



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE  
PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA  
MICROEMPRESA, HOSPEDAJE “QUINTA PIEDAD”  
PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023**

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

**AUTORA**

**LEON CRUZ ASTRID JAMILEX  
ORCID: 0000-0002-1211-5417**

**ASESORA**

**MGTR. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA  
ORCID: 0000-0001-9618-6177**

**CHIMBOTE, PERÚ**

**2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0013-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **20:10** horas del día **09** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Miembro  
**Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE "QUINTA PIEDAD" PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023**

**Presentada Por :**  
(2111171022) **LEON CRUZ ASTRID JAMILEX**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE "QUINTA PIEDAD" PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023 Del (de la) estudiante LEON CRUZ ASTRID JAMILEX, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 6% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 04 de Marzo del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## **DEDICATORIA**

A mis padres y mi tía Karina, han sido la base de mi formación, cada uno de ustedes, ha aportado grandes cosas a mi vida y me han ayudado a enfrentar la gran tarea de encarar a la sociedad, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que incluye este, me formaron con reglas y algunas libertades me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

A mis sobrinos, Joseph, Alessia, Dylan y Valentino, porque siempre están conmigo en los buenos y malos momentos, gracias por brindarme día a día sus sonrisas y alegrías.

## **AGRADECIMIENTO**

Al forjador de nuestros caminos, a mi padre celestial el que me acompaña siempre me levanta de mi continuo tropiezo, al creador de mis padres y de las personas que más amo, con mi más sincero amor, tu afecto y tu cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo.

Mis padres, gracias por apoyarme y estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida, son mi ejemplo a seguir y mi mayor inspiración

## ÍNDICE GENERAL

Carátula.....	I
Jurado.....	II
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento .....	V
Índice General.....	VI
Lista de Tablas.....	VIII
Lista de Figuras .....	IX
Resumen .....	X
Abstracts .....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 Antecedentes .....	6
2.2 Bases teóricas .....	21
2.3 Hipótesis .....	27
III. METODOLOGÍA .....	28
3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación .....	28
3.2 Población y Muestra .....	29
3.3 Variables. Definición y Operacionalización .....	31
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	32
3.5 Método de análisis de datos .....	32
3.6 Aspectos Éticos .....	33
IV. RESULTADOS .....	35
V. DISCUSIÓN .....	45
VI. CONCLUSIONES .....	65
VII. RECOMENDACIONES.....	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	68

ANEXOS .....	74
Anexo 01. Matriz de Consistencia .....	74
Anexo 02. Instrumento de recolección de información .....	75
Anexo 03. Validez del instrumento .....	77
Anexo 04. Confiabilidad del instrumento .....	89
Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado .....	90
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información .....	91
Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos) .....	92

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Características de la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023 .....	35
Tabla 2. Describir el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 .....	37
Tabla 3. Describir los elementos de control en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 .....	39
Tabla 4. Detallar las características de liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 2023 .....	41
Tabla 5. Propuesta de un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023 .....	43

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. La credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023 .....	36
Figura 2. Nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 .....	38
Figura 3. Control en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 .....	40
Figura 4. liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 .....	42

## RESUMEN

La investigación planteo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023, el tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo-de propuesta, diseño no experimental de corte trasversal, se tomó una población muestral que estuvo conformada por 30 clientes en la variable atención al cliente y 10 trabajadores en la variable gestión de calidad, para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 10 preguntas por variable en escala de Likert, en donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 50.00% consideran que a veces el personal muestra amabilidad, el 46.67% indicaron que siempre el hospedaje cumple con lo ofrecido, el 53.33% manifestaron que los trabajadores responden ante sus inquietudes, el 33.33% indicaron que siempre el personal informa ante los equipos y características, el 53.33% de los trabajadores siempre cuentan con el apoyo del equipo, el 60.00% de los trabajadores nunca serian capaz de hacer algo que perjudique al compañero. Se concluye que el hospedaje “Quinta Piedad” debe brindar capacitación a su personal para que mejore la atención al cliente y así el huésped o los clientes se sientan satisfechos por el servicio ofrecido, los trabajadores tienen que tener buena comunicación para que sean un equipo y se ayuden mutuamente, se debe mejorar ambas variables.

Palabras claves: Atención al cliente, Gestión de calidad, Microempresa

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was: Establish a proposal to improve customer service for quality management in the microenterprise, lodging “Quinta Piedad” Province of Zarumilla, 2023, the type of research was quantitative, descriptive-proposal level, design non-experimental cross-sectional, a sample population was taken that was made up of 30 clients in the customer service variable and 10 workers in the quality management variable, to collect the information the survey technique was applied and as an instrument a questionnaire 10 questions per variable on a Likert scale, where the following results were obtained: 50.00% consider that sometimes the staff shows kindness, 46.67% indicated that the accommodation always meets what is offered, 53.33% stated that the workers respond Regarding their concerns, 33.33% indicated that the staff always reports to the teams and characteristics, 53.33% of the workers always have the support of the team, 60.00% of the workers would never be able to do something that harms their colleague. It is concluded that the “Quinta Piedad” lodging must provide training to its staff to improve customer service so that the guest or clients feel satisfied with the service offered, the workers must have good communication so that they are a team and help each other, both variables must be improved.

Key words: Customer service, Quality management, Microenterprise

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:**

Según Cabello (2019) La MYPE muestra su importancia desde distintos puntos de vista. Primero que todo, es una de las principales fuentes de empleo, lo que la hace interesante como una herramienta para promover el empleo, ya que solo requiere una inversión inicial.

Además, puede convertirse en un importante respaldo para la gran empresa al solucionar ciertos problemas de producción, esto brinda la oportunidad para que aquellas personas desempleadas y con escasos recursos económicos puedan crear sus propios puestos de trabajo, al mismo tiempo que contribuyen a la producción de la gran empresa, apoyo a las nuevas empresas se fomenta la creación de empleo y nuevas ideas, impulsando así el desarrollo económico, formación, acceso a financiamiento y regulaciones incentivadoras.

En Ecuador la atención al cliente según expertos en el campo, hay una falta de investigación actualizadas, datos obsoletos y una falta de implementación de protocolos en la atención al cliente. Aunque reconocen que la mayoría de las empresas tienen deficiencias, señalan dos razones principales: la falta de una cultura sólida de atención al cliente y la ausencia de enseñanza en las escuelas sobre la importancia de satisfacer al usuario. Ecuador, sin embargo, se convirtió en el sexto país con altos niveles de eficiencia en atención al público, de acuerdo a la página Diagnostico Institucional del servicio al público de Ecuador, según (Zapata, 2019)

Por otro lado, en México, deben buscar la manera de ayudar al cliente de la mejor forma posible. Lamentablemente, muchas veces no se cumple con esta expectativa, lo que genera una mala experiencia para el cliente y una percepción negativa de la empresa.

Es necesario que los gerentes se enfoquen en mejorar la gestión de calidad y atención al cliente, que los encargados del servicio estén capacitados y comprometidos en brindar soluciones efectivas a las necesidades de los clientes. Si una persona no tiene las habilidades

o conocimientos necesarios, la convocatoria debe ser asignada a alguien que sí esté calificado en esa área, México, corresponde al 99.8% del total de todas las empresas en el país, representan una cantidad significativa de los ingresos nacionales. Sin embargo, el principal problema de las Mypes es la falta de una clasificación adecuada de los empleados, según (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2021)

En Perú solo el 1% de empresas formales cuentan con un sistema de gestión de calidad, es crucial que se proporcione un régimen especial para casi el 80% de la población que está empleada, como sugiere la propuesta legislativa, con el fin de aumentar su presencia en el territorio peruano. A pesar de ello, hay dos problemas muy frecuentes que obstaculizan el crecimiento de las Mypes.

En primer lugar, hay un problema en la gestión de calidad, debido a la falta de capacitación y desarrollo de personal. También se observa que hay una deficiencia en la contratación de personal, ya que los gerentes optan por empleados cuyo coste de contratación sea más bajo de lo normal, lo que a largo plazo puede resultar más costoso que contratar a trabajadores mejor calificados. Esta falla se refleja en la falta de atención al cliente, la lentitud en la solución de problemas y la mala calidad de la conexión. Estos problemas afectan negativamente la experiencia del usuario y generan una percepción negativa de la empresa proveedora de servicios.

El personal no está debidamente preparado para brindar una atención personalizada, lo que resulta en errores constantes en atención al cliente. Esto genera desconfianza e insatisfacción en los usuarios, impidiéndoles sentirse cómodos al volver a adquirir ese servicio. El producto o servicio es crucial tener en cuenta la escucha activa para lograr buenos resultados en el trabajo, según (Ramírez, 2020)

La empresa brinda un servicio al cliente con el objetivo de establecer una comunicación y relación sólida, lo cual garantiza la satisfacción del cliente y asegura la rentabilidad y crecimiento de la empresa. Esta atención al cliente se enfoca principalmente en empresas de servicios. En la actualidad, se busca una comunicación directa y estrecha entre el cliente y la empresa para satisfacer sus necesidades y lograr su felicidad con el servicio recibido.

En la microempresa hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, los clientes y el personal consideran que la propietaria o el líder no están realizando y brindando una buena atención y gestión al cliente por lo cual se planteó la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023? Para resolver el problema se planteó los siguientes problemas específicos ¿Cuáles son las características de la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023?. ¿Cuál es el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023?. ¿Cuáles son los elementos de control en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023?. ¿Cuáles son las características de liderazgo de la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023? Y ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023?

La investigación se califica de manera teórica, la principal aportación e información relevante de acuerdo a sus variables, atención al cliente y gestión de calidad nos permite incrementar el conocimiento, así mismo nos permite cuestionar e incrementar los resultados de las dimensiones que componen atención al cliente y gestión de calidad. Por lo tanto, tienen una justificación práctica, ya que la información que contiene permitió tomar acciones para mejorar la gestión de calidad y la atención al cliente en el Hospedaje Quinta Piedad, desde esa perspectiva diseñar estrategias que ayuden a la potenciación de dichas variables y así tanto clientes como trabajadores estén satisfechos. Así mismo se cuenta con una justificación metodológica, debido a que se estableció un método descriptivo y cuantitativo se describieron las variables atención al cliente y gestión de calidad en base a los resultados por lo tanto también se planteó soluciones, para recolectar los datos necesarios se utilizó la encuesta tipo Likert, se recolectó información de los clientes y trabajadores del hospedaje Quinta Piedad, la cual está validada por expertos, de esta manera, esta investigación se convertirá en un precedente para futuros investigadores interesados en abordar el tema de "Atención al cliente y Gestión de calidad".

En la investigación se planteó el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje "Quinta Piedad" Provincia de Zarumilla, 2023. Y como objetivos específicos, Describir la credibilidad en la microempresa, hospedaje "Quinta Piedad" Provincia de Zarumilla, 2023. Detallar el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje "Quinta Piedad" de la Provincia de Zarumilla, 2023. Detallar los elementos de control en la microempresa Hospedaje "Quinta Piedad" de la Provincia de Zarumilla, 2023. Describir las características

de liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 y Elabora una propuesta de un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023.

## II. MARCO TERÒRICO

### 2.1 Antecedentes

#### **Internacional**

Se hizo la búsqueda, pero al no encontrar información de la misma variable se optó por utilizar de variables similares

#### **Variable 1: Atención al cliente**

Ávila (2021) en su tesis de la Universidad de Boyacá, para optar el grado en Semillero de Investigación. *Titulado Mejoramiento Continuo en Atención y Servicio al Cliente para Hoteles de la Ciudad de Duitama, año 2021*, el objetivo de la presente investigación es permitir generar mayor confianza en las relaciones comerciales entre turistas y anfitriones, lo que a su vez garantiza mayor reconocimiento del sector en el departamento y del mismo modo, un exponencial aumento de ingresos económicos. Emplea el método correlacional de la línea de investigación Gestión estratégica empresarial, diseño no experimental transversal, para el recojo de información se utilizó una población a 4 hoteles, los cuales van a ser el objeto de estudio de la investigación, para dichos resultados el 36% de la población hace reservas via WhatsApp y llamadas, el 42.09% tiene en cuenta a la hora de elegir el hotel ( en donde está ubicado), el 58.00% de la población se enteran de la diversidad de hoteles en la ciudad, el 62.04% los trabajadores siempre dan información sobre los equipos, características acerca del hotel y sus instalaciones , 58.00% prefiere hospedarse en un hotel de la Ciudad de Duitama, el 88.00% nos dicen que el personal casi siempre tiene apariencia pulcra, hoteles de la ciudad de Duitama y el 86.00% es que la empresa casi siempre valora las aportaciones de los huéspedes de ciudad de Duitama y se concluye que Uno de los

mayores obstáculos para el crecimiento de todas las organizaciones es el servicio al cliente, el cual es fundamental para lograr el éxito organizacional, sin importar el sector comercial en el que se encuentren. manera podemos reescribir el texto: "De acuerdo a esto" o "Bajo esta perspectiva" o "Con respecto a esto" o "Desde este punto de vista". El servicio al cliente se convierte en una manera en la cual la empresa busca diferenciarse, logrando así fidelizar a sus clientes actuales y atraer a nuevos.

Benavidez (2020) En su tesis de Universidad Católica del Ecuador, para optar el grado de Magister en Administración. Titulado “*Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas, 2020*”, el objetivo es llevar a cabo un análisis exhaustivo sobre la calidad del servicio ofrecido por el equipo de trabajo en el hotel Perla Verde. En este proceso, se buscará identificar las fortalezas y oportunidades para mejorar, así como las debilidades y amenazas que existen en la gestión de calidad. Con base en estos hallazgos, se propondrá un plan de mejora para fortalecer el servicio en dicho hotel. La metodología utilizada en esta investigación se basa en un enfoque cuantitativo y cualitativo, centrándose en la interacción humana. Durante el proceso, se llevó a cabo una investigación bibliográfica y se revisaron documentos y archivos históricos. Además, se adoptó un enfoque cualitativo que se basó en comprender la realidad de la gestión. El estudio permitió conocer el entorno en el que se lleva a cabo la práctica de control de calidad. Se obtuvo como resultados el 58.00% casis siempre la gestión administrativa y estratégica del hotel son eficientes, 63.00% de los encuestados respondieron que las herramientas e instrumentos para efectuar el trabajo en el hotel afirmo totalmente, 83.00% respondieron que casi siempre el hospedaje permite al cliente modificar su reserva, un manual de procedimientos en los que se detalle específicamente las tareas a realizar por cada empleado, el 92.00% expresó que sí

están de acuerdo con la manera de trabajar en el hotel, el 71.00% de los encuestados marco que a veces hacen ejecución de procesos de capacitación para los colaboradores, 92.00% afirmó que siempre se realizan aplican procesos de motivación y recompensa para premiar el esfuerzo de los empleados que rinden más allá de las expectativas. Se concluye que la falta de capacitación al personal del hotel, la ausencia de manuales de procedimientos y la prestación de servicios sin valor agregado, han sido evidenciados como problemáticas a través de la aplicación de la herramienta de medición de calidad del servicio, Servqual. no obstante, se han obtenido resultados positivos en las variables analizadas.

Villareal (2021) en su tesis de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, titulado *“Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, 2021”* para optar el grado de magister en Administración de Empresas. Tiene como objetivo: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, Utilizar la investigación de campo para desarrollar estrategias para mejorar el servicio al cliente. La metodología utilizada, en el estudio se aplica el método deductivo; dado que este conocimiento es adoptado y aplicado en el sector servicios con base en las teorías presentadas en el marco teórico, se obtuvieron los siguientes resultados: el cliente se pudo determinar que existen ciertos problemas en cuanto a la dimensión de elementos tangibles, puesto que el promedio de la dimensión en las percepciones de los usuarios fue de 0.07% En cuanto a la dimensión de seguridad se evidenció que esta obtuvo una percepción mayor en relación a las expectativas de los usuarios con un porcentaje de 0.09% dado por que los empleados

transmiten la confianza necesaria a los usuarios al momento de la atención y de realizar sus pagos; además de que conocen bien el producto que ofrecen por lo que ayudan a los clientes con sugerencias positivas, sumado a que manejan de manera correcta los sistemas con los que se cuentan equipadas las cafeterías. Las percepciones en la dimensión de empatía estuvieron por debajo de las expectativas con un promedio de 0.25% debido a que rara vez responden las inquietudes los empleados durante la atención, seguido de la falta de paciencia al resolver las inquietudes del usuario, el uso inadecuado en su tono de voz el cual no es agradable y finalizando con 0.27% casi siempre tienen la capacidad de receptar las quejas de los usuarios. Y se concluyó, la calidad del servicio se refiere a la medida en la que las características cumplen con las exigencias del cliente. En la gestión organizacional actual, la calidad del servicio se ha vuelto una necesidad ineludible para cualquier empresa, sin importar su industria o tipo de negocio. Esto se debe a que los clientes están cada vez más informados y, como consecuencia, son más exigentes en sus expectativas.

