿Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |
| 19. ¿Conoce usted si existe un plan de capacitación del hotel? | X | | | X | | X | | X |
| 20. ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan? | X | | | X | | X | | X |
| 21. ¿Se considera una persona empática ante los problemas del huésped? | X | | | X | | X | | X |
| 22. ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? | X | | | X | | X | | X |
| 23. ¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? | X | | | X | | X | | X |
| 24. ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse? | X | | | X | | X | | X |
| 25. ¿Se Realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? | X | | | X | | X | | X |
| 26. ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido de tema? | X | | | X | | X | | X |

| | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|---|--|---|--|---|
| 27. ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de conectividad sobre la atención al cliente? | X | | | X | | X | | X |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|---|--|---|--|---|



Mg. Arica Clavijo Hectog Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

3. MATRIZ DE PREGUNTAS

| Variables | Dimensión | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Fuente |
|---------------------|------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------|
| ATENCIÓN AL CLIENTE | Factores | Sociabilidad | ¿Para Usted el personal muestra una actitud receptiva a su problemática? | Nominal | Clientes |
| | | Comunicación asertiva | ¿Ha notado si el personal tiene una comunicación asertiva como saludar? | Nominal | |
| | | Honestidad | ¿Valora la honestidad del hotel en el cual se hospeda? | Nominal | |
| | | | ¿Ha tenido alguna perdida en el Hotel que se Hospeda? | Ordinal | |
| | | Conocimiento del cliente | ¿Considera usted que en el hotel que se hospeda se anticipan a sus requerimientos? | Nominal | |
| | | Saber escuchar | ¿Siente usted que generalmente es escuchado con atención? | Nominal | |
| | | Ser creativo y efectivo | ¿Considera que el personal del hotel que frecuenta es de carácter creativo y resuelve problemas? | Nominal | |
| | | Busca las respuestas | ¿Frente a un problema que se le presenta en el hotel, recibe ayuda de manera rápida? | Nominal | |

| | | | | | |
|---------------------|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| | Estrategias | Responder raudamente solicitudes | ¿El servicio de lavandería del hotel atiende con rapidez su solicitud? | Nominal | Clientes |
| | | Responder las quejas | ¿Por lo general sus quejas son resueltas con rapidez? | Nominal | |
| | | Responder correctamente | ¿Los requerimientos que formula en el hotel, son atendidos de acuerdo a sus exigencias? | Nominal | |
| | | Cumplir con lo prometido | ¿Siempre que ha separado una habitación con anticipación, de manera telefónica le han cumplido con la reserva? | Nominal | |
| | | Solicitar ayuda a los clientes | ¿En el hotel que se hospeda, generalmente le piden ayuda para responder la encuesta de satisfacción de atención al cliente? | Nominal | |
| | | Nunca decir no | ¿'¿Alguna vez le han respondido personal del hotel que no lo pueden atender, en el momento que los requiere? | Nominal | |
| | | Entrega rápida | ¿Cuándo solicita un producto que provee el hotel es atendido con rapidez? | Nominal | |
| Capacitación | Necesidades de capacitación | Análisis organizacional | ¿En el hotel que trabaja miden con rigurosidad su desempeño en las actividades de su responsabilidad? | Nominal | Trabajadores |
| | | | ¿Considera que el Hotel ofrece un servicio Innovador? | Nominal | |
| | | | ¿'Siempre está dispuesto a ampliar el conocimiento para atención al cliente? | Nominal | |
| | | | ¿Conoce usted si existe un plan de capacitación del hotel? | Nominal | |

| | | | | | | |
|--|------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------|---------|
| | Análisis de la persona | Análisis de tareas y procesos | ¿Considera que los contenidos de las capacitaciones responden a las tareas que realizan? | Nominal | Trabajadores | |
| | | Análisis de la persona | | ¿Se considera una persona empática ante los problemas del huésped? | | Nominal |
| | | | | ¿La capacitación le ha ayudado a fortalecer su autoestima? | | Nominal |
| | | | | | | Nominal |
| | Medios de capacitación | Material didáctico | ¿En las capacitaciones le proporcionan folletos, manuales, trípticos, dípticos para facilitar el aprendizaje? | Nominal | | |
| | | Material de audio | ¿Generalmente en las capacitaciones le brindan CD, DVD u otro medio magnético, que le sea de utilidad para retroalimentarse? | Nominal | | |
| | | Material visual | ¿Se Realizan dramatizaciones, escenificaciones al momento de dar las capacitaciones? | Nominal | | |
| | | | ¿En las capacitaciones emplean diapositivas con imágenes representativas del contenido de tema? | Nominal | | |
| | | Materiales audiovisuales | ¿Alguna vez le han difundido una película ilustrativa, mejorando su nivel de conectividad sobre la atención al cliente? | Nominal | | |

