



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE RUBRO  
HOTELES UNA ESTRELLA DEL CENTRO PIURA, AÑO  
2017**

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

**AUTOR:**

**SEGUNDO ACHA CALLE**

**ASESORA:**

**Dra. MERCEDES RENEÈ PALACIOS DE  
BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE RUBRO  
HOTELES UNA ESTRELLA DEL CENTRO PIURA, AÑO  
2017**

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

**AUTOR:**

**SEGUNDO ACHA CALLE**

**ASESORA:**

**Dra. MERCEDES RENEÈ PALACIOS DE  
BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2019**

## **JURADO EVALUADOR**

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

**Presidente**

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

**Secretario**

Lic.Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

**Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A las MYPE de servicios hoteleros por haberme brindado su apoyo incondicional en brindarme información y confianza para poder culminar mi Tesis.

## **DEDICATORIA**

A mis padres y demás familiares quienes con su apoyo incondicional, confianza y esfuerzo me ayudaron a cumplir mi meta.

## RESUMEN

La presente investigación de Tesis se realiza con el objetivo de lograr identificar las características que tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; y como objetivos específicos:

(a) Evaluar el desempeño de los trabajadores para brindar un buen servicio en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (b) Conocer los objetivos de la capacitación en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (c) Determinar estrategias para mejorar el servicio de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (d) Analizar los beneficios que tienen los servicios de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017. Se empleó metodología de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal empleando fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos, además para el análisis de resultados se empleó tablas con su respectiva interpretación, obteniendo como resultado que los trabajadores mayoritariamente reciben capacitación pre ingreso, mayoritariamente consideran actualizar los conocimientos, finalmente mayoritariamente consideran indispensable la experiencia; sin embargo mayoritariamente no poseen habilidades técnicas. Por otro lado no se sienten motivados en su trabajo. Respecto a la atención brindada a clientes encuestados mayoritariamente son atendidos, pero aún no cumplen sus expectativas en calidad de servicio y atención, no se sienten comprometidos con ellos; es decir aun no crean valor, sin embargo en infraestructura mayoritariamente si están de acuerdo, a pesar que aún falta mejorar.

**Palabras clave: Capacitación, atención al cliente, MYPE, hoteles.**

## **ABSTRACT**

The present Thesis research is carried out with the objective of identifying the characteristics of the training and customer service of the MYPE hotels one star of the Piura center, 2017; and as specific objectives:

(a) Evaluate the performance of the workers to provide a good service in the MYPE hotels one star of the center Piura, year 2016; (b) know the objectives of the training in the MYPE hotels one star of Piura center, year 2017; (c) Determiner strategies to improve the hotel service in the MYPE hotels one star of Piura center, year 2017; (d) Analyze the benefits that hotel services have growth of the country in the MYPE hotels one star of Piura center, 2017. Descriptive level methodology was used, quantitative type, non-experimental design cross section using primary and secondary sources for obtaining of data, in addition to the analysis of results tables were used with their respective interpretation, obtaining as a result that the workers mostly receive pre-entry training, mostly consider updating the knowledge, finally mostly consider the experience indispensable; however they do not possess technical skills. On the other hand, they do not feel motivated in their work. Regarding the attention given to clients surveyed, they are mostly cared for, but still do not meet their expectations in quality of service and attention, they do not feel committed to them; that is to say, they do not create value, however, in infrastructure, mainly if they agree, although there is still room for improvement.

Keywords: Training, customer service, MSEs, hotels.