### **Variable 2: Gestión de calidad**

Escalante (2020) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, titulada *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles en la provincia de Leoncio prado periodo 2020*, tuvo como objetivo: Definir las principales características de la gestión de la calidad, beneficiando la competitividad de las MYPES en el sector empresarial, rubro Hoteles en la provincia de Leoncio prado – Tingo María 2020. Como objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las MYPES del sector comercio- rubro Hoteles, como metodología tuvo: Diseño de la investigación, se utilizó el diseño no experimental, transversal, descriptivo, cuantitativo; utilizo la técnica de la encuesta y la observación, el

instrumento empleado fue el cuestionario de 17 preguntas. En el plan de análisis utilizo; software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSS versión 19); esta investigación tuvo como principios; la veracidad éticos respeto a las personas, la confiabilidad, confidencialidad. Obtuvo el siguiente resultado: El 62.50% de los de los trabajadores respondieron que la empresa rara vez es flexible con ellos. El 62.50% de los representantes son del género femenino. El 75.00% de los representantes tienen estudios universitarios. El 50.0% de las MYPES tienen una permanencia de 2 a 10 años en el rubro. El 100% de las MYPES tienen como objetivo generar ganancias. El 100% de los trabajadores dicen que nunca harán nada para dañar el trabajo de otro trabajadore. El 100% de los representantes afirman que sus trabajadores son eficientes al brindar el servicio. El 50.00% casi siempre el hospedaje prioriza la opinión de los clientes. Concluyó que la mayoría de los representantes legales de las MYPES encuestados: el 62.50% tienen el promedio de 36 a 50 años de edad, el 62.50% son del sexo masculino, el 75.00% tienen grado de instrucción superior universitario. Así mismo las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: el 50.00% tiene trabajando en el rubro ya más de dos años, el 100% afirma que su empresa es formal, el 37.00% tienen de 1 a 3 trabajadores permanentes, los empresarios encuestados manifestaron que respecto a la competitividad de las MYPES tienen las siguientes características: el 100% manifestó que la competitividad es buena para el buen desempeño de las MYPES.

Sánchez (2020) en su tesis de la Universidad Rafael Landívar, titulada *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa, 2020*. Tesis de grado, tuvo como objetivo: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. La metodología es de tipo descriptivo, de diseño

no experimental, transversal, la población muestra estuvo conformada por 70 clientes y se confecciono un cuestionario con 3 preguntas cerradas para los clientes, y se medió la calidad del servicio con puntuaciones a los 5 indicadores, obteniendo los siguientes resultados: El 56% de los clientes dijo que los trabajadores a veces muestran amabilidad. El 42% de clientes que visitan el restaurante. El 42% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores siempre informan sobre las características del hotel. Elementos tangibles: con 4.5% Fiabilidad: con 4.53% Capacidad de respuesta: con 4.60% Confiabilidad: con 5.66% Empatía: con 4.57% Conclusión: La evaluación 360° reveló que los colaboradores entienden las expectativas de los clientes gracias a su continua relación directa con ellos. Los directivos no, mientras que la discrepancia mencionada revela que los directivos, al no entender las expectativas de los clientes, carecen de conocimiento sobre lo que estos valoran en un servicio y, por lo tanto, se les dificulta tomar acciones efectivas que satisfagan sus necesidades y expectativas.

Burgos (2020) en su tesis de la Universidad libre de Colombia, titulada *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, 2020*”, planteó como objetivo: Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa María, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO ISO9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 0.08% que estandarice sus procesos y valores el riesgo del sistema. La metodología utilizada fue de tipo mixta, porque se recolectaron, analizaron, reportaron e interpretaron los datos cuantitativos y cualitativos. Para la recopilación de los datos se utilizó una población de 4500 cliente donde el tamaño de la muestra a considerar se calcula sobre el 13.00 % es decir 367 clientes, a

quienes se les aplico un cuestionario compuesto por 8 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 94.00 % califica el restaurante como un lugar muy bueno o excelente en cuanto a la experiencia culinaria y le servicio en su totalidad, el 40.00 % estaría dispuesto a recomendar y regresar al establecimiento, mientras que entre las quejas presentadas por los clientes el 38.32 % señala que tienen una adecuada atención y servicio que brinda el restaurante, el 81.00 % rara vez los trabajadores son flexibles, el 14.00 % respondieron que los trabajadores rara vez responden ante las inquietudes que hacen los huéspedes, el 13.00 % en relación al ambiente del local, el 71.00% con relacionado que la empresa casi siempre ayuda con la modificación de las reservas y el 39.21 % dice que el hospedaje casi siempre cumple con lo ofrecido. Se concluye que, La organización tiene graves deficiencias en la planificación del sistema de gestión de calidad debido a su reciente implementación y la falta de conocimiento tanto de directivos como de empleados. Además, ha habido poco progreso en la evaluación del desempeño y liderazgo, ya que no se han identificado métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerlos. Como resultado, se ha observado una falta de control y medición, lo cual ha llevado a la insatisfacción de los clientes en procesos específicos como la gestión del servicio al ingreso y en momentos críticos.

## **Nacional**

### **Variable 1: Atención al cliente**

Ramos (2020) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciada en Administración la presente investigación titulada “*Propuesta de mejora en la atención del cliente para la gestión de calidad en la Micro Y Pequeñas*

*Empresas Del Sector Servicio – Rubro Hoteles Caso Montecarlo Suits Y Hotel en la Victoria, Lima, 2020*” la Investigación tiene como objetivo determinar la Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro hoteles – Montecarlo Suites y Hotel en la Victoria, Lima, 2020. La metodología utilizada en la investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño transversal – no experimental, la técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los resultados de dicha investigación evidencian que el 80.00% de los clientes califica regular las instalaciones del establecimiento, el 86.00% de los trabajadores califica que casi siempre el servicio es eficiente que ellos ofrecen al huésped, el 75.00% de los clientes califica casi siempre dan una buena atención dentro del hospedaje, el 100.00% de los clientes califica muy bueno el trato que se brinda dentro del establecimiento, el 67.00% de los trabajadores califica que siempre empresa da soluciones de manera eficaz al cliente, el 67.00% de los trabajadores califica que nunca harán nada mala para su beneficencia. En conclusión, se redactó una propuesta de mejora con el objetivo de brindar una mejor atención al cliente. Se buscaron soluciones para solucionar los problemas identificados, utilizando un lenguaje apropiado y lógico. Además, se busca mejorar la gestión de calidad en beneficio del desarrollo y crecimiento futuro.

Campos (2020) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciada en Administración. Titulado “*Gestión Bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Servicios, Hoteles, Distrito de Iquitos, Año 2020*”, el objetivo de la presente investigación ha sido determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2020. Las características de la metodología fueron denominadas cuantitativa, de nivel descriptivo,

no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Con un cuestionario compuesto por 21 preguntas se entrevistó a los propietarios de los hoteles seleccionados mediante la técnica de la encuesta. Como resultados se obtuvo que son dirigidos por gerentes que en su mayoría están en el rango de edad “31 a 40 años” (66.70%) y nivel de instrucción “universitario” (70,80%). Respecto a la gestión: el 87,5% de los hoteles se gestionan bajo la filosofía de la mejora continua; el 70,80% respondieron que casi siempre los trabajadores muestran credibilidad al momento de ofrecer el servicio; el 91,70% tiene estandarizado los procesos clave de los hoteles. Respecto a atención del cliente: las mypes del sector servicios, hoteles, refieren que cuentan con la infraestructura adecuada (87,5%) para brindar el servicio que ofrecen a sus clientes y tienen protocolos de atención difundidos entre su personal y siempre existe una supervisión de sus servicios antes de ser ofrecidos. Los gerentes reconocen como primera ventaja de cumplir con la promesa de servicio a la “rentabilidad” (62,50%); “imagen” (16,70%); “posicionamiento” (12,5%) y “nuevos clientes” (8,30%). Finalmente se concluye que, Tras realizar una evaluación continua del nivel de satisfacción del cliente, se llegó a la conclusión de que las micro y pequeñas empresas del sector servicios, específicamente los hoteles en el distrito de Iquitos, tienen una gestión centrada en ofrecer calidad y servicio al cliente de manera constante.

Velázquez (2020) en su tesis de la Universidad Privada de Tacna, para optar el título profesional de Ingeniera Comercial. Titulado “*La Gestión de Servicio al Cliente y el Nivel de Rentabilidad del Sector Hotelero del Distrito de Tacna Año 2020*” la presente tesis tiene como objetivo determinar la correlación que existe entre la Gestión del servicio al cliente y el nivel de rentabilidad del Sector Hotelero en el Distrito de Tacna, el tipo de investigación que presenta el proyecto es de investigación pura, descriptiva porque está orientada a conocer

la situación sobre gestión de servicio al cliente y la parte económica (rentabilidad) de las empresas del Sector Hotelero, a fin de mejorar la gestión de servicio al cliente y por consiguiente mejorar la rentabilidad del Sector Hotelero, como instrumentos de recolección de datos se aplicó la encuesta, previamente validada, obteniendo como resultados 67.00% nos respondieron que el personal del hospedaje casi siempre muestra una apariencia pulcra, el 41.00% de los trabajadores respondieron que el hospedaje casi siempre toma en cuenta las opiniones del huésped, el 40.60% de los clientes encuestados respondieron que casi siempre el hospedaje muestra confiabilidad del hospedaje, el 51.00% de los clientes que a veces atienden con amabilidad los trabajadores, el 34.9% están de acuerdo con la demora de servicio, 36.00% respondieron que siempre el dueño los incentiva o motiva a ser mejor en sus labores y se concluyó, que se ha comprobado que hay una conexión entre la Gestión de Servicio al cliente y el nivel de Rentabilidad. Mediante la prueba de Spearman, se pudo determinar que esta conexión es significativa y positiva. Esto se debe a diferentes factores relacionados con los turistas que utilizan servicios de hospedaje, como su percepción de la Gestión de Servicio y la calidad proporcionada por los establecimientos de hospedaje. Además, es importante destacar que, en la actualidad, los turistas no solo buscan un lugar para descansar y pasar la noche, sino que también buscan una experiencia de viaje completa. El alojamiento se valora según su infraestructura y equipamiento, así como por el servicio brindado a través de la atención cordial y amable de los empleados, quienes están atentos a las necesidades de los huéspedes (ofreciendo atención personalizada).

## **Variable 2: Gestión de calidad**

Hutía (2019) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciada en Administración. Titulado “*Gestión De Calidad Y Eficacia En*

*Los Procesos Administrativos de las Mypes Del Sector Servicio, Rubro Hospedaje-Juanjuí, San Martín, 2019*” el presente informe de tesis ha tenido por objetivo determinar la relación entre la Gestión de Calidad y Eficacia en los Procesos Administrativos en las mypes del Sector Servicio, Rubro hospedaje, de la ciudad de Juanjuí, San Martín, 2019, año 2019. La metodología de investigación se caracterizó por cuantitativa; nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal, para realizar la investigación se utilizó la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado, obteniendo como resultados el 50.00% es la edad del microempresario de 41 a 50 años de edad, 75.00% son de sexo masculino, el 50.00% de encuestados respondieron, casi siempre hay una comunicación buena entre todos los del hospedaje, el 100% Gestiona su negocio bajo la filosofía de la mejora continua, el 100% sobre La gestión tiene enfoque en el cliente, 75.00% el líder tiene una excelente habilidad de comunicación, el 75.00% el hospedaje casis siempre cumple con las necesidades de compra de los clientes, 75.00% se da el proceso de organización en la empresa y se concluye: Luego de llevar a cabo pruebas estadísticas, se ha determinado que existe una correlación entre la gestión de calidad y los procesos administrativos. Se ha demostrado que los procesos son eficaces y, por lo tanto, la gestión es satisfactoria debido a la habilidad de mantener un desempeño constante y de alta calidad para los clientes, gracias a una planificación y liderazgo que es controlada del proceso.

Rodríguez (2020) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciada en Administración, la presente investigación titulada *“Gestión de Calidad y Competitividad de las Mype, Rubro Hoteles de la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita Año 2020”* tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE, rubro Hoteles la investigación fue

cuantitativa, nivel descriptiva, con diseño no experimental de corte transversal, se utilizó la técnica de encuesta y cuestionario como instrumento, se obtuvo como resultados que el 100% de los propietarios si diseñan estrategias para mejorar la gestión de calidad, también se obtuvo que el 100% de los propietarios considera que su servicio es mejor que la competencia, el 67.00% dice que el personal del hotel casi siempre está atento a deseos y necesidades, el 100% de los encuestados establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido, como conclusión que la MYPE se basa en una gestión de calidad efectiva para satisfacer las necesidades del cliente. También da importancia al manejo adecuado de la competitividad para destacar en un mercado cada vez más competitivo. Muchos propietarios aplican correctamente los sistemas de gestión de calidad y planifican adecuadamente sus funciones y responsabilidades. Esto les permite desarrollar procesos y procedimientos para alcanzar los objetivos establecidos.

Rodríguez (2020) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciado en Administración. Titledo “*La Gestión de Calidad en Atención al Cliente y Plan de Mejora en las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Hoteles, Miraflores Alto Distrito Chimbote, Año 2020*” tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en Miraflores Alto, Chimbote año 2020. La metodología fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 12 representantes de las microempresas a quienes se aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 58,03% tienen en el cargo. El 66,07 % tienen en el rubro de 7 años más. El 66,07 % cuentan

con 1 a 5 trabajadores. El 50,00 % si conoce el término de líder tiene que tener una buena comunicación. El 50,00% no utiliza ninguna técnica. El 41,06 % utiliza la evaluación. El 91,07 % si conoce el término gestión de calidad. El 91,07 % casis siempre se ayudan con las labores del hospedaje. El 100,00 % si cree que es importante la atención al cliente. Se concluye, según se ha observado, los representantes ofrecen un servicio amable al cliente, sin embargo, lo hacen basándose en la experiencia y no emplean herramientas de gestión de calidad en el servicio. En consecuencia, resulta imperativo que los líderes adquieran las habilidades y recursos necesarios para comprender las demandas de sus clientes y así impulsar el crecimiento de la empresa.

### **Regional / Local**

#### **Variable 1 y 2: Atención al cliente y Gestión de calidad**

García (2019) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciada en Administración. Titulado “*Características de la competitividad y atención al cliente de las mype del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2019*”, tuvo como objetivo: Describir las Características de la Competitividad y Atención al cliente de las mype del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito De Sullana, 2019. El tipo de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo- cuantitativo. La población para el estudio, la variable de competitividad está conformada por los clientes, es considerada como una variable infinita., para la variable de atención al cliente la población será infinita, (clientes) a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados sobre Atención al cliente: 83% si conoce las ofertas que la empresa realiza; el 67.00% si se preocupa por el servicio que brinda al cliente; el 59.00% de encuestados dicen que a veces

brindan la información necesaria que necesita el huésped el 82.00 % cree que realiza cambios innovadores; el 74.00% casi siempre están para ayudarme en las tareas del hospedaje; el 67% respondieron que casi siempre muestra credibilidad al momento de atención al cliente; el 69.00% si utiliza las redes sociales; el 64.00 % cree que el servicio que brinda es profesional; el 64.00 % menciona que casi siempre brinda un servicio confiable, en conclusión, está familiarizado con las promociones que la empresa ofrece en comparación con las de la competencia y si se preocupa por brindarle el servicio que usted necesita como cliente.

Romero (2019) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciada en Administración la presente investigación titulada *“Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes, sector servicio rubro hoteles, distrito Zorritos, 2019; tuvo como objetivo Determinar la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES, la investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como instrumento la encuesta; para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 7 propietarios de las mypes y clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario 162 de Preguntas. Obteniendo como resultados de dichas dimensiones sobre gestión de calidad fue dirigida a los gerentes, el 100% Contexto de la Organización del hotel NESSUS HOTELES PERU S.A, el 100% Dimensión Liderazgo del hotel NESSUS HOTELES PERU S.A, el 90.00% Dimensión Planificación del hotel COSTA BEACH EIRL, en la variable atención al cliente que fue dirigida a los clientes, 44.00% es por el tiempo de espera por el servicio, el 44.00% el hospedaje casi siempre cumple con lo ofrecido según las redes sociales, el 34.32% dice que el hospedaje o los trabajadores a veces cumple con la información que el huésped consulta y se concluyó de que el resultado de la encuesta de gestión de calidad reveló una falta de interés por parte de*

los dueños en la dimensión de planificación. Por tanto, es crucial que la planificación se convierta en una prioridad para ellos. En relación al tiempo de espera y de necesidades de compra, la mayoría de los clientes afirmaron que la atención al cliente en los hoteles no es ni rápida ni lenta. También señalaron que, en cuanto al tiempo de espera, las respuestas de los representantes de atención al cliente están dentro del promedio, aunque resultan poco comprensibles.