LIBRO DE CODIGOS - CLIENTES (C)

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

| PREGUNTAS \ CLIENTES | C-01 | C-02 | C-03 | C-04 | C-05 | C-06 | C-07 | C-08 | C-09 | C-10 | C-11 | C-12 | C-13 | C-14 | C-15 | C-16 | C-17 | C-18 | C-19 | C-20 | C-21 | C-22 | C-23 | C-24 | C-25 | C-26 | C-27 | C-28 | C-29 | C-30 | |
|----------------------|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| | N° - 01 | a | b | a | b | a | b | b | b | a | a | a | b | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | b | b | a | a | b |
| N° - 02 | b | a | a | a | b | a | b | b | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | |
| N° - 03 | a | b | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | b | a | a | a | |
| N° - 04 | b | a | b | a | b | b | b | a | b | b | a | b | b | a | b | b | b | b | b | a | b | b | a | b | b | b | a | b | b | b | |
| N° - 05 | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | b | b | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a | a | |
| N° - 06 | a | a | b | a | a | b | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | b | a | a | a | a | a | b | b | a | b | a | a | a | |
| N° - 07 | b | a | a | b | a | b | b | b | a | b | a | a | a | a | b | b | a | a | a | b | b | b | b | a | a | a | b | b | b | a | |
| N° - 08 | a | b | a | b | a | b | b | b | a | b | a | b | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | b | b | a | a | b | |
| N° - 09 | b | b | a | b | a | b | b | b | a | b | b | b | b | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | b | b | a | a | b | |
| N° - 10 | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | b | b | a | a | b | |
| N° - 11 | a | b | a | b | a | b | b | b | a | a | a | b | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | b | a | a | b | b | a | a | b | |
| N° - 12 | a | b | a | a | a | b | b | b | a | b | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a | a | |
| N° - 13 | b | b | a | a | a | b | b | b | a | b | a | b | b | b | b | b | a | b | a | b | a | b | a | a | b | b | a | a | b | b | |
| N° - 14 | a | a | b | a | a | b | b | b | a | a | a | b | b | a | b | b | b | b | b | b | a | b | a | a | a | a | b | a | b | a | |
| N° - 15 | b | b | a | b | b | a | a | a | b | b | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | b | a | b | a | b | |
| | a | 9 | 6 | 12 | 7 | 12 | 3 | 5 | 5 | 13 | 7 | 13 | 5 | 11 | 5 | 5 | 10 | 13 | 11 | 13 | 6 | 13 | 11 | 5 | 12 | 11 | 5 | 4 | 12 | 11 | 7 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| a | a | b | b | a | b | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | b | b | b | b | a | a | a | b | b | b | a | a | b | a | b |
| 4 | 11 | 5 | 4 | 10 | 10 | 13 | 13 | 3 | 4 | 13 | 3 | 13 | 3 | 12 | 13 | 11 | 4 | 6 | 7 | 13 | 10 | 11 | 12 | 11 | 4 | 12 | 12 | 5 | 10 | 5 |
| 11 | 4 | 10 | 11 | 5 | 5 | 2 | 2 | 12 | 11 | 2 | 12 | 2 | 12 | 3 | 2 | 4 | 11 | 9 | 8 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 11 | 3 | 3 | 10 | 5 | 10 |
| 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---|
| 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 | |
| b | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | b | a | a | a | b | b | a | a | a | b | a | b | b | b | a | b | b | |
| b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | a | a | a | b | a | a | a | b | a | a | a | a | b | b | b | a | |
| a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | b |
| b | a | b | a | b | a | b | a | b | b | a | b | a | b | a | b | a | b | b | b | b | a | b | b | b | a | b | b | a | |