## CONTENIDO

<b>JURADO EVALUADOR</b> .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>CONTENIDO</b> .....	viii
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	x
<b>INDICE DE CUADROS</b> .....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	10
2.1 Antecedentes .....	10
2.1.1 Variable Capacitación .....	10
2.1.2 Variable Atención al cliente.....	13
2.2. Marco teórico .....	16
2.2.1 Hotelería:.....	16
2.2.2 Clases y Categorías de hospedajes .....	16
2.2.3 Capacitación.....	18
2.2.3.2 Capacitación como inversión .....	20
2.2.4 Evaluación del desempeño.....	20
2.2.5 Principales objetivos de la capacitación.....	21
2.2.6 Ventajas de la capacitación .....	23
2.3 variable atención al cliente.....	24
2.3.1 Estrategias para mejorar el servicio .....	25
2.3.2 Analizar los beneficios.....	25
<b>III HIPÓTESIS.</b> .....	29
3.1 Hipótesis general.....	29
<b>IV METODOLOGIA</b> .....	30
4.1 Diseño de investigación .....	30
4.2 Población y muestra .....	31
4.2.1 Criterios de inclusión- exclusión.....	33
4.3 Técnicas e instrumentos .....	33
4.4 Matriz de operacionalización de variables .....	34
4.5 Plan de análisis.....	36



4.6 Matriz de consistencia.....	37
4.7 Principios éticos .....	38
<b>V RESULTADOS .....</b>	<b>39</b>
5.1 resultados.....	39
5.1.1 capacitación.....	39
5.1.1.1 Objetivo 1: Evaluar el desempeño .....	39
5.1.1.2 Objetivos de la capacitación.....	44
5.1.2 Atención al cliente.....	48
5.1.2.1 Estrategias para mejorar el servicio .....	48
5.1.2.2 Beneficios de la los servicios hoteleros .....	52
5.2 Anàlisis de resultados.....	57
Objetivo 5.2.1: Evaluación del desempeño.....	57
5.2.2 Objetivos de la capacitación.....	60
5.2.3: Estrategias para mejorar el servicio .....	63
5.2.4: Beneficios de los servicios hoteleros .....	65
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>69</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>71</b>
Referencias.....	71
<b>ANEXOS .....</b>	<b>73</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Capacitación pre ingreso.....	39
Tabla 2: perfil idóneo en el puesto .....	40
Tabla 3: actualizar el conocimiento.....	41
Tabla 4: habilidades técnicas para el desempeño.....	42
Tabla 5: indispensable la experiencia.....	43
Tabla 6: capacitación continua.....	44
Tabla 7: actitud de los colaboradores.....	45
Tabla 8: motivación por el trabajo.....	46
Tabla 9: motivación por reconocimiento.....	47
Tabla 10: solución a las necesidades.....	48
Tabla 11: valor al cliente.....	49
Tabla 12: calificación de atención.....	50
Tabla 13: cumplimiento de expectativas.....	51
Tabla 14: calidad del servicio.....	52
Tabla 15: calidad en servicio de mantenimiento.....	53
Tabla 16: infraestructura en cuanto a defensa civil.....	54
Tabla 17: satisfacción con equipamiento.....	55
Tabla 18: continuidad de visita.....	56

## **INDICE DE CUADROS**

Cuadro 1 Matriz de operacionalizacion.....	34
Cuadro 2. Matriz de consistencia.....	37
Cuadro 3 Relación de las MYPE hoteles una estrella.....	31
Cuadro 4 Características de los trabajadores.....	32
Cuadro 5 Criterios de inclusión y exclusión de trabajadores y clientes.....	33
Cuadro 6 Matriz de preguntas.....	76
Cuadro 7 Libro de códigos.....	80

## I. INTRODUCCIÓN

Los servicios de hotelería surgen mediante la necesidad de hospedar a turistas y empresarios que visitan Piura (Perú), siendo motivo de investigación para realizar un diagnóstico en las que viven las micro y pequeñas empresas (MYPE). La mayoría de las (MYPE) del servicio hotelero ubicadas en Piura están mejorando en sus servicios, pero aún no es lo esperado por turistas extranjeros y empresarios y/o inversionistas de lujo que visitan la región, la falta de planificación en sus negocios, así como la falta de un mejor servicio y una mejor atención por parte de sus colaboradores, que en su mayoría no tienen experiencia en hotelería, o egresados pero no de una escuela de turismo, falta de motivación, muchas veces sin dominio de idiomas como el inglés americano, para saber atender a turistas de diferentes nacionalidades que visitan el Perú; por eso muchas veces les pagan el sueldo mínimo afectando la rentabilidad e imagen de