Soto (2020) en su tesis de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar el grado de licenciada en Administración la presente investigación titulada *“La formalización y su influencia en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas rubro hotelero de la ciudad de Tingo María – 2020.”* Tiene como objetivo determinar la formalización y su influencia en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas. La investigación fue No experimental-descriptiva; para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 24 micro y pequeñas empresas que brinda el servicio de hotelería. Los resultados se obtuvieron por medio de una encuesta, compuesto por 14 preguntas con respuestas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: el 42.00% están constituidas como Sociedad de responsabilidad limitada, el 58.00% pagan sus impuestos bajo el régimen tributario RER, en un 83% bajo el régimen laboral especial MYPE, el 83.00% de los trabajadores encuestados mencionan que casi siempre tienen comunicación, el 87.00% de los encuestados si considera que la formalización le permitió atender nuevos clientes, el 92.00% de los encuestados refieren que sí le han abierto las puertas al crédito bancario debido a la formalización. Estos resultados manifiestan que la formalización posee un golpe positivo sobre la calidad de los servicios, y asimismo hay una sección minoritaria en el cual percibe que la formalización no tiene resultado positivo relacionado a la calidad de los productos. En

la pregunta: ¿Considera usted que trabajar con productos financieros ha mejorado la gestión de la calidad de su negocio? Respondieron: que el 79% de los empresarios, si consideran que trabajar con productos financieros mejoro la gestión de calidad de los hoteles, por tanto, según los resultados podemos manifestar, gracias al crédito bancario, mejoro la calidad de los hoteles y se concluye que la formalización de las micro y pequeñas empresas en el rubro hotelero de la ciudad de Tingo María tiene un efecto positivo en el desarrollo de la gestión de calidad de estas empresas. En cuanto a la satisfacción que ha generado la formalización a los empresarios, el 79% de ellos ha manifestado su agrado. Además, la mayoría de los empresarios recomendarían a otros empresarios que se formalicen para lograr un desarrollo integral de sus empresas.

## **2.2 Bases teóricas:**

### **Variable 1: Atención al cliente**

Silva (2020), el propósito de atención al cliente es ofrecer orientación a través de la comunicación con el fin de comprender e interpretar las necesidades de los clientes y lograr satisfacer al cliente, además de fidelizarlos.

El objetivo principal de un departamento de servicio al cliente es garantizar la disponibilidad y proporcionar atención a los clientes y huéspedes antes, durante y después de su estancia en un establecimiento.

El departamento se encarga de proporcionar a los clientes una experiencia positiva, ya sea a través de información, recomendaciones o garantizando su comodidad y seguridad.

Al hacerlo, podrán relacionar un negocio con un servicio al cliente excepcional y convertirse en clientes fieles, según (ESDAI, 2022)

### **Dimensión 1: Credibilidad**

La honestidad debería ser siempre la base de la credibilidad, ya que es imposible construir relaciones duraderas basadas en la mentira y la falsedad. La influencia que alguien pueda tener en su entorno no importa si se descubre que no ha sido honesto, ya que su estructura seguramente colapsará. Las grandes empresas a menudo manipulan la verdad para sobrevivir y tratan de complacer a los consumidores solo cuando les conviene. Estamos en una era de constante cambio y alta exigencia del público hacia los mercados, el acceso a gran cantidad de información ha convertido a los compradores en exigentes expertos que siempre quieren más de lo que obtienen, según (Porto, 2022).

#### **Indicador 1: Amabilidad**

La cortesía es clave en los entornos corporativos. Facilita un ambiente tranquilo y agradable dentro de la organización, tanto para sus miembros como para quienes la visitan. Es una cualidad humana que, en el ámbito personal abre muchas oportunidades, las personas amables son populares entre la gente es por ello que la amabilidad es una cualidad natural que atrae a las personas, aquellas que son amables tienden a tener interacciones más positivas con su entorno y con los demás.

#### **Indicador 2: Confianza**

La confianza en la organización tiene múltiples dimensiones, en cuanto al equipo, es fácil de imaginar la confianza. Tienes fe en que tu empleado cumplirá con esta tarea antes de la fecha límite. No obstante, la confianza es un concepto más complejo que probablemente

resulte más complicado de definir, aunque la confianza entre individuos, equipos o líderes es fundamental, los efectos conjuntos de esa confianza son aún más importantes. Con frecuencia, se relaciona la confianza con las acciones y los resultados concretos, y las empresas no pueden lograr un rendimiento excepcional sin establecer una base de confianza.

### **Dimensión 2: Nivel de orientación**

Es el grado de satisfacción sobre la orientación dada por la empresa a los huéspedes, es tener un interés genuino por conocer las opiniones para así determinar si el producto o servicio cumple con la misión, según (Porto, 2022).

#### **Indicador 1: Solución de problemas**

Es importante aplicar un proceso de resolución de problemas para que así nos lleve encontrar la mejor solución ante cualquier obstáculo o duda del cliente.

#### **Indicador 2: Cumplimiento de necesidades**

Es aquello que motiva al cliente a comprar un producto o servicio, aquí la necesidad puede ser conocida o desconocida así permitiendo brindar experiencias positivas, lo que a su vez genera mayor lealtad con el servicio.

### **Variable 2: Gestión de calidad**

Palma (2018) Como un enfoque gerencial innovador, esta nueva perspectiva permite que las organizaciones se conviertan en líderes destacados en el ámbito de la gestión del conocimiento. Se fundamenta sobre todo en el recurso más valioso: el talento humano y sus

conocimientos. La auténtica destreza de una empresa no se encuentra en la cantidad de información que posea, sino en su habilidad para aprovecharla adecuadamente.

### **Dimensión 1: Control**

La función de control es crucial en la vida de una organización, ya que permite identificar las diferencias entre lo planeado y lo ejecutado, y tomar las medidas necesarias para alcanzar los objetivos establecidos. Es imprescindible que las organizaciones cuenten con un control para asegurar su operatividad y productividad adecuadas. Lograr esto les facilitará aumentar sus ganancias, disminuir sus gastos y brindar un producto o servicio superior a sus clientes. Al implantar un sistema de control, es necesario que el personal clave comprenda y esté de acuerdo con su implementación, que se establezca en conformidad con los objetivos y que se evalúe su eficacia para eliminar, simplificar o combinar lo que sea necesario para mejorarlo, según (Álvarez, 2020)

### **Indicador 1: Eficiencia**

La eficiencia es la habilidad de una compañía para lograr sus objetivos de manera efectiva, utilizando al máximo sus recursos y reduciendo al mínimo sus gastos. Es decir, se refiere a la habilidad de una empresa para utilizar de manera eficiente sus recursos, tales como el tiempo, el dinero y el personal, con el fin de generar productos y servicios de gran calidad, al menor costo y en el menor tiempo.

### **Indicador 2: Flexibilidad**

Todos comprendemos que, en términos generales, algo se considera flexible cuando tiene la capacidad de cambiar o adaptarse a factores externos. Traslado esta idea al

contexto de las empresas, la flexibilidad se refiere a la capacidad de una organización para responder de manera efectiva a un entorno competitivo en constante cambio, al mismo tiempo que mantiene o mejora su posición en el mercado.

## **Dimensión 2: Liderazgo**

La forma en que se gestiona un equipo o una empresa tiene un impacto directo en sus resultados. Cuando el liderazgo es sólido, los empleados tienen claridad sobre la dirección a seguir. Sin embargo, si esto no sucede, es probable que el equipo de trabajo ignore sus metas y termine en fracaso. No obstante, el liderazgo efectivo representa aún más, ya que impulsa y transmite la motivación requerida para trabajar en equipo. No se trata solo de dar órdenes para alcanzar un objetivo, sino de fomentar el interés en la consecución de metas compartidas. Para que tu empresa tenga éxito, es crucial que domines las habilidades de liderazgo y sepas identificar a las personas adecuadas para liderar. Contar con líderes competentes es fundamental para el desarrollo y el progreso de la empresa, según (Clavijo, 2021)

### **Indicador 1: Empatía**

Las personas empáticas tienen una predisposición natural para algunas de las competencias más buscadas en el ámbito laboral, como el liderazgo, el trabajo en equipo, la atención al cliente, las habilidades de negociación, entre otras. Por consiguiente, la capacidad para canalizar la empatía en el trabajo agregará valor a cualquier perfil laboral. La empatía en el trabajo es esencial y debe promoverse como una habilidad clave en el lugar de trabajo, cada empleado se aseguraría de proteger sus propios intereses, así como los de sus compañeros y por lo tanto los de la empresa.

## **Indicador 2: Motivación laboral**

La motivación laboral se refiere a la habilidad de una empresa para mantener comprometidos a sus empleados y lograr que alcancen el máximo rendimiento, contribuyendo al logro de los objetivos empresariales establecidos por la organización. La motivación en el trabajo es crucial para mejorar la productividad de la empresa y el desempeño del equipo en sus diversas tareas, además de promover la satisfacción laboral y fomentar la identificación con los valores corporativos, es la manera ideal para que los empleados se sientan valorados en la empresa y den lo mejor de sí.

### **Marco conceptual**

**Atención al cliente:** La atención al cliente se considera como la manera de atraer a personas o empresas para que consuman los productos o servicios que los proveedores ofrecen. Como resultado, son los clientes quienes valoran la calidad del servicio que reciben, según (Salazar, 2020)

**Gestión de calidad:** Los procesos sistemáticos son una serie de pasos que cualquier organización puede utilizar para planificar, llevar a cabo y supervisar sus actividades. La gestión de calidad asegura una estabilidad y consistencia en el rendimiento, cumpliendo así con las exigencias de los clientes. Sin embargo, cabe destacar que esta gestión varía de acuerdo al sector de negocio, donde se establecen estándares propios como modelos de referencia para evaluar el nivel de desempeño de la organización, según (Palma, 2018)

**Confianza al cliente:** La confianza del consumidor en un producto o servicio de una marca implica la creencia de que la marca cumplirá sus promesas y no actuará de manera

perjudicial e intencionalmente hacia los consumidores. La confianza del cliente, al igual que cualquier otra, no se otorga ni puede ser falsa. Se adquiere con el tiempo a través de cada punto de contacto que una empresa tiene con sus clientes, ya sea grande o pequeña. Cada interacción representa una oportunidad para construir una sólida relación basada en la confianza. Sin embargo, esa confianza puede ser dañada y reconstruirla es mucho más difícil que construirla desde cero, según (Rodriguez, 2021)

### **2.3 Hipótesis**

En el estudio titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, Hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023. Por ser una Investigación Descriptiva no se planteó una hipótesis ya que en los estudios donde se va a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis, en este estudio no se aplica hipótesis, según (Fidias, 2018)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Nivel, tipo y diseño de la investigación**

##### **Nivel de Investigación**

El nivel de investigación será descriptivo de propuesta, según Ruiz (2020), El nivel descriptivo se estudia con el objetivo de abordar un tema no estudiado o un problema de investigación sobre el que existen muchas dudas o que no ha sido discutido antes. En este sentido fue de nivel descriptivo de propuesta, porque se describieron las características de la variable atención al cliente y gestión de calidad en la microempresa hospedaje “Quinta Piedad”

##### **Tipo de Investigación**

El tipo de investigación será cuantitativo, según Bogdan (2020). El tipo cuantitativo es secuencial y probatorio. Comienza con una idea acotada, de la cual se derivan objetivos y preguntas de investigación, se realiza una revisión de la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. Es decir, el estudio fue cuantitativo porque se utilizaron instrumentos de evaluación y medición.

##### **De propuesta**

Según Ramos (2019). Las investigaciones de propuestas procuran detallar las cualidades, particularidades, perfiles de personas y sociedades, o cualquier otro fenómeno que se sujeta a analizar con la finalidad de establecer su comportamiento. La investigación fue de propuesta por el motivo que se realizó un plan de mejora a los resultados que se obtuvieron de la investigación.

## **Diseño de Investigación**

Según Hernández (2018) El diseño de investigación será no experimental porque no se va a experimentar con personas solo es observar para luego analizar y de corte transversal porque los datos son obtenidos en un tiempo determinado. Es decir, fue no experimental porque se utilizó sin manipular deliberadamente las variables atención al cliente y gestión de calidad, solo se observaron los acontecimientos como se prestaron en su contexto.

### **3.2 Población y muestra**

De acuerdo con Ruiz (2020) indica que la población se refiere al conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación.

#### **Población**

**P1:** La población de la variable Atención al Cliente se considera por los clientes frecuentes, que estuvo conformada por (30) clientes del hospedaje “Quinta Piedad”

**P2:** La población para la variable Gestión de Calidad se considera que estuvo conformada por los (10) trabajadores del hospedaje “Quinta Piedad”

#### **Muestra:**

La muestra es una porción representativa de la población, que llevara a cabo la investigación dentro del cual deben poseer características en totalidad de la población, según (Tamayo, 2018)

**Muestra:** En la investigación se trabajó con la variable Atención al cliente, estuvo conformada por 30 clientes y para la variable Gestión de Calidad se conformó con 10 trabajadores, de la microempresa hospedaje “Quinta Piedad”.

## **Muestreo:**

Censal, la muestra es toda la población son consideradas como muestra, este tipo y método se utiliza cuando es necesario saber las opiniones de la población, se percibe censal por ser simultáneamente población, universo y muestra., según (Tamayo, 2020)

### 3.3 Variables. Definición y Operacionalización

Variables	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición	Categorías o Valorización
<b>Variable 1</b> Atención al cliente	Según Ariza (2020) La importancia de la atención al cliente radica en su efectividad para evaluar la credibilidad de una marca o servicio. Además, es un aspecto clave que distingue a una empresa de sus competidores cuando busca destacarse.	Credibilidad	• Amabilidad	Likert	Nunca=1 Rara vez=2 A veces=3 Casi siempre=4 Siempre=5
			• Confianza		
		Nivel de orientación	• Solución de problemas		
			• Cumplimiento de necesidades		
<b>Variable 2</b> Gestión de calidad	Según Parejo (2020) En la actualidad, la gestión de calidad se ha convertido en una estrategia crucial para aumentar la competitividad de las empresas. Esta estrategia nos permite ver la organización como un conjunto de procesos interconectados, en los cuales el objetivo principal es lograr la satisfacción del cliente, entre otras metas.	Control	• Eficiencia	Likert	Nunca=1 Rara vez=2 A veces=3 Casi siempre=4 Siempre=5
			• Flexibilidad		
		Liderazgo	• Empatía		
			• Motivación laboral		

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

#### **Técnica**

La técnica que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta, es el método utilizado para la realización de dicha investigación, es el procedimiento utilizado para realizar la encuesta con ello obtendremos los datos del estudio, la misma que está conformada por los clientes cuyas opiniones le interesan al investigador, es un conjunto de preguntas de acuerdo a las variables a medir, según Ruiz (2020).

#### **Instrumento**

Es el cuestionario, viene hacer las preguntas estructuradas y organizadas para así obtener la información de los objetivos de la investigación con las respuestas que se obtienen de la muestra, en esta investigación el instrumento que se empleo fue el cuestionario que se obtuvo 10 ítems en la variable Atención al cliente y 10 ítems en la variable Gestión de calidad, según (Bogdan, 2020).

### **3.5 Método de análisis de datos**

Para el análisis de datos recolectado fue de tipo descriptivo de propuesta de las variables de estudio y por ello se presentó la frecuencia y el porcentaje, así como figuras estadísticas, se utilizó los programas informáticos de: Word para la redacción digital y posterior modificaciones, en Excel se llevó acabó la tabulación y el diseño de figuras correspondientes a los resultados, PPT se elaboraron las diapositivas para la presentación y Turnitin para la verificación del plagio, se evaluó la confiabilidad y validez lograda por el instrumento de medición, según (Martín, 2020)

### 3.6 Aspectos Éticos

Sin embargo, existen numerosos principios éticos compartidos a nivel social, esta investigación se realizará bajo el código de ética de la Universidad Uladech del Reglamento de Integridad Científica.

**Respeto y protección de los derechos de los intervinientes:** Las personas que participaron en el estudio están protegidas, respetando su privacidad y previa solicitud, el consentimiento informado o información personal como números de teléfono y domicilios no se incluyeron en la encuesta. Además, no se tomaron fotografías de su imagen, ya que no se otorgó el permiso correspondiente, se informó a cada representante que la información proporcionada es únicamente para fines de investigación.

**Cuidado del medio ambiente:** En este estudio no se muestrean animales ni plantas y no se realizaron prácticas en el medio ambiente, por lo que no hay impacto en la biodiversidad como parte del estudio, por lo que no hay daño, riesgo o beneficio potencial para ellos.

**Libre participación por propia voluntad:** Después de informar el propósito de la investigación, se llevó a cabo la aplicación del cuestionario, tal como se estableció en el consentimiento informado. Además, se solicitó al representante que participe en la lectura del documento y que acepte y firme el consentimiento correspondiente, se brindó aclaración a los encargados de las micro y pequeñas empresas sobre la información proporcionada, con el objetivo de garantizarles mayor seguridad en su participación.

**Beneficencia no maleficencia:** A los representantes de las microempresas se les explico claramente que su participación a través de la información proporcionada no les causará ningún daño, y que se respetarán sus solicitudes, como la de mantener el anonimato sus respuestas en el cuestionario, por otro lado, no se interrumpió durante las horas de trabajo,

esperando a que estén disponibles y sin atender a ningún cliente, para evitar causarles molestias, así mismo se destacó la relevancia de su colaboración en el proyecto de investigación, enfocándose en los beneficios que adquirirá en términos del conocimiento sobre la atención al cliente y gestión de calidad que ello conlleva.

**Integridad y honestidad:** Se informo a todos los participantes de la investigación que los datos proporcionados relativos al nombre y apellido solo se incluyeron en el consentimiento informado, mientras que la dirección de la empresa se incorporará en el trabajo de investigación. Además, se informará que las respuestas proporcionadas solo se utilizaron con fines de investigación.

**Justicia:** Se otorgó un trato cordial a todos los que apoyaron a responder el cuestionario, así mismo se les agradeció la colaboración e importancia de la encuesta, se entregó un modelo de consentimiento y se les aplico las mismas preguntas. Se les hizo llegar una copia de la información sobre los resultados obtenidos de la investigación.