| b | a | a | a | a | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | b | b | b | a | a | a |
| b | a | b | a | a | b | b | b | b | b | b | b | a | a | a | a | b | b | b | b | a | a | b | b | b | b | b | b | b | a |
| a | a | b | a | b | b | b | a | a | b | b | b | a | b | a | b | a | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | b | b | b |
| b | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | b | a | a | a | b | b | a | a | a | b | a | b | b | b | b | a | b | b |
| b | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | b | a | a | a | b | b | a | a | a | b | a | b | b | b | b | a | b | b |
| a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | a | a | a | a | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b |
| a | a | a | a | a | a | a | b | b | a | a | b | b | a | a | b | a | a | a | b | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| b | a | b | a | b | b | b | a | a | a | b | b | b | b | b | a | b | b | a | a | b | b | b | a | a | a | a | b | b |
| a | b | a | b | a | a | a | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | a | b | a | b | b | b | b | a | a | |
| 5 | 13 | 11 | 13 | 12 | 4 | 7 | 7 | 11 | 12 | 5 | 3 | 7 | 12 | 13 | 12 | 5 | 6 | 11 | 11 | 10 | 5 | 11 | 6 | 6 | 6 | 10 | 5 | 6 |
| 10 | 2 | 4 | 2 | 3 | 11 | 8 | 8 | 4 | 3 | 10 | 12 | 8 | 3 | 2 | 3 | 10 | 9 | 4 | 4 | 5 | 10 | 4 | 9 | 9 | 9 | 5 | 10 | 9 |
| 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| C-91 | C-92 | C-93 | 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 |
| a | a | a | b | b | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | a | a | b | a | b | a | a | a |
| a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | b | a | b | a | a | b | b | a | a | b | b | b | a | a | a |
| a | a | a | b | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | b | a | a | a | a | a | a | b | b | a | a | a | a | a |
| b | a | b | a | b | b | b | a | b | b | a | b | b | b | b | b | a | a | b | b | a | b | b | b | a | a | b | a | b | b | b |
| a | a | a | b | b | a | a | b | b | a | b | a | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | a | a | b | a | b | a | a | a |
| a | a | a | b | a | b | b | a | b | a | a | a | a | a | a | a | b | b | b | a | b | b | b | a | a | b | a | a | b | a | b |
| a | a | a | b | b | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | a | a | b | a | b | b | a | b |
| a | a | a | b | b | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | b | a | a | a | b | b | a | a | b | a | b | a | a | a |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| a | a | a | b | b | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | b | b | a | a | b | b | a | a | b | a | a | a | | |
| a | a | a | b | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a | b | a | a | < | a | |
| a | a | a | a | a | a | a | b | a | b | b | b | a | b | b | b | a | b | a | a | a | b | a | a | b | b | b | a | a | b | a |
| b | b | b | b | b | b | b | a | a | b | a | b | b | b | b | b | a | b | a | b | b | a | b | b | a | b | b | b | a | b | a |
| a | a | a | a | a | a | a | b | b | a | b | a | a | a | a | a | b | a | b | a | a | b | a | a | b | a | a | a | b | a | b |
| 13 | 14 | 12 | 5 | 6 | 11 | 11 | 5 | 10 | 12 | 6 | 11 | 13 | 12 | 12 | 11 | 6 | 4 | 4 | 12 | 13 | 3 | 4 | 12 | 12 | 2 | 11 | 6 | 11 | 11 | 11 |
| 2 | 1 | 3 | 10 | 9 | 4 | 4 | 10 | 5 | 3 | 9 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 9 | 11 | 11 | 3 | 2 | 12 | 11 | 3 | 3 | 13 | 4 | 9 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |