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 1**

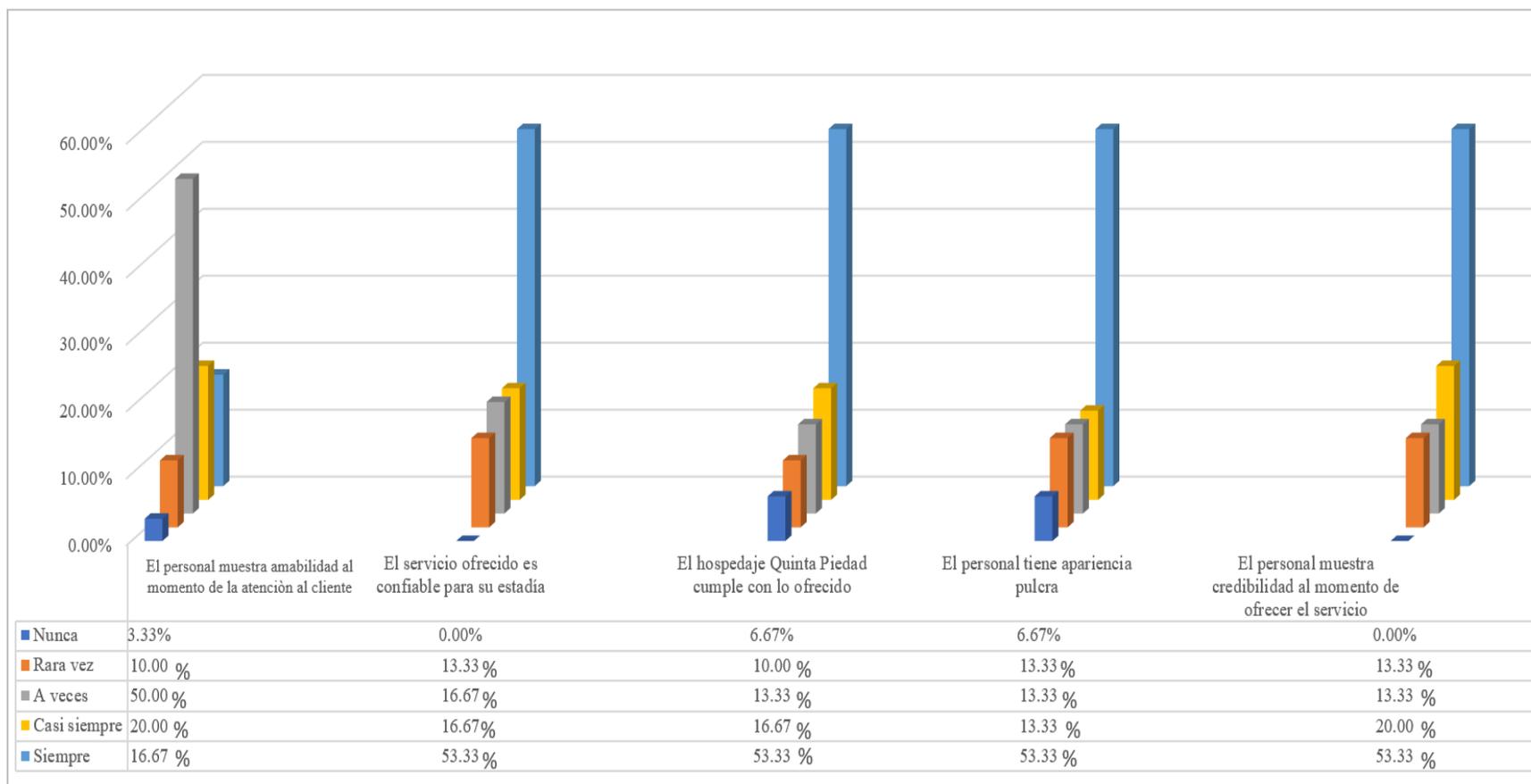
Características de la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

Credibilidad	N	%
<b>El personal muestra amabilidad al momento de la atención al cliente</b>		
Nunca	1	3.33
Rara vez	3	10.00
A veces	15	50.00
Casi siempre	6	20.00
Siempre	5	16.67
Total	30	100.00
<b>El servicio ofrecido es confiable para su estadía</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	4	13.33
A veces	5	16.67
Casi siempre	5	16.67
Siempre	16	53.33
Total	30	100.00
<b>El hospedaje Quinta Piedad cumple con lo ofrecido</b>		
Nunca	2	6.67
Rara vez	3	10.00
A veces	4	13.33
Casi siempre	5	16.67
Siempre	16	53.33
Total	30	100.00
<b>El personal tiene apariencia pulcra</b>		
Nunca	2	6.67
Rara vez	4	13.33
A veces	4	13.33
Casi siempre	4	13.33
Siempre	16	53.33
Total	30	100.00
<b>El personal muestra credibilidad al momento de ofrecer el servicio</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	4	13.33
A veces	4	13.33
Casi siempre	6	20.00
Siempre	16	53.33
Total	30	100.00

**Nota.** Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

**Figura 1**

*La credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023*



*Nota:* La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Describir la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

**Tabla 2**

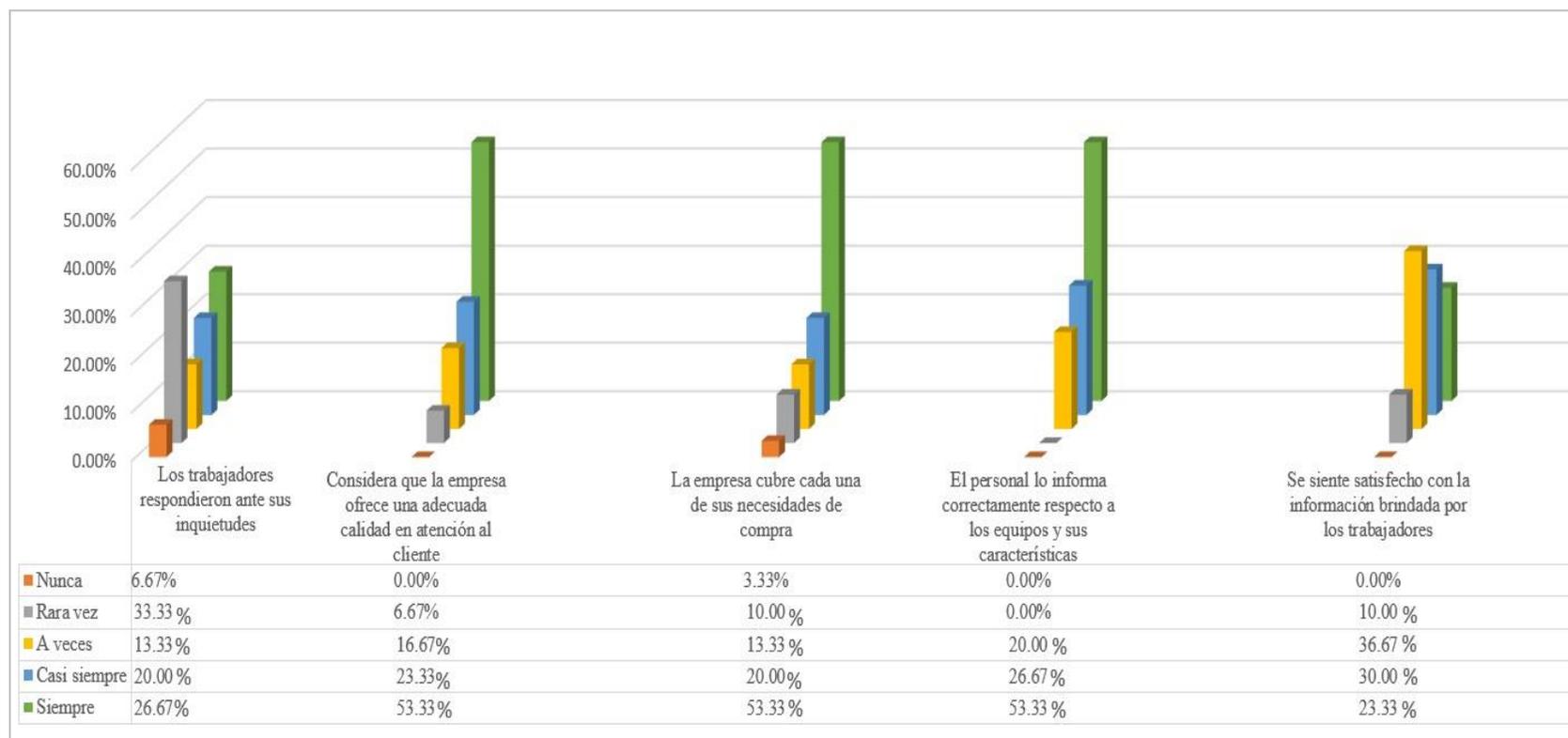
Describir el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023

Nivel de orientación	N	%
<b>Los trabajadores respondieron ante sus inquietudes</b>		
Nunca	2	6.67
Rara vez	10	33.33
A veces	4	13.33
Casi siempre	6	20.00
Siempre	8	26.67
Total	30	100.00
<b>Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad en atención al cliente</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	2	6.67
A veces	5	16.67
Casi siempre	7	23.33
Siempre	16	53.33
Total	30	100.00
<b>La empresa cubre cada una de sus necesidades de compra</b>		
Nunca	1	3.33
Rara vez	3	10.00
A veces	4	13.33
Casi siempre	6	20.00
Siempre	16	53.33
Total	30	100.00
<b>El personal lo informa correctamente respecto a los equipos y sus características</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	0	0.00
A veces	6	20.00
Casi siempre	8	26.67
Siempre	16	53.33
Total	30	100.00
<b>Se siente satisfecho con la información brindada por los trabajadores</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	3	10.00
A veces	11	36.67
Casi siempre	9	30.00
Siempre	7	23.33
Total	30	100.00

**Nota.** Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

**Figura 2**

*Nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023*



*Nota:* La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Detallar el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023

**Tabla 3**

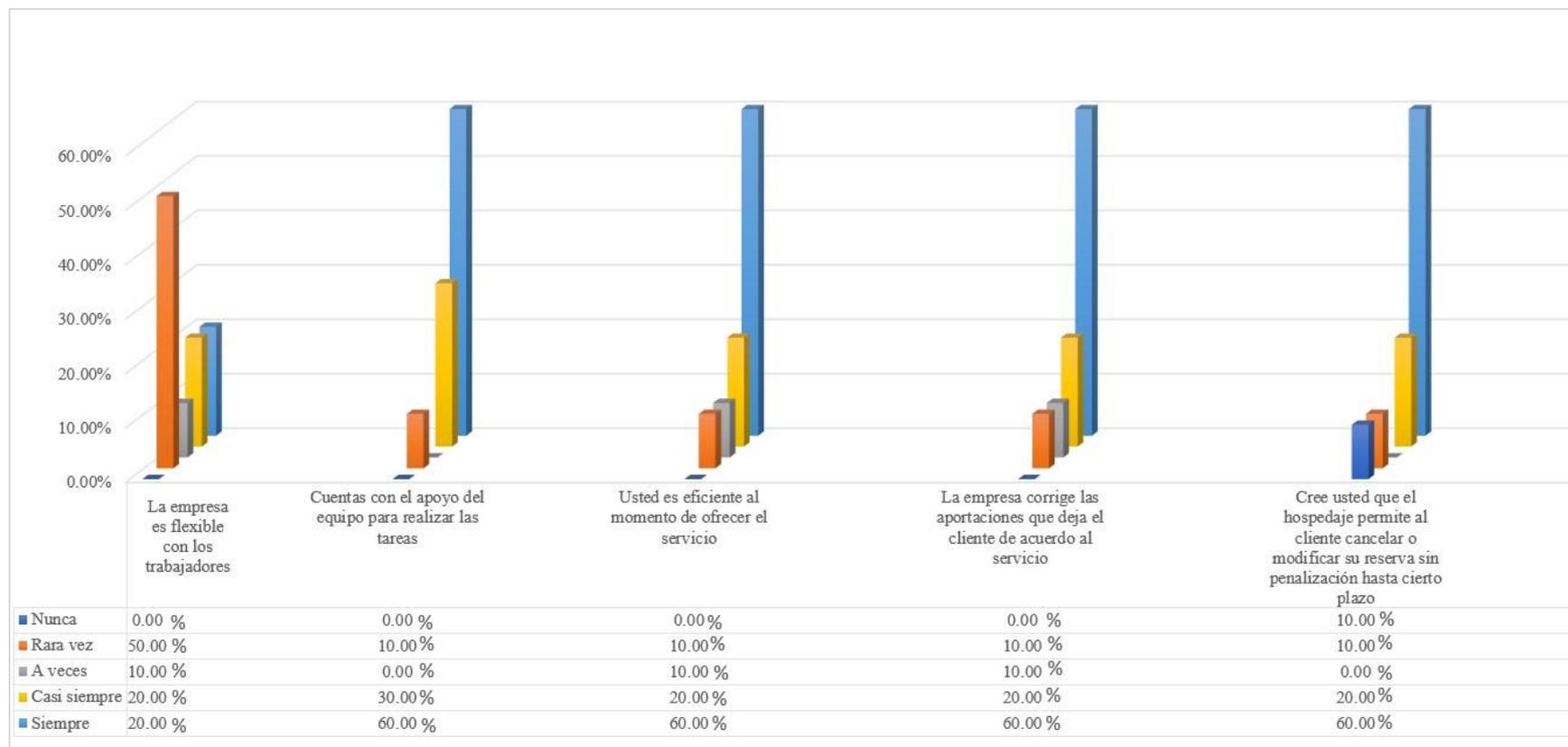
Describir los elementos de control en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023

Nivel de orientación	N	%
<b>La empresa es flexible con los trabajadores</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	5	50.00
A veces	1	10.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	2	20.00
Total	10	100.00
<b>Cuentas con el apoyo del equipo para realizar las tareas</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	1	10.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	6	60.00
Total	10	100.00
<b>Usted es eficiente al momento de ofrecer el servicio</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	1	10.00
A veces	1	10.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	6	60.00
Total	10	100.00
<b>La empresa corrige las aportaciones que deja el cliente de acuerdo al servicio</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	1	10.00
A veces	1	10.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	6	60.00
Total	10	100.00
<b>Cree usted que el hospedaje permite al cliente cancelar o modificar su reserva sin penalización hasta cierto plazo</b>		
Nunca	1	10.00
Rara vez	1	10.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	6	60.00
Total	10	100.00

**Nota.** Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

**Figura 3**

*Control en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023*



*Nota:* La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Detallar los elementos de control en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023

**Tabla 4**

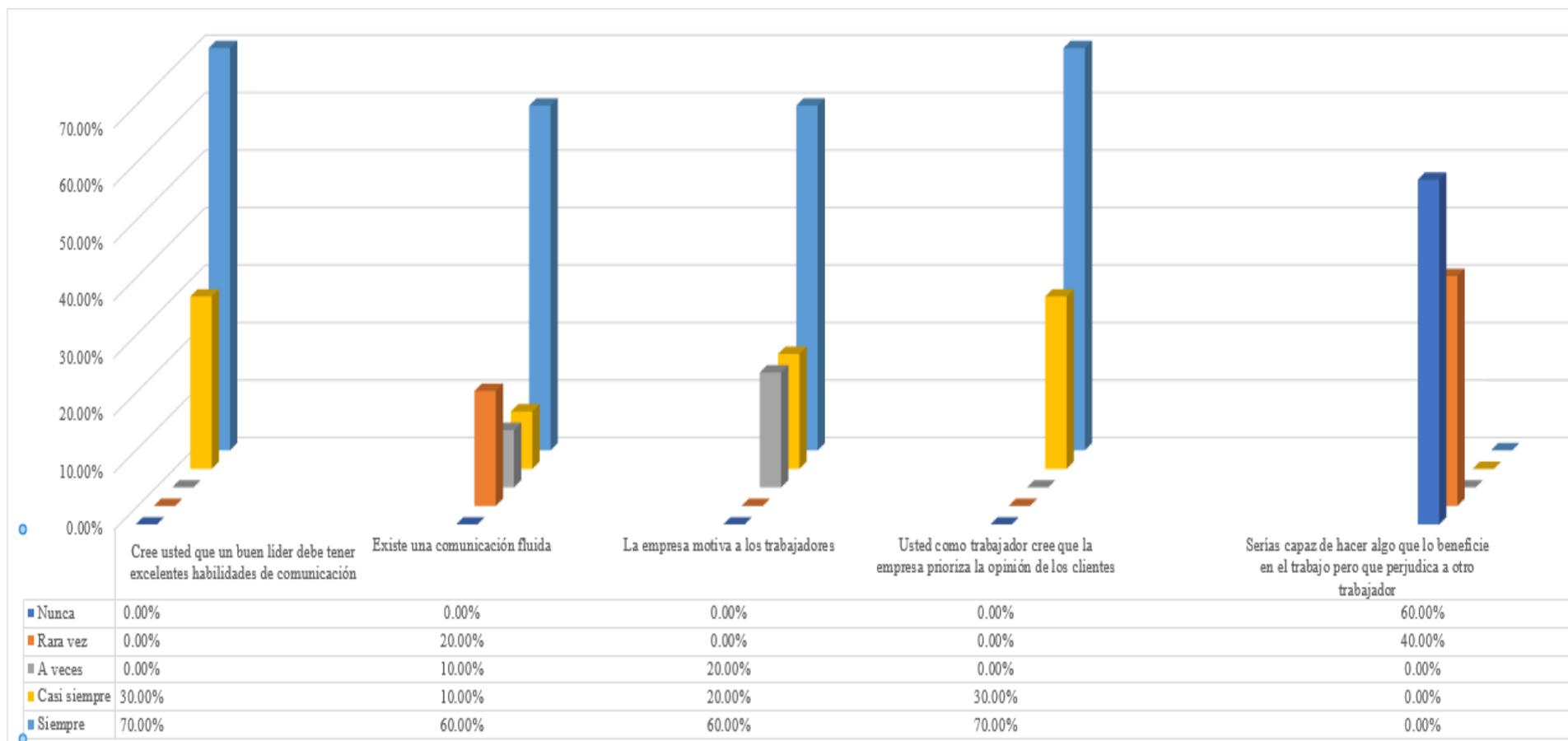
Detallar las características de liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023

<b>Liderazgo</b>	N	%
<b>Cree usted que un buen líder debe tener excelentes habilidades de comunicación</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	7	70.00
Total	10	100.00
<b>Existe una comunicación fluida</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	2	20.00
A veces	1	10.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	6	60.00
Total	10	100.00
<b>La empresa motiva a los trabajadores</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	0	0.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	6	60.00
Total	10	100.00
<b>Usted como trabajador cree que la empresa prioriza la opinión de los clientes</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	7	70.00
Total	10	100.00
<b>Serías capaz de hacer algo que lo beneficie en el trabajo pero que perjudica a otro trabajador</b>		
Nunca	6	60.00
Rara vez	4	40.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

**Nota.** Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

**Figura 4**

*liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023*



*Nota:* La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico: Detallar las características de liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023 2023.

**Tabla 5**

*Propuesta de un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad”  
Provincia de Zarumilla, 2023*

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones De Mejora	Responsables	Presupuesto
Variable 1:  Atención al Cliente	Amabilidad	El 50.00% de los clientes indicaron que los trabajadores a veces no muestran amabilidad al momento de ofrecer el servicio.	La poca preocupación que tiene la propietaria en su personal al no brindarle capacitaciones para atención al cliente.  Los trabajadores solo se enfocan en sus propias funciones mas no en el trato amable hacia el cliente.	Riesgos altos en tomar malas decisiones y que los clientes dejen de frecuentar dicho hospedaje.  Baja satisfacción laboral.	Generar un buen clima laboral recibiendo capacitación de esa manera eliminar los malos hábitos que perjudican al negocio y puedan ofrecer una buena atención al cliente.	Propietaria / colaborador	\$2500
	Solución de problema	El 33.33% de los clientes indicaron que rara vez los trabajadores responden ante las inquietudes.	Falta de comunicación e información acerca de los servicios ofrecidos por el hospedaje.  Falta de comunicación de la propietaria y los trabajadores.	Baja productividad al no saber acerca de los servicios que ofrece el hospedaje.  Desconfianza entre trabajadores y bajo compromiso para resolver problemas.	Realizar reuniones semanales para brindar información de los servicios o nuevos servicios que brinda el hospedaje.	Propietaria / colaborador	\$2500

	Cumplimiento de necesidad	El 36.67% de los clientes indicaron que a veces se sienten satisfechos con la información que los trabajadores les brindan.	Falta de interés de los trabajadores al no actualizarse o no saber sobre las inquietudes del huésped.  No existe capacitación para la actualización de información sobre la información que necesita el huésped.	Bajo compromiso al no brindar información necesaria a los huéspedes.  No enfocarse en el cumplimiento de los objetivos, es decir se trabaja de manera individual.	Establecer un protocolo para la recolección de información y así todos los trabajadores estén informados.	Propietaria / colaborador	\$2500
<b>Variable 2:</b> Gestión de calidad	Flexibilidad	El 50.00% de los trabajadores indicaron que rara vez la empresa es flexible con los trabajadores.	La propietaria considera que es necesario la presión por cumplir ciertas cantidades de horas.  La poca preocupación del personal.	Alto nivel de estrés esto conlleva a una baja productividad.  Poca adaptación al cambio.	Aplicar la técnica de rotación de puestos, con el fin de mejorar la experiencia laboral de los empleados, capacitarlos y mejorar su satisfacción laboral.	Propietaria / colaborador	\$2500

## V. DISCUSIÓN

### **Objetivo Especifico 1: Describir la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023**

#### **Tabla 1: Características de la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023**

El personal muestra amabilidad al momento de la atención al cliente: el 50.00% de los clientes respondieron que a veces son amables al momento de una duda o consulta, las personas compasivas son amables, generosas, accesibles en las interacciones sociales y fáciles de confiar. Estos resultados concuerdan con Sánchez (2020) en su tesis Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa, 2020, nos dice que el 56.00% de los trabajadores a veces muestran amabilidad al momento de una consulta, es importante tener relaciones positivas y satisfactorias con los demás, ya sea en la familia, el trabajo, la escuela o nuestra comunidad. Estos resultados se contrastan con Velázquez (2020) en su tesis “La Gestión de Servicio al Cliente y el Nivel de Rentabilidad del Sector Hotelero del Distrito de Tacna Año 2020” se encontró el 51.00% de los clientes a veces brindan un buen servicio de acuerdo al trato, ya que no son amables con los huéspedes, estas son características de las personas que se consideran cooperativas, solidarias, respeto estrechamente relacionadas con la empatía, la compasión y el cuidado de los demás.

El servicio ofrecido es confiable para su estadía: el 53.33% respondieron los clientes que siempre es confiable la estadía en el hospedaje, es la probabilidad al momento de ofrecer el servicio que sea confiable y seguro. Estos resultados se concuerdan con García (2019) en su tesis “Características de la competitividad y atención al cliente de las mype del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2019”, el 64.00%

menciona que siempre brinda un servicio confiable, la confiabilidad es sumamente importante en el mundo hotelero, busca que sus clientes se sientan felices con la estadía. Estos resultados contrastan con Velázquez (2020) en su tesis “La Gestión de Servicio al Cliente y el Nivel de Rentabilidad del Sector Hotelero del Distrito de Tacna Año 2020” nos dice que el 40.60% de los clientes encuestados respondieron que casi siempre la confiabilidad del hospedaje es buena.

El hospedaje Quinta Piedad cumple con lo ofrecido: el 53.33% los clientes respondieron que siempre cumplen con lo ofrecido. Estos resultados concuerdan con Romero (2019) en su tesis “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes, sector servicio rubro hoteles, distrito Zorritos, 2019”, el 44.00% el hospedaje casi siempre cumple con lo ofrecido según las redes sociales. Estos resultados contrastan con Burgos (2020) en su tesis Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, 2020, el 39.21 % dice que el hospedaje casi siempre cumple con lo ofrecido, el líder del hospedaje está cumpliendo con la publicidad que hace mediante redes sociales cumpliendo así en ofrecer todos los servicios posteados.

El personal tiene apariencia pulcra: el 53.33% respondieron los clientes que siempre el personal tiene apariencia pulcra. Estos resultados concuerdan con Ávila (2021) en su tesis titulado, Mejoramiento Continuo en Atención y Servicio al Cliente para Hoteles de la Ciudad de Duitama, año 2021. El 88.00% nos dicen que el personal casi siempre tiene apariencia pulcra. Estos resultados contrastan con Velázquez (2020) en su tesis “La Gestión de Servicio al Cliente y el Nivel de Rentabilidad del Sector Hotelero del Distrito de Tacna Año 2020”, el 67.00% nos respondieron que el personal del hospedaje casi siempre muestra

una apariencia pulcra, el personal del hospedaje tiene aspecto cuidadoso y aseado todo eso es esmerado para la ejecución de las cosas en la conducta y el habla.

El personal muestra credibilidad al momento de ofrecer el servicio: el 53.33% siempre el personal muestra credibilidad. Estos resultados concuerdan con Campos (2020) en su tesis *Gestión Bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Servicios, Hoteles, Distrito de Iquitos, Año 2020*”, el 70.80% respondieron que siempre los trabajadores muestran credibilidad al momento de ofrecer el servicio, es la percepción que los trabajadores transmiten a los huéspedes como el desempeño laboral y que se basa no solo en lo que expresa sino también en el comportamiento que tiene en su día a día. Estos resultados contrastan con García (2019) en su tesis *“Características de la competitividad y atención al cliente de las mype del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2019”*, el 67.00% de los encuestados respondieron que casi siempre el personal muestra credibilidad al momento de atención al cliente.

**Objetivo Especifico 2: Detallar el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023**

**Tabla 2: Describir el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023**

Los trabajadores respondieron ante sus inquietudes: el 33.33% nos dicen que rara vez los trabajadores responde ante cualquier inquietud. Estos resultados concuerdan con Burgos (2020) en su tesis *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, 2020*, el 14.00 % respondieron que los trabajadores rara vez responden ante las inquietudes que hacen los huéspedes. Estos resultados contrastan

con Villareal (2021) en su tesis “Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, 2021”, el 0.25% debido a que rara vez responden las inquietudes los empleados durante la atención brindada, se debe facilitar la comunicación al huésped para que se sientan satisfechos con las inquietudes que realizan.

Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad en atención al cliente: el 53.33 % de los huéspedes respondieron que siempre dan una adecuada atención. Estos resultados concuerdan con Burgos (2020) en su tesis Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, 2020, mientras que entre las quejas presentadas por los clientes el 38.32 % señala que casi siempre tienen inconformidad en cuanto a la atención. Estos resultados contrastan con Ramos (2020) en su tesis “Propuesta de mejora en la atención del cliente para la gestión de calidad en la Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Hoteles Caso Montecarlo Suits Y Hotel en la Victoria, Lima, 2020” , el 75.00% de los clientes califica que casi siempre dan una buena la tención dentro del hospedaje, es la visión individual de la experiencia que brinda el hospedaje en función de su capacidad para satisfacer las necesidades del cliente y así superar las expectativas en una adecuada atención al cliente.

La empresa cubre cada una de sus necesidades de compra: el 53.33% respondieron que siempre la empresa cumple con las necesidades. Estos resultados concuerdan con Rodríguez (2020) en su tesis “Gestión de Calidad y Competitividad de las Mype, Rubro Hoteles de la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita Año 2020”, el 67.00% dice que el personal del hotel casi siempre está atento a deseos y necesidades. Estos resultados contrastan con Hutía (2019) en su tesis “Gestión De Calidad Y Eficacia En Los Procesos

Administrativos de las Mypes Del Sector Servicio, Rubro Hospedaje-Juanjuí, San Martín, 2019”, el 75.00% el hospedaje casi siempre cumple con las necesidades de compra de los clientes, comprender al cliente y sus necesidades de compra como también las expectativas es el primer paso para desarrollar una estrategia de venta para así alcanzar lo más altos niveles de satisfacción.

El personal lo informa correctamente respecto a los equipos y sus características: el 53.33% respondieron que siempre el personal da información sobre los equipos disponibles. Estos resultados concuerdan con Ávila (2021) en su tesis Mejoramiento Continuo en Atención y Servicio al Cliente para Hoteles de la Ciudad de Duitama, año 2021. El 62.04% los trabajadores siempre dan información sobre los equipos, características acerca del hotel y sus instalaciones. Estos resultados contrastan con Sánchez (2020) en su tesis Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa, 2020, el 42.00% de los clientes encuestados respondieron que los trabajadores siempre informan sobre las características del hotel, la falta de comunicación del líder con el trabajador no hace posible que se informe sobre las características del hospedaje a los huéspedes.

Se siente satisfecho con la información brindada por los trabajadores: el 36.67% respondieron que a veces se sienten satisfechos con la información brindada por los trabajadores. Estos resultados concuerdan con García (2019) en su tesis “Características de la competitividad y atención al cliente de las mype del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2019”, el 59.00% de encuestados dicen que a veces brindan la información necesaria que necesita el huésped. Estos resultados contrastan con Romero (2019) en su tesis “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes, sector servicio rubro hoteles, distrito Zorritos, 2019”, el 34.32% dice que el hospedaje o los

trabajadores a veces dan información al huésped sobre las consultas realizadas, esto conlleva a crear lazos con los clientes después de seleccionar y pagar el servicio, queda satisfecho con su compra y sentir que ha sido satisfecho sus necesidades superando todas las expectativas.

**Objetivo Especifico 3: Detallar los elementos de control en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023**

**Tabla 3: Describir los elementos de control en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023**

La empresa es flexible con los trabajadores: el 50.00% respondieron que rara vez el hospedaje es flexible. Estos resultados concuerdan con Escalante (2020) en su tesis Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles en la provincia de Leoncio prado periodo 2020, el 62.50% de los de los trabajadores respondieron que la empresa rara vez es flexible con ellos. Estos resultados contrastan con Burgos (2020) en su tesis Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, 2020, el 81.00% de acuerdo a la flexibilidad a los trabajadores es que rara vez son flexibles, un empleado puede elegir ciertos términos y condiciones para su puesto, por ejemplo, los tiempos de inscripción varían según las necesidades y deseos de cada empleado.

Cuentas con el apoyo del equipo para realizar las tareas: 60.00% los trabajadores respondieron que casi siempre se apoyan en las labores. Estos resultados concuerdan con el García (2019) en su tesis “Características de la competitividad y atención al cliente de las mype del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2019”, 74.00% casi siempre están para ayudarse en las tareas del hospedaje. Estos resultados

contrastan con Rodríguez (2020) en su tesis “Gestión de Calidad y Competitividad de las Mype, Rubro Hoteles de la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita Año 2020”, el 91.07 % los trabajadores respondieron que casi siempre se ayudan con las labores del hospedaje, el trabajo en equipo tiene una comunicación abierta y efectiva y así intercambiar opiniones para mejorar en las tareas del hospedaje.

Usted es eficiente al momento de ofrecer el servicio: 60.00% los trabajadores encuestados respondieron que su servicio es siempre eficiente ante el huésped. Estos resultados concuerdan con Benavidez (2020) en su tesis “Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas, 2020”, el 58.00% de la gestión administrativa y estratégica del hotel son casi siempre eficientes. Estos resultados contrastan con Ramos (2020) en su tesis “Propuesta de mejora en la atención del cliente para la gestión de calidad en la Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Hoteles Caso Montecarlo Suits Y Hotel en la Victoria, Lima, 2020”, el 86.00% de los trabajadores califica que casi siempre el servicio que ellos ofrecen al huésped, brindar un servicio integral y atención personalizada respondiendo rápidamente a las solicitudes de cada cliente, soluciones rápidas y excelentes resultados.

La empresa corrige las aportaciones que deja el cliente de acuerdo al servicio: 60.00% respondieron que siempre el hospedaje aprueba las aportaciones d ellos clientes. Estos resultados concuerdan con Ávila (2021) en su tesis Mejoramiento Continuo en Atención y Servicio al Cliente para Hoteles de la Ciudad de Duitama, año 2021. El 86% de los encuestados es casi siempre la empresa no valora las aportaciones de los huéspedes. Estos resultados contrastan con Villareal (2021) en su tesis “Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del aeropuerto José Joaquín de olmedo

de la ciudad de Guayaquil, 2021”, el 0.27% la poca capacidad que poseen al momento de receptar las quejas de los usuarios, interactuar con los clientes ayudara a que las aportaciones que dejan sean evaluadas o respondidas y logar la satisfacción del cliente con el servicio.

Cree usted que el hospedaje permite al cliente cancelar o modificar su reserva sin penalización hasta cierto plazo: el 60.00% siempre el hospedaje accede a modificar las reservas. Estos resultados concuerdan con Burgos (2020) en su tesis Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, 2020, el 71.00% con relacionado que la empresa casi siempre ayuda con la modificación de las reservas, las políticas de la empresa. Estos resultados contrastan Benavides (2020) en su tesis “Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas, 2020”, 83% respondieron que casi siempre el hospedaje permite al cliente modificar su reserva, el hospedaje tiene que estar preparado para este tipo de situación es por ello que tienen que dar soluciones para que el cliente se sienta cómodo y satisfecho.

#### **Objetivo Especifico 4: Describir las características de liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023**

#### **Tabla 4: Detallas las características de liderazgo en la microempresa Hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023**

Cree usted que un buen líder debe tener excelentes habilidades de comunicación: el 70.00% respondieron que siempre tienen una comunicación con excelentes habilidades al momento de expresarse. Estos resultados concuerdan con Rodríguez (2020) en su tesis “Gestión de Calidad y Competitividad de las Mype, Rubro Hoteles de la Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Paita Año 2020”, el 50.00 % que casi siempre un buen líder tiene una buena

comunicación. Estos resultados contrastan con Hutía (2019) en su tesis “Gestión De Calidad Y Eficacia En Los Procesos Administrativos de las Mypes Del Sector Servicio, Rubro Hospedaje-Juanjuí, San Martín, 2019”, el 75.00% los encuestados respondieron que casi siempre el líder tiene una excelente habilidad de comunicación, para ser un líder y tener habilidades con la comunicación es fundamental saber compartir y articular lo que piensa, necesita o desea lograr.