| FRECUENCIA | | PORCENTAJE | | TOTAL |
|------------|----|------------|-----|-------|
| a | b | a | b | |
| 70 | 51 | 58% | 42% | 121 |
| 92 | 29 | 76% | 24% | 121 |
| 91 | 30 | 75% | 25% | 121 |
| 35 | 86 | 29% | 71% | 121 |
| 83 | 38 | 69% | 31% | 121 |
| 69 | 52 | 57% | 43% | 121 |
| 63 | 58 | 52% | 48% | 121 |
| 67 | 54 | 55% | 45% | 121 |

| | | | | |
|----|----|-----|-----|-----|
| 71 | 50 | 59% | 41% | 121 |
| 74 | 47 | 61% | 39% | 121 |
| 70 | 51 | 58% | 42% | 121 |
| 92 | 29 | 76% | 24% | 121 |
| 68 | 53 | 56% | 44% | 121 |
| 47 | 74 | 39% | 61% | 121 |
| 74 | 47 | 61% | 39% | 121 |

Libro de códigos de trabajadores

| LIBRO DE CODIGOS - TRABAJADORES (T) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | LEYES | SI = a | | | | |
|-------------------------------------|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|--------|------|---|--|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | NDA | NO = b | | | | |
| PREGUNTAS | TRABAJADORES | 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 | | | |
| | N° - 01 | a | a | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | a | b | a | A | | |
| N° - 02 | b | b | a | a | a | b | a | b | a | b | a | a | b | a | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | a | a | a | B | | |
| N° - 03 | b | b | b | a | a | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | b | a | a | b | a | a | A | | | |
| N° - 04 | b | a | a | b | a | b | b | a | b | a | b | a | b | b | b | a | b | b | a | a | b | a | b | a | b | a | b | b | a | A | | |
| N° - 05 | a | a | b | a | a | b | a | b | a | a | b | b | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | A | | |
| N° - 06 | b | a | b | a | a | a | b | b | a | b | a | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | A | | |
| N° - 07 | a | b | a | b | b | a | a | a | b | b | a | b | a | a | a | b | b | a | a | b | a | b | a | b | a | a | b | a | b | A | | |
| N° - 08 | a | b | a | b | b | a | b | b | a | a | b | a | a | a | b | b | b | a | b | a | b | a | b | b | b | a | b | b | a | B | | |
| N° - 09 | a | a | a | b | b | a | a | a | b | a | a | b | a | b | a | a | b | b | b | b | b | a | b | a | b | a | b | b | b | B | | |
| N° - 10 | a | b | b | a | b | a | b | b | b | a | b | b | b | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | b | b | b | b | b | b | A | | |
| N° - 11 | a | a | a | a | b | b | a | a | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | a | a | b | b | a | a | b | a | a | b | B | | | |
| N° - 12 | b | a | b | b | a | a | b | b | b | b | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | b | b | a | A | | |
| SUB-TOTAL | a | 7 | 7 | 6 | 10 | 6 | 8 | 5 | 6 | 7 | 6 | 6 | 7 | 6 | 8 | 7 | 7 | 6 | 8 | 6 | 7 | 8 | 7 | 6 | 8 | 7 | 5 | 7 | 8 | | | |
| | b | 5 | 5 | 6 | 2 | 6 | 4 | 7 | 6 | 5 | 6 | 6 | 5 | 6 | 4 | 5 | 5 | 6 | 4 | 6 | 5 | 4 | 5 | 6 | 4 | 5 | 7 | 5 | 4 | | | |
| TOTAL | | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | | | |

| T-29 | T-30 | T-31 | T-32 | T-33 | T-34 | T-35 | T-36 | T-37 | T-38 | T-39 | T-40 | T-41 | T-42 | T-43 | T-44 | T-45 | T-46 | T-47 | T-48 | T-49 | T-50 | T-51 | T-52 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| b | a | a | b | b | a | a | a | b | b | a | a | b | a | b | a | b | b | a | a | b | b | a | a |
| a | b | a | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | b | b | a | b | a | b | a | a | b | a | b |
| a | a | a | b | b | a | b | a | a | a | b | b | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a |
| a | b | a | a | b | b | a | a | b | a | b | a | b | b | b | a | b | a | b | b | a | a | b | a |
| a | a | b | b | a | a | a | b | b | a | a | b | a | b | a | b | a | a | a | a | b | b | a | b |
| a | b | a | a | b | a | b | a | b | b | a | a | a | a | b | a | a | a | a | a | b | a | b | a |
| b | a | b | a | a | b | a | b | a | b | a | b | a | a | a | b | a | b | a | b | b | a | a | b |
| a | b | b | b | a | b | a | b | a | a | b | a | b | a | b | b | a | b | a | a | a | b | b | a |
| b | b | b | a | a | b | a | b | a | b | b | b | b | b | a | b | a | b | b | b | b | a | a | a |
| b | a | b | a | a | a | b | b | a | b | b | a | a | a | a | b | b | b | b | b | a | b | a | a |
| b | a | b | a | a | a | a | a | a | a | a | a | a | b | a | a | a | b | a | a | b | b | a | a |
| a | a | a | b | b | b | a | a | b | a | a | b | a | b | b | a | a | a | a | a | b | a | b | b |
| 7 | 7 | 6 | 7 | 6 | 7 | 8 | 7 | 6 | 7 | 7 | 7 | 7 | 6 | 6 | 7 | 8 | 6 | 8 | 8 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 5 | 5 | 6 | 5 | 6 | 5 | 4 | 5 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 | 5 | 4 | 6 | 4 | 4 | 7 | 6 | 5 | 4 |
| 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |

| FRECUENCIA | | PORCENTAJE | | TOTAL |
|------------|----|------------|-----|-------|
| a | b | a | b | |
| 32 | 20 | 62% | 38% | 52 |
| 31 | 21 | 60% | 40% | 52 |
| 37 | 15 | 71% | 29% | 52 |
| 25 | 27 | 48% | 52% | 52 |
| 30 | 22 | 58% | 42% | 52 |
| 37 | 15 | 71% | 29% | 52 |
| 29 | 23 | 56% | 44% | 52 |
| 24 | 28 | 46% | 54% | 52 |
| 23 | 29 | 44% | 56% | 52 |
| 21 | 31 | 40% | 60% | 52 |
| 36 | 16 | 69% | 31% | 52 |
| 27 | 25 | 52% | 48% | 52 |

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 12-nov.-2020 21:41 -05

Identificador: 1434839784

Número de palabras: 22708

Entregado: 2

INFORME FINAL 2 Por Lizbeth Adanaqué Rosas Por LIZBETH
ELIANA ADANAQUE ROSAS

| 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: ▼

Change mode

[imprimir](#) [descargar](#)



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
COORDINACIÓN DE COBRANZAS

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) ADANAQUE ROSAS LIZBETH ELIANA, con código de matrícula 0811152012, 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, 06 DE OCTUBRE DEL 2020.



V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

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