Existe una comunicación fluida: el 60.00% respondieron que siempre tienen una comunicación fluida entre ellos. Estos resultados concuerdan con Soto (2020) en su tesis “La formalización y su influencia en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas rubro hotelero de la ciudad de Tingo María – 2020”, el 83.00% de los trabajadores encuestados mencionan que casi siempre tienen una comunicación fluida. Estos resultados contrastan con Hutía (2019) en su tesis “Gestión De Calidad Y Eficacia En Los Procesos Administrativos de las Mypes Del Sector Servicio, Rubro Hospedaje-Juanjuí, San Martín, 2019”, el 50% de encuestados respondieron, casi siempre hay una comunicación buena entre todos los del hospedaje, esta comunicación es efectiva ya que trasmite un mensaje de una forma entendible y bastante clara.

La empresa motiva a los trabajadores: el 60.00% nos dice que siempre el líder motiva a los trabajadores. Estos resultados concuerdan con Benavides (2020) en su tesis “Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas, 2020”, el 92.00% afirmó que siempre se aplican procesos de motivación y recompensa para premiar el esfuerzo de los empleados que rinden más allá de las expectativas. Estos resultados contrastan con Velázquez (2020) en su tesis “La Gestión de Servicio al Cliente y el Nivel de Rentabilidad del Sector Hotelero del Distrito de Tacna Año 2020”, el 36.00% respondieron que siempre

el dueño los incentiva o motiva a ser mejor en sus labores, para influir o motivar a los trabajadores de manera positiva se incluye el salario y otros beneficios, como el deseo del estatus y el reconocimiento.

Usted como trabajador cree que la empresa prioriza la opinión de los clientes: el 70% respondieron que el hospedaje casi siempre prioriza la opinión que hacen llegar los clientes. Estos resultados concuerdan con Escalante (2020) en su tesis Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles en la provincia de Leoncio prado periodo 2020, el 50.0% respondieron que casi siempre prioriza la opción de los clientes Estos resultados contrastan con Velázquez (2020) en su tesis “La Gestión de Servicio al Cliente y el Nivel de Rentabilidad del Sector Hotelero del Distrito de Tacna Año 2020”, el 41.00% de los trabajadores respondieron que casi siempre el hospedaje toma en cuenta las opiniones del huésped, la empresa tiene que tener un buen enfoque en el cliente para que así priorice las opiniones y mejore la experiencia del cliente.

Serías capaz de hacer algo que lo beneficie en el trabajo pero que perjudica a otro trabajador: el 60% respondieron que nunca se beneficiaran perjudicando a su compañero. Estos resultados concuerdan con Ramos (2020) en su tesis “Propuesta de mejora en la atención del cliente para la gestión de calidad en la Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Hoteles Caso Montecarlo Suits Y Hotel en la Victoria, Lima, 2020”, el 67.00% de los trabajadores, nunca harán nada malo para su beneficencia. Estos resultados contrastan con Escalante (2020) en su tesis Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles en la provincia de Leoncio prado periodo 2020, el 100% de los trabajadores dicen que nunca harán nada para dañar el trabajo de otro trabajador, el compañerismo ayuda que entre ellos se apoyen en el trabajo.

**Objetivo Especifico 5: Establecer una propuesta de un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023**

**PLAN DE MEJORA**

**1. Dato generale:**

Microempresa del rubro Hospedaje

**2. Misión**

Hacer nuestra misión, en ofrecer experiencias positivas inolvidables, servicios de alta calidad y comodidad en el mercado de la hostelería, ofreciendo a nuestros clientes productos y servicios de alta calidad, satisfaciendo e informándonos con especial atención sobre su ciudad y nuestros servicios.

**3. Visión**

Ser la primera opción de hospedaje, para el 2024 lograr el nivel de calidad a través de la mejora continua, cumpliremos con los estándares de calidad necesarios para brindar servicios y productos a visitantes.

**4. Objetivos específicos**

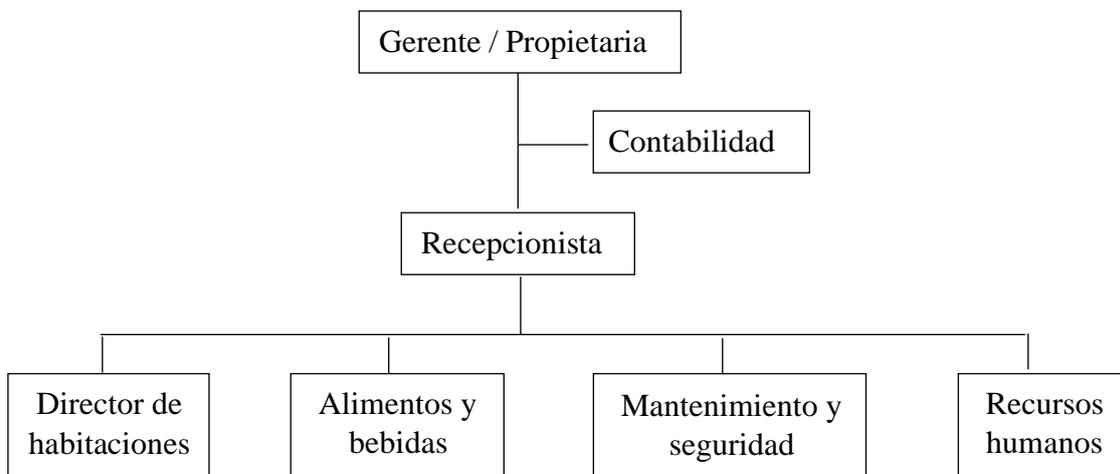
- Mejorar el clima laboral en un 15% con un plan de reconocimiento.
- Mejorar con la información del hospedaje en un 30% aplicando reuniones donde se brinde información del hospedaje.
- Promover la flexibilidad con los trabajadores en un 25% aplicar la técnica de rotación de puestos.

**5. Productos y/o servicios**

- Limpieza
- Seguridad
- Atención al huésped
- Wifi

- Aseo
- Agua caliente y complementos de aseo
- Servicio de lavandería
- Aparcamiento
- Discoteca
- Desayunos especiales
- Cama con extras, como diferentes almohadas
- Habitaciones con baños amplios

## 6. Organigrama de le empresa



*Nota:* Elaborado por hospedaje “Quinta Piedad”

Cargo	Gerente / Propietaria
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar la satisfacción de los huéspedes y supervisar las operaciones diarias.</li> <li>• Supervisar los procesos de contratación y establecer objetivos claros.</li> <li>• Tiempo mínimo de experiencia: 2 años como gerente en el rubro de hoteles.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisión general del hotel.</li> <li>• Toma de decisiones estratégicas.</li> </ul>
Cargo	Contabilidad
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado (a) en contabilidad</li> <li>• Diseña gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administra y supervisa los riesgos financieros.</li> <li>• Tiempo mínimo de experiencia: 2 años como contador.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar los ingresos.</li> <li>• Reportar los estados financieros a sus supervisores.</li> <li>• Gestionar todo tipo de actividades legales.</li> <li>• Lleva a cabo un control exhaustivo, sobre todo en las operaciones financieras que suceden dentro de la empresa.</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Recepcionista</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima exigible: secundaria completa.</li> <li>• Actitud amable, eficiente y servicial.</li> <li>• Tener cursos en atención al cliente.</li> <li>• Interés por el trabajo de la empresa lo que facilitara pasar de inmediato las preguntas a las personas adecuadas.</li> <li>• Tiempo mínimo de experiencia: 1 año mínimo.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lleva a cabo los registros de los nuevos huéspedes.</li> <li>• Gestión de reservas.</li> <li>• Información y asistencia al huésped.</li> <li>• Formación y liderazgo del equipo de recepción.</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Director de habitaciones</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima exigible: secundaria completa</li> <li>• Tener habilidad de comunicación y relaciones públicas para interactuar con los clientes y resolver problemas.</li> <li>• Tiempo mínimo de experiencia: 1 año mínimo.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza y orden en las habitaciones.</li> <li>• Llevar un registro de todos los útiles que se dispensen en las habitaciones.</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Alimentos y bebidas</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima exigible: secundaria completa</li> <li>• Debe estar al día sobre las nuevas tendencias y trabajar constante en refrescar el producto que se ofrece.</li> <li>• Haber llevado curso de gastronomía.</li> <li>• Ser muy consciente de la relación calidad – precio</li> <li>• Tiempo mínimo de experiencia: 6 meses.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y renovación de desayunos</li> <li>• Lavaplatos.</li> <li>• Organización de eventos.</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Mantenimiento y seguridad</b>

<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima exigible: secundaria completa.</li> <li>• No tener antecedentes policiales, penales y judiciales.</li> <li>• Ser productivo y estar atento a las fallas que pueden presentar.</li> <li>• Vigilar las instalaciones, implementar protocolos de seguridad y responder ante cualquier emergencia.</li> <li>• Tiempo mínimo de experiencia: 6 meses.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reparación y mantenimiento de las instalaciones</li> <li>• Gestión de problemas técnicos en las habitaciones.</li> <li>• Supervisión de seguridad y salubridad de las instalaciones.</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Recursos humanos</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haber llevado capacitación sobre recursos humanos.</li> <li>• Mínima exigible: secundaria completa.</li> <li>• Experiencia mínima de: 1 año.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación y formación de los empleados.</li> <li>• Gestión de nóminas y beneficios.</li> <li>• Implementar estrategias de RRHH teniendo en cuenta las necesidades del huésped.</li> <li>• Definir y ejecutar el presupuesto del área de recursos humanos.</li> </ul>

## 7. Diagnostico general

ANALISIS FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O1. La rehabilitación de las vías de acceso a los pueblos atraerá más turistas.</p> <p>O2. Se pueden crear e implementar asociaciones estrategias con empresas locales.</p> <p>O3. Turismo (playas).</p> <p>O4. La palabra promoción y marketing, especialmente el uso de las nuevas tecnologías de smartphone.</p> <p>O5. El turismo tanto fuera como dentro del país está en crecimiento</p>	<p>A1. Pueden ocurrir desastres naturales, especialmente el niño, por lo que debes tener un plan de contingencia.</p> <p>A2. Principales problemas de la sociedad, que pueden afectar turismo debido a la delincuencia, el narcotráfico, el fraude, etc.</p> <p>A3. Falta de calidad de los servicios básicos (electricidad, agua, teléfono)</p> <p>A4. No existe un buen nivel de calidad en la prestación de servicios auxiliares en el sector.</p> <p>A5. Los residentes no cuentan con los conocimientos técnicos necesarios para garantizar el correcto manejo y funcionamiento de los distintos atractivos turísticos del hotel.</p> <p>A6. Estabilidad política, social y económica del país, incluida inflación, reformas gubernamentales, nuevas leyes y aumento de impuestos al turismo.</p>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>FO</b>	<b>FA</b>

<p>F1. La empresa tiene una política inclusiva que permite a los residentes ingresar a un entorno económico que beneficia a ambas partes.</p> <p>F2. Asientos cómodos, servicios de alimentos y bebidas según estándares de calidad.</p> <p>F3. La empresa cuenta con una estrategia de marketing innovadora para consolidarse en el mercado.</p> <p>F4. El capital inicial de la empresa es suficiente para realizar las inversiones necesarias para alcanzar sus objetivos.</p> <p>F5. Profesionales capacitados en puestos clave, es decir mandos intermedios y puestos de liderazgo.</p> <p>F6. Un plan de negocio que oriente el trabajo de todos los recursos humanos hacia los objetivos comunes de la empresa.</p>	<p>(2F-5O) A medida que aumenta el número de turistas nacionales, nos hemos consolidado como el mejor centro turístico con productos y servicios turísticos de alta calidad para turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>(3F-4O) Nuestra presencia activa en redes sociales, incluidas las principales webs turísticas internacionales es una de las estrategias más agresivas para darnos a conocer.</p> <p>(5F-3O) A través de incentivos económicos y legales, cooperamos con empresas locales para brindar servicios regulares y cooperamos con la publicidad adecuada del hotel.</p>	<p>(2F-3A) Contamos con nuestra propia central eléctrica de emergencia y teléfono satelital de emergencia.</p> <p>(5F-4A) Debido a la falta de investigación sobre el manejo de la competencia regional, intentaremos participar y promover el sector turístico de la región.</p> <p>(7F-5A) Con la capacitación anual de nuestro personal, sus habilidades y requisitos son superiores a los de nuestros competidores para brindar un mejor servicio a nuestros huéspedes.</p> <p>(4F-6A) Contamos con el primer capital para abordar estos problemas, teniendo en cuenta la necesidad de políticas internas y estrategias de emergencias basadas en el problema a superar.</p> <p>(1F-2A) Las políticas inclusivas apuntan a reducir el desempleo en la región y reducir el nivel de riesgo de la población a través de trabajo de calidad.</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p><b>DO</b></p>	<p><b>DA</b></p>
<p>D1. Falta de experiencia en el lugar de trabajo.</p> <p>D2. Cero conocimientos del entorno, no tenemos cuentas de clientes y proveedores.</p> <p>D3. Los productos y servicios se limitan a los ofrecidos por el sitio.</p> <p>D4. No existen registros para este hotel.</p> <p>D5. Diferencias entre directivos.</p>	<p>(5D-5O) Sumar esfuerzos y trabajar juntos para ser efectivos en la consideración del crecimiento del sector hotelero y turismo.</p> <p>(2D-4O) Invitar a personas relevantes al hotel, presentándose a través de anuncios en Facebook, Twitter y otras redes sociales y así consigue el resultado de celebrar los aspectos positivos y bellos de tu estadía.</p> <p>(1D-1O) Estudiar la competencia, para mejorar el éxito y evitar errores</p>	<p>(5D-5A) Como somos nuevos en el mercado, debemos pensar detenidamente y estudiar modelos de hoteles específicos para que cada modelo sea útil e implementar todo en nuestro hotel.</p> <p>(3D-6A) Puede haber muchas diferencias entre los propietarios y las políticas de nuestro hotel, algunas están de acuerdo con otras y otras no. Por eso debemos estar preparados y tener un buen plan para no caer cuando existan estas diferencias.</p> <p>(4D-1A) No importa dónde estemos, podemos vernos afectados por la situación de un niño, por lo que necesitamos tener un plan de emergencia para mantener seguros a nuestros clientes si algo como esto sucede.</p> <p>(1D-4A) El hotel en funcionamiento tiene más clientes por lo que se necesita mejorar los servicios adicionales de baja calidad en todos los aspectos, porque queremos brindar ese tipo de turismo. El dinero se convierte en un refugio seguro.</p>

## 8. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Amabilidad	El 50.00% de los clientes indicaron que los trabajadores a veces no muestran amabilidad al momento de ofrecer el servicio.	La poca preocupación que tiene la propietaria en su personal al no brindarle capacitaciones para atención al cliente. Los trabajadores solo se enfocan en sus propias funciones mas no en el trato amable hacia el cliente.	Riesgos altos en tomar malas decisiones y que los clientes dejen de frecuentar dicho hospedaje.  Baja satisfacción laboral.
Solución de problema	El 33.33% de los clientes indicaron que rara vez los trabajadores responden ante las inquietudes.	Falta de comunicación e información acerca de los servicios ofrecidos por el hospedaje. Falta de comunicación de la propietaria y los trabajadores.	Baja productividad al no saber acerca de los servicios que ofrece el hospedaje. Desconfianza entre trabajadores y bajo compromiso para resolver problemas.
Cumplimiento de necesidades	El 36.67% de los clientes indicaron que a veces se sienten satisfechos con la información que los trabajadores les brindan.	Falta de interés de los trabajadores al no actualizarse o no saber sobre las inquietudes del huésped. No existe capacitación para la actualización de información sobre la información que necesita el huésped.	Bajo compromiso al no brindar información necesaria a los huéspedes.  No enfocarse en el cumplimiento de los objetivos, es decir se trabaja de manera individual.
Flexibilidad	El 50.00% de los trabajadores indicaron que rara vez la empresa es flexible con los trabajadores.	La propietaria considera que es necesario la presión por cumplir ciertas cantidades de horas. La poca preocupación del personal.	Alto nivel de estrés esto conlleva a una baja productividad. Poca adaptación al cambio

## 9. Problema

Problema	Surgimiento de problema
El 50.00% de los clientes indicaron que los trabajadores a veces no muestran amabilidad al momento de ofrecer el servicio.	La poca preocupación que tiene la propietaria en su personal al no brindarle capacitaciones para atención al cliente. Los trabajadores solo se enfocan en sus propias funciones mas no en el trato amable hacia el cliente.
El 33.33% de los clientes indicaron que rara vez los trabajadores responden ante las inquietudes.	Falta de comunicación e información acerca de los servicios ofrecidos por el hospedaje. Falta de comunicación de la propietaria y los trabajadores.
El 36.67% de los clientes indicaron que a veces se sienten satisfechos con la información que los trabajadores les brindan.	Falta de interés de los trabajadores al no actualizarse o no saber sobre las inquietudes del huésped. No existe capacitación para la actualización de información sobre la información que necesita el huésped.
El 50.00% de los trabajadores indicaron que rara vez la empresa es flexible con los trabajadores.	La propietaria considera que es necesario la presión por cumplir ciertas cantidades de horas. La poca preocupación del personal.

## 10. Establecer soluciones

Indicador	Problema	Acción de mejora
Amabilidad	El 50.00% de los clientes indicaron que los trabajadores a veces no muestran amabilidad al momento de ofrecer el servicio.	Generar un buen clima laboral recibiendo capacitación de esa manera eliminar los malos hábitos que perjudican al negocio y puedan ofrecer una buena atención al cliente.
Solución de problema	El 33.33% de los clientes indicaron que rara vez los trabajadores responden ante las inquietudes.	Realizar reuniones semanales para brindar información de los servicios o nuevos servicios que brinda el hospedaje.
Cumplimiento de necesidades	El 36.67% de los clientes indicaron que a veces se sienten satisfechos con la información que los trabajadores les brindan.	Establecer un protocolo para la recolección de información y así todos los trabajadores estén informados.
Flexibilidad	El 50.00% de los trabajadores indicaron que rara vez la empresa no es flexible con los trabajadores.	Aplicar la técnica de rotación de puestos, con el fin de mejorar la experiencia laboral de los empleados, capacitarlos y mejorar su satisfacción laboral.

### 11. Recursos para la implementación de las estrategias

<b>Estrategias</b>	<b>Humanos</b>	<b>Económico</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Tiempo</b>
Generar un buen clima laboral recibiendo capacitación de esa manera eliminar los malos hábitos que perjudican al negocio y puedan ofrecer una buena atención al cliente.	Propietaria / colaborador	\$2500	Capacitación, folletos, computadores y proyectos	25 días
Realizar reuniones semanales para brindar información de los servicios o nuevos servicios que brinda el hospedaje.	Propietaria / colaborador	\$2500	Capacitación, folletos, computadores y proyectos	25 días
Establecer un protocolo para la recolección de información y así todos los trabajadores estén informados.	Propietaria / colaborador	\$2500	Capacitación, folletos, computadores y proyectos	25 días
Aplicar la técnica de rotación de puestos, con el fin de mejorar la experiencia laboral de los empleados, capacitarlos y mejorar su satisfacción laboral.	Propietaria / colaborador	\$2500	Capacitación, folletos, computadores y proyectos	25 días
Total		10,000		100 días – 4 meses

## 12. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Fecha	Termino	Año 2024															
				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Generar un buen clima laboral recibiendo capacitación de esa manera eliminar los malos hábitos que perjudican al negocio y puedan ofrecer una buena atención al cliente.	08/01/2024	02/02/2024	X	X	X	X												
2	Realizar reuniones semanales para brindar información de los servicios o nuevos servicios que brinda el hospedaje.	04/02/2024	28/02/2024					X	X	X	X								
3	Establecer un protocolo para la recolección de información y así todos los trabajadores estén informados.	01/03/2024	25/03/2024									X	X	X	X				
4	Aplicar la técnica de rotación de puestos, con el fin de mejorar la experiencia laboral de los empleados, capacitarlos y mejorar su satisfacción laboral.	28/03/2024	22/04/2024												X	X	X	X	X

## VI. CONCLUSIÓN

Se estableció una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, esta propuesta se realizó porque existe la necesidad de mejorar la amabilidad al momento de atención, el servicio tiene que ser confiable, los trabajadores no responden las inquietudes del cliente, la empresa tiene que cubrir las necesidades del huésped, el cliente se tiene que sentir satisfecho con la información, la empresa tiene que ser flexible con los trabajadores y el hospedaje no motiva a los trabajadores.

En cuanto al trato amable los clientes indicaron que a veces el trato es bueno o amable, se tiene que imponer a todos los trabajadores que tienen contacto con los clientes utilizar frases amables como, buenos días o buenas tardes, ¿puedo ayudarlo en algo?, gracias por ocupar el servicio, que tenga un buen día, siempre con un tono amable y brindando una sonrisa.

Los clientes indicaron que siempre el hospedaje brinda una adecuada calidad de atención al cliente, es importante que toda empresa cuente con un manual de atención al cliente, así pueden afirmar que su servicio es excelente, este manual ayuda a la empresa a mantener los estándares de acuerdo con las necesidades de los clientes con ello es más fácil de alcanzar los objetivos.

Los trabajadores indicaron que rara vez el hospedaje es flexible, esto brinda a los empleados la oportunidad de elegir condiciones específicas para su puesto, como elegir su propio horario, obtener un dinero extra en su remuneración habitual si cumple con los objetivos plasmados.

En cuanto si los trabajadores harían algo para perjudicar al compañero eso nunca va a suceder, trabajar en equipo da soluciones de mayor eficacia por la gran ayuda que aportan todos los trabajadores y así desarrollan la habilidad social.

Se elaboro una propuesta de mejora en base a los resultados de investigación obtenidos, con la finalidad de mejorar las variables atención al cliente y gestión de calidad, para así elevar el nivel de satisfacción del cliente y motivar al trabajador.

## VII. RECOMENDACIONES

Seguir analizando e investigando los distintos problemas de atención al cliente y gestión de calidad aplicado en las microempresas del sector hotelero, en el sentido de mejorar ambas variables, es necesario crear e implementar talleres de motivación, liderazgo y trabajo en equipo, con ello los clientes y el trabajador se sentirán satisfechos.

Crear un libro, este debe elaborarse por un equipo de personas, el equipo debe estar completamente comprometido con los objetivos y procesos de la organización. Debe ser capaz de realizar los análisis, identificar procesos y puntos de mejora.

Establecer un buen proceso de reclutamiento que permita la selección de recurso humano idóneo, que permita el cumplimiento de los procesos y requerimientos de atención al cliente a nivel externo como interno.

Desarrollar capacitaciones a cada miembro del departamento de atención al cliente y gestión de calidad, este debe comprender la importancia de recibir un reclamo, por lo tanto, debe estar capacitado y enterado del proceso a seguir para no causar una mayor frustración al cliente.

Crear espacios para promover un intercambio de ideas y demostrar que los horarios flexibles mejoran la productividad y reducen los costos debido al ausentismo o cambio de trabajo, las políticas simples crean empleados felices y comprometidos con sus labores, conocer a sus empleados y sus personalidades pueden resultar muy útil.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, M. H. (7 De Junio De 2020). *La Importancia Del Control En La Administración*. Obtenido De <https://www.uic.mx/noticias/la-importancia-del-control-en-la-administracion/>
- Ariza, F. J. (2020). *Atencion Al Cliente*. Obtenido De Comercio Y Mrketing: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Ávila, J. S. (2021). *Mejoramiento Continuo En Atención Y Servicio Al Cliente Para Hoteles De La Ciudad De Boyacá - Colombia: Sogamoso*. Obtenido De [https://repositorio.uniboyaca.edu.co/bitstream/handle/uniboyaca/564/documento\\_juansebastiancastro\\_lisbethdayanarodr%C3%ADguez-1-66.pdf?sequence=1&isallowed=Y](https://repositorio.uniboyaca.edu.co/bitstream/handle/uniboyaca/564/documento_juansebastiancastro_lisbethdayanarodr%C3%ADguez-1-66.pdf?sequence=1&isallowed=Y)
- Benavides, G. M. (2020). *Análisis De La Calidad Del Servicio Del Hotel Perla Verde De La Ciudad De Esmeraldas*. Ecuador. Obtenido De <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/Mu%C3%91oz%20benavides%20gira.pdf>
- Bogdan, T. Y. (2020). *Metodologia De Investigaciòn Cuantitativa* . Obtenido De <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/2/Guia-Didactica-Metodologia-De-La-Investigacion.pdf>
- Burgos, D. L. (2020). *Desarrollo Del Sistema De Gestión De Calidad En El Restaurante-Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo Los Lineamentos De La Norma Iso 9001:2015 Y La Norma Técnica Colombiana Nts-Usna 008*. Colombia. Obtenido De <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/documento>
- Cabello, S. Y. (2019). *Importancia De La Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas En El Desarrollo Del País*. Perú. Obtenido De <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-Importanciadelamicropequenasymedianasempresaseneld-557875.pdf>

- Campos, A. A. (2020). *Gestión Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente En Las Mypes Del Sector Servicios, Hoteles, Distrito De Iquitos, Año 2020*. Pucallpa. Obtenido De [https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/9314/Gestion\\_Enfoque\\_Cliente\\_Angulo\\_Campos\\_Anthoni.Pdf?Sequence=4&Isallowed=Y](https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/9314/Gestion_Enfoque_Cliente_Angulo_Campos_Anthoni.Pdf?Sequence=4&Isallowed=Y)
- Clavijo, C. (2021). *Liderazgo: Qué Es, Importancia Y Habilidades Clave*. Obtenido De Blog.Hubspo: <https://Blog.Hubspot.Es/Sales/Guia-Liderazgo-Empresarial>
- Escalante, R. H. (Diciembre De 2020). *Gestión De Calidad En La Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Hoteles En La Provincia De Leoncio Prado Periodo 2020*,. Obtenido De Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote: [https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/4519/Gestionde%20al%20calidad%20\\_Competicividad\\_Escalante\\_Ramos\\_Humberto\\_Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/4519/Gestionde%20al%20calidad%20_Competicividad_Escalante_Ramos_Humberto_Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Esdai. (7 De Agosto De 2022). *La Importancia Del Servicio Al Cliente En La Hospitalidad*. Obtenido De Universidad Panamericana: <https://Blog.Up.Edu.Mx/Administracion-Y-Hospitalidad/La-Importancia-Del-Servicio-Al-Cliente-En-La-Hospitalidad>
- Fidias, A. G. (2018). *El Proyecto De Investigación*. Obtenido De Editorial Episteme: [https://Tauniversity.Org/Sites/Default/Files/Libro\\_El\\_Proyecto\\_De\\_Investigacion\\_Fidias\\_G\\_Arias.Pdf](https://Tauniversity.Org/Sites/Default/Files/Libro_El_Proyecto_De_Investigacion_Fidias_G_Arias.Pdf)
- Garcia, X. S. (2019). *“Características De La Competitividad Y Atención Al Cliente De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Hoteles Del Casco Urbano Del Distrito De Sullana, 2019”*. Piura, Sullana. Obtenido De [https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/4519/Atencion%20al%20cliente%20\\_Competicividad\\_Carranza\\_Garcia\\_Xiomara\\_Stifany.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/4519/Atencion%20al%20cliente%20_Competicividad_Carranza_Garcia_Xiomara_Stifany.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)

- Hernandez, F. Y. (12 De Enero De 2018). *Tesis De Investigacion*. Obtenido De [Https://Tesisdeinvestig.Blogspt.Com/2012/12/Disenos-No-Experimentales-Segun.Html](https://Tesisdeinvestig.Blogspt.Com/2012/12/Disenos-No-Experimentales-Segun.Html)
- Hutià, A. M. (2019). *Gestión De Calidad Y Eficacia En Los Procesos Administrativos De Las Mypes Del Sector Servicio, Rubro Hospedaje-Juanjuí, San Martín, 2019*. Pucallpa. Obtenido De [Https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/17037/Gestion\\_Calidad\\_Meza\\_Utia\\_Aide.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/17037/Gestion_Calidad_Meza_Utia_Aide.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- (2021). *Instituto Nacional De Estadística Y Geografía*. Obtenido De [Https://Cea.Cepal.Org/10/Instituto-Nacional-Estadistica-Geografia-Inegi-Mexico](https://Cea.Cepal.Org/10/Instituto-Nacional-Estadistica-Geografia-Inegi-Mexico)
- Martín, Z. H. (2020). *Método De Análisis De Datos* . Obtenido De [Https://Www.Unirioja.Es/Cu/Zehernan/Docencia/Mad\\_710/Lib489791.Pdf](https://Www.Unirioja.Es/Cu/Zehernan/Docencia/Mad_710/Lib489791.Pdf)
- Palma, H. H. (2018). *Gestión De La Calidad: Elemento Clave Para El Desarrollo De Las Organizaciones*. Bogotá. Obtenido De <File:///C:/Users/Admin/Downloads/Portalderevistas,+Articulo7.Pdf>
- Palma, H. H. (2018). *Gestión De La Calidad: Elemento Clave Para El Desarrollo De Las Organizaciones*. Obtenido De [Researchgate: Htps://Www.Researchgate.Net/Publication/327197050\\_Gestion\\_De\\_La\\_Calidad\\_Elemento\\_Clave\\_Para\\_El\\_Desarrollo\\_De\\_Las\\_Organizaciones](https://Www.Researchgate.Net/Publication/327197050_Gestion_De_La_Calidad_Elemento_Clave_Para_El_Desarrollo_De_Las_Organizaciones)
- Parejo, I. B. (2020). *Gestión De La Calidad*. Obtenido De [Https://Www.Researchgate.Net/Publication/327197050\\_Gestion\\_De\\_La\\_Calidad](https://Www.Researchgate.Net/Publication/327197050_Gestion_De_La_Calidad)
- Porto, J. P. (2022). *Credibilidad*. Obtenido De [Https://Definicion.De/Credibilidad/](https://Definicion.De/Credibilidad/)
- Ramírez, W. (2020). *Gestionde Calidad En Perú*. Obtenido De [Rpp Noticias: Htps://Rpp.Pe/Campanas/Branded-Content/Solo-El-1-De-Empresas-En-Peru-Cuenta-Con-Sistemas-De-Gestion-De-Calidad-Noticia-97089](https://Rpp.Pe/Campanas/Branded-Content/Solo-El-1-De-Empresas-En-Peru-Cuenta-Con-Sistemas-De-Gestion-De-Calidad-Noticia-97089)

- Ramos, C. R. (2020). *Propuesta De Mejora En La Atención Del Cliente Para La Gestión De Calidad En La Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Hoteles Caso Montecarlo Suits Y Hotel En La Victoria, Lima, 2020*. Lima. Obtenido De Epositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/28988/Atencion\_Calidad\_De\_La\_Cruz\_Ramos\_Cinthia\_Rocio.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- Ramos, D. A. (2019). *Elaboracion De `Ropuesta De Investigacion .* Obtenido De Portalur: <https://Www.Url.Edu.Gt/Portalurl/Archivos/5/Archivos/Propuesta.Pdf>
- Rodriguez, D. A. (2020). *"Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mype, Rubro Hoteles De La Av. Víctor Raúl Haya De La Torre, Paita Año 2020"*. Paita. Obtenido De [https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/27767/Gestion\\_Calidad\\_Olivera\\_Rodriguez\\_Dante.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/27767/Gestion_Calidad_Olivera_Rodriguez_Dante.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Rodriguez, L. A. (2020). *La Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio - Rubro Hoteles, Miraflores Alto Distrito Chimbote, Año 2020.* Chimbote. Obtenido De [https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/32102/Cliente\\_Empresa\\_Rodriguez\\_Alfaro\\_Lucero\\_Amparo.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/32102/Cliente_Empresa_Rodriguez_Alfaro_Lucero_Amparo.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Rodriguez, R. (2021). *Importancia De Generar Confianza En El Cliente.* Obtenido De Tickephant: <https://Tickephant.Com/Blog/El-Blog-Del-Elefante-1/Post/Importancia-De-Generar-Confianza-En-El-Cliente-36>
- Romero, R. F. (2019). *Caracterización De Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente De Las Mypes, Sector Servicio, Rubro Hoteles, Distrito De Zorritos, 2019.* Tumbes. Obtenido De [https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/20965/Atencion\\_Al\\_Cliente\\_Gestion\\_De\\_Calidad\\_Tinedo\\_Romero\\_Randy\\_Francisco.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/20965/Atencion_Al_Cliente_Gestion_De_Calidad_Tinedo_Romero_Randy_Francisco.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)

- Ruiz, M. D. (2020). *Introducción A La Investigación*. Obtenido De Academia:  
[Https://Www.Academia.Edu/3643021/Introducci%C3%B3n\\_A\\_La\\_Investigaci%C3%B3n](https://Www.Academia.Edu/3643021/Introducci%C3%B3n_A_La_Investigaci%C3%B3n)
- Salazar, N. L. (2020). *Laatención Al Cliente, El Servicio, El Producto Y El Precio Como Variablesdeterminantes De La Satisfacción Del Cliente En Una Pyme De Servicios*. Obtenido De In Revista Geon:  
[Https://Revistageon.Unillanos.Edu.Co/Index.Php/Geon/Article/View/159/168](https://Revistageon.Unillanos.Edu.Co/Index.Php/Geon/Article/View/159/168)
- Sánchez, A. L. (2020). *"Evaluación De La Calidad De Servicio Al Cliente En El Restaurante Pizza Burger Diner De Gualan, Zacapa."*. Guatemala. Obtenido De  
<Http://Recursosbiblio.Url.Edu.Gt/Tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.Pdf>
- Silva, D. D. (1 De Junio De 2020). *¿Qué Es Atención Al Cliente? Definición, Elementos E Importancia Para Las Empresas En La Actualidad*. Obtenido De Blog De Zendesk:  
<Https://Www.Zendesk.Com.Mx/Blog/Que-Es-Atencion-Al-Cliente/>
- Soto, P. O. (2020). *"La Formalización Y Su Influencia En La Gestión De Calidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Rubro Hotelero De La Ciudad De Tingo Maria – 2020"*. Tingo Maria. Obtenido De  
[Https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/19351/Formalizaci%C3%93n\\_Gestion\\_De\\_Calidad\\_Y\\_Mypes\\_Soto\\_Odar\\_Patricia.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](Https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/19351/Formalizaci%C3%93n_Gestion_De_Calidad_Y_Mypes_Soto_Odar_Patricia.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Tamayo. (04 De Septiembre De 2018). *Investigación E Innovación Metodológica*. Obtenido De Blogspot:  
<Https://Investigacionmetodologicaderojas.Blogspot.Com/2017/9/Poblacion-Y-Muestra.Html>
- Tamayo. (2020). *Marco Teorico* . Obtenido De Studocu:  
<Https://Www.Studocu.Com/Pe/Documen/Universidad-Privada-De-Pucallpa/Historia/Muestra-Censal-Para-Apoyo/40267998>

- Velasquez, E. M. (2020). *“La Gestión De Servicio Al Cliente Y El Nivel De Rentabilidad Del Sector Hotelero Del Distrito De Tacna Año 2020”*. Tacna. Obtenido De <https://Repositorio.Upt.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12969/243/Ca%C3%B1i-Velasquez-Emelyn-Marilia.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>
- Villarreal, M. B. (2021). *Incidencia De La Calidad De Servicio En La Satisfacción De Los Consumidores En Las Cafeterías Del Aeropuerto José Joaquín De Olmedo De La Ciudad De Guayaquil*. Guayaquil. Obtenido De <http://Repositorio.Ucsg.Edu.Ec/Handle/3317/16809>
- Zapata, B. (2019). *Atención Al Cliente Con Falencias En Ecuador*. Ecuador: El Universo, Diario Nacional.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Consistencia

**Título: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE “QUINTA PIEDAD” PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023**

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es la Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuáles son las características de la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023? ¿Cuál es el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023? ¿Cuáles son los elementos de control en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023? ¿Cuáles son características de liderazgo de la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023? ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Establecer una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Describir la credibilidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” de la Provincia de Zarumilla, 2023. Detallar el nivel de orientación que brinda la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023. Detallar los elementos de control en la microempresa, Hospedaje Quinta Piedad de la Provincia de Zarumilla, 2023. Describir las características de liderazgo en la microempresa, Hospedaje Quinta Piedad de la Provincia de Zarumilla, 2023. Elabora una propuesta de un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023.</p>	<p>En este estudio, no se planteará hipótesis por ser de nivel descriptivo.</p> <p>Por ser una Investigación Descriptivo no se planteó una hipótesis ya que en los estudios donde se va a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis, en este estudio no se aplica hipótesis, según (Fidias, 2018)</p>	<p><b>Variable 1:</b> Atención al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Credibilidad.</li> <li>• Nivel de orientación.</li> </ul> <p><b>Variable 2:</b> Gestión de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Control.</li> <li>• Liderazgo.</li> </ul>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo de propuesta</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental, transversal</p> <p><b>Población y muestra:</b> Está conformada por 10 trabajadores y 30 clientes</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

## Anexo 2: Instrumento de recolección de datos



El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los clientes del hospedaje “Quinta Piedad”, Zarumilla para desarrollar la investigación Titulada **Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023**, para optar el Título profesional de licenciada en Administración, se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas que son 10, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

**Respecto a la variable:** Atención al cliente

Escala: **Nunca** – **Rara vez** - **A veces** - **Casi siempre** - **Siempre**  
 1                      2                      3                      4                      5

<b>Dimensión 1: Credibilidad</b>	<b>Nunca</b>	<b>Rara vez</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
1. ¿El personal muestra amabilidad al momento de la atención al cliente?					
2. ¿El servicio ofrecido es confiable para su estadía?					
3. ¿El hospedaje Quinta Piedad cumple con lo ofrecido?					
4. ¿El personal tiene apariencia pulcra?					
5. ¿El personal muestra credibilidad al momento de ofrecer el servicio?					
<b>Dimensión 2: Nivel de orientación</b>					
6. ¿Los trabajadores respondieron ante sus inquietudes?					
7. ¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad en atención al cliente?					
8. ¿La empresa cubre cada una de sus necesidades de compra?					
9. ¿El personal lo informa correctamente respecto a los equipos y sus características?					
10. ¿Se siente satisfecho con la información brindada por los trabajadores?					



### Anexo 3: Validez del instrumento

<b>Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación</b>	
<b>Nombres y Apellidos:</b> Sosa Orellana Cristihan	
<b>N° DNI / CE:</b> 00373944	<b>Edad:</b> 38
<b>Teléfono / celular:</b> 972622677	<b>Email:</b>
<hr/>	
<b>Título profesional:</b> Licenciado en Administración	
<b>Grado académico:</b> Maestría <u>x</u>	<b>Doctorado:</b> _____
<b>Especialidad:</b> Magister en finanzas	
<b>Institución que labora:</b> Consultorías & Marketing S.R.L	
<hr/>	
<b>Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis</b>	
<b>Título:</b> Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023	
<b>Autor(es):</b> León Cruz Astrid Jamilex	
<b>Programa académico:</b> Administración	
<hr/>	
 Firma	 Huella

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Sosa Orellana Cristihan

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

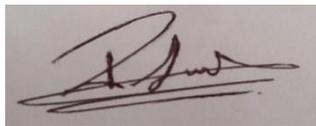
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **León Cruz Astrid Jamilex** estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023** y envió a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

LEÓN CRUZ ASTRID JAMILEX



DNI:74921894

### Formato de ficha de validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE “QUINTA PIEDAD” PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023								
VARIABLE 1: ATENCIÓN AL CLIENTE		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Credibilidad		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿El personal muestra amabilidad al momento de la atención al cliente?	X		X		X		
2	¿El servicio ofrecido es confiable para su estadía?	X		X		X		
3	¿El hospedaje Quinta Piedad cumple con lo ofrecido?	X		X		X		
4	¿El personal tiene apariencia pulcra?	X		X		X		
5	¿El personal muestra credibilidad al momento de ofrecer el servicio?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Nivel de orientación</b>								
1	¿Los trabajadores respondieron ante sus inquietudes?	X		X		X		
2	¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad en atención al cliente?	X		X		X		
3	¿La empresa cubre cada una de sus necesidades de compra?	X		X		X		
4	¿El personal lo informa correctamente respecto a los equipos y sus características?	X		X		X		
5	¿Se siente satisfecho con la información brindada por los trabajadores?	X		X		X		
<b>VARIABLE 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>								
<b>Dimensión 1: Control</b>								
1	¿La empresa es flexible con los trabajadores?	X		X		X		
2	¿Cuentas con el apoyo del equipo para realizar las tareas?	X		X		X		
3	¿Usted es eficiente al momento de ofrecer el servicio?	X		X		X		

4	¿La empresa corrige las aportaciones que deja el cliente de acuerdo al servicio?	X		X		X		
5	¿Cree usted que el hospedaje permite al cliente cancelar o modificar su reserva sin penalización hasta cierto plazo?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Liderazgo</b>								
1	¿Cree usted que un buen líder debe tener excelentes habilidades de comunicación?	X		X		X		
2	¿Existe una comunicación fluida?	X		X		X		
3	¿La empresa motiva a los trabajadores?	X		X		X		
4	¿Usted como trabajador cree que la empresa prioriza la opinión de los clientes?	X		X		X		
5	¿Serías capaz de hacer algo que lo beneficie en el trabajo pero que perjudica a otro trabajador?	X		X		X		

Recomendaciones: Mantén tu encuesta simple, directa y corta mientras empatizas.

Opinión de experto: Aplicable ( x)      Aplicable después de modificar (    )      No aplicable ( )

Nombres y Apellidos de experto: Dr. / Mg. Sosa Orellana Cristihan

DNI: 00373944



Firma



**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

**Nombres y Apellidos:** Edita Jerid Periche Castro

**N° DNI / CE:** 41799958

**Edad:** 37

**Teléfono / celular:**

**Email:**

---

**Título profesional:** Licenciada en Administración

**Grado académico:** Maestría x

**Doctorado:** \_\_\_\_\_

**Especialidad:** Magister en educación con mención en docencia y gestión educativa

**Institución que labora:** Independiente

---

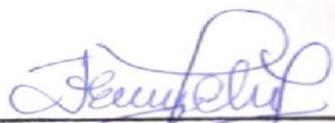
**Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis**

**Título:** Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

**Autor(es):** Leòn Cruz Astrid Jamilex

**Programa académico:** Administración

---



**Edita Jerid Periche Castro**  
**Administradora**  
**CORLAD 004038**



**Huella**

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Edita Jerid Periche Castro

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

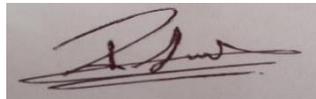
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **Leòn Cruz Astrid Jamilex** estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023** y envió a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

LEÒN CRUZ ASTRID JAMILEX



DNI:74921894

## Formato de ficha de validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE “QUINTA PIEDAD” PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023								
	VARIABLE 1: ATENCIÓN AL CLIENTE	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Credibilidad	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿El personal muestra amabilidad al momento de la atención al cliente?	X		X		X		
2	¿El servicio ofrecido es confiable para su estadía?	X		X		X		
3	¿El hospedaje Quinta Piedad cumple con lo ofrecido?	X		X		X		
4	¿El personal tiene apariencia pulcra?	X		X		X		
5	¿El personal muestra credibilidad al momento de ofrecer el servicio?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Nivel de orientación</b>							
1	¿Los trabajadores respondieron ante sus inquietudes?	X		X		X		
2	¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad en atención al cliente?	X		X		X		
3	¿La empresa cubre cada una de sus necesidades de compra?	X		X		X		
4	¿El personal lo informa correctamente respecto a los equipos y sus características?	X		X		X		
5	¿Se siente satisfecho con la información brindada por los trabajadores?	X		X		X		
	<b>VARIABLE 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>							
	<b>Dimensión 1: Control</b>							
1	¿La empresa es flexible con los trabajadores?	X		X		X		
2	¿Cuentas con el apoyo del equipo para realizar las tareas?	X		X		X		

3	¿Usted es eficiente al momento de ofrecer el servicio?	X		X		X		
4	¿La empresa corrige las aportaciones que deja el cliente de acuerdo al servicio?	X		X		X		
5	¿Cree usted que el hospedaje permite al cliente cancelar o modificar su reserva sin penalización hasta cierto plazo?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Liderazgo</b>								
1	¿Cree usted que un buen líder debe tener excelentes habilidades de comunicación?	X		X		X		
2	¿Existe una comunicación fluida?	X		X		X		
3	¿La empresa motiva a los trabajadores?	X		X		X		
4	¿Usted como trabajador cree que la empresa prioriza la opinión de los clientes?	X		X		X		
5	¿Serías capaz de hacer algo que lo beneficie en el trabajo pero que perjudica a otro trabajador?	X		X		X		

Recomendaciones: Ten cuidado con tu lenguaje y estilo, ser descriptivo y formal con tus preguntas funciona bien.  
 Opinión de experto: Aplicable ( x)      Aplicable después de modificar (    )      No aplicable ( )  
 Nombres y Apellidos de experto: Dr. / Mg. Edita Jerid Periche Castro      DNI: 41799958



**Edita Jerid Periche Castro**  
 Administradora  
 CORLAD 004038



**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

**Nombres y Apellidos:** Barrueta Salazar, Luis Henry

**N° DNI / CE:** 42380412

**Edad:**43

**Teléfono / celular:**

**Email:**

---

**Título profesional:** Licenciado en Administración

**Grado académico:** Maestría \_\_\_\_\_

**Doctorado:**  x \_\_\_\_\_

**Especialidad:** Doctor en Gestión Empresarial

**Institución que labora:** Universidad Nacional Hermilio Valdizán

---

**Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis**

**Título:** Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023

**Autor(es):** León Cruz Astrid Jamilex

**Programa académico:** Administración

---



**Huella**

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Barrueta Salazar, Luis Henry

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

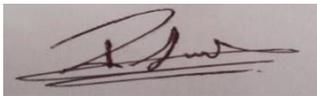
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **Leòn Cruz Astrid Jamilex** estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: **Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023** y envió a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

LEÒN CRUZ ASTRID JAMILEX



DNI:74921894

## Formato de ficha de validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE “QUINTA PIEDAD” PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023								
	VARIABLE 1: ATENCIÓN AL CLIENTE	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Credibilidad	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿El personal muestra amabilidad al momento de la atención al cliente?	X		X		X		
2	¿El servicio ofrecido es confiable para su estadía?	X		X		X		
3	¿El hospedaje Quinta Piedad cumple con lo ofrecido?	X		X		X		
4	¿El personal tiene apariencia pulcra?	X		X		X		
5	¿El personal muestra credibilidad al momento de ofrecer el servicio?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Nivel de orientación</b>							
1	¿Los trabajadores respondieron ante sus inquietudes?	X		X		X		
2	¿Considera que la empresa ofrece una adecuada calidad en atención al cliente?	X		X		X		
3	¿La empresa cubre cada una de sus necesidades de compra?	X		X		X		
4	¿El personal lo informa correctamente respecto a los equipos y sus características?	X		X		X		
5	¿Se siente satisfecho con la información brindada por los trabajadores?	X		X		X		
	<b>VARIABLE 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>							
	<b>Dimensión 1: Control</b>							
1	¿La empresa es flexible con los trabajadores?	X		X		X		
2	¿Cuentas con el apoyo del equipo para realizar las tareas?	X		X		X		
3	¿Usted es eficiente al momento de ofrecer el servicio?	X		X		X		



## Anexo 4. Confiabilidad del instrumento

### VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	SUMA
Sujeto 1	3	4	4	2	5	5	4	5	5	4	41
Sujeto 2	5	4	3	2	5	5	5	5	4	3	41
Sujeto 3	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	45
Sujeto 4	2	3	4	1	5	2	4	1	5	3	30
Sujeto 5	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	37
Sujeto 6	4	5	4	4	2	4	4	5	5	5	42
Sujeto 7	4	5	5	5	4	5	5	4	5	2	44
Sujeto 8	3	2	4	3	5	2	2	3	2	4	30
Sujeto 9	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	44
Sujeto 10	5	4	5	4	4	2	5	3	5	3	40
<b>VARIANZA</b>	0.96	0.89	0.49	1.85	0.89	1.61	0.81	1.6	0.84	0.84	

Σ (símbolo sumatoria)	
α (Alfa) =	0.66485
K (Numero de Items) =	10
Vi (Varianza de cada Items) =	10.78
Vt (Varianza Total) =	26.84
$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$	

#### CONCLUSION:

En la variable "Atencion al cliente" se encuestó a 30 clientes del hospedaje "Quinta Piedad" de la cual según la fórmula alfa de Cronbach, salió como resultado final **0.66485**, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es buena la confiabilidad del instrumento.

### VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	SUMA
sujeto 1	2	4	2	4	5	4	2	4	4	1	32
sujeto 2	3	5	4	5	5	5	4	5	5	1	42
sujeto 3	2	4	4	4	5	4	5	4	5	1	38
sujeto 4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	2	44
sujeto 5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	1	44
sujeto 6	2	2	5	5	1	5	2	3	4	1	30
sujeto 7	5	5	4	4	5	4	5	5	5	2	44
sujeto 8	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	45
sujeto 9	4	5	5	5	5	5	3	4	4	2	42
sujeto 10	2	4	5	3	5	5	5	5	5	1	40
<b>VARIANZA</b>	1.64	0.84	0.84	0.45	2.01	0.21	1.49	0.61	0.24	0.24	

Σ (símbolo sumatoria)	
α (Alfa) =	0.72854
K (Numero de Items) =	10
Vi (Varianza de cada Items) =	8.57
Vt (Varianza Total) =	24.89
$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$	

#### CONCLUSION:

En la variable "Gestion de calidad" se encuestó a 10 trabajadores del hospedaje "Quinta Piedad" de lo cual según la fórmula alfa de Cronbach, salió como resultado final **0.72854**, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es buena la confiabilidad del instrumento.

## Anexo 5. Formato de consentimiento informado



### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023 y es dirigido por León Cruz Astrid Jamilex, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer una propuesta de mejora atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa, hospedaje “Quinta Piedad” Provincia de Zarumilla, 2023. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios de comunicación de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo [leon96135@gmail.com](mailto:leon96135@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: .....

Fecha: .....

Correo electrónico: .....

## **Anexo 6: Documento de aprobación para la recolección de información**



**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN  
“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”**

Chimbote 23 de noviembre 2023

### **CARTA N° 0073-2023-2023-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA**

**Señor/a:**

**Sra. Piedad Leòn Zevallos**

**Hospedaje "Quinta Piedad" - Zarumilla**

**Presente:**

A través del presente, reciba el cordial saludo en nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a la vez solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE “QUINTA PIEDAD” PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023 que involucra la recolección de información/datos en Trabajadores y clientes frecuentes, a cargo del investigador Astrid Jamilex Leòn Cruz , con DNI N° 74921894, cuyo asesor es el/la docente ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad, y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad, para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente

  
*Dr. Willy Valle Salvatierra*  
Coordinador de Gestión de Investigación

## Anexo 7. Evidencia de ejecución

### DECLARACIÓN JURADA

Yo, LEÓN CRUZ ASTRID JAMILEX, identificada con DNI: 74921894, con domicilio real: Calle Tarapacá # 408 – Miraflores, Provincia de Zarumilla, Departamento Tumbes.

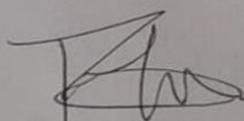
### DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de bachiller en administración con código: 2111171022 de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-2:

1. Que los datos consignados en mi tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA, HOSPEDAJE "QUINTA PIEDAD" PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2023

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Chimbote, 15 de diciembre del 2023



Firma del bachiller

DNI: 74921894



Huella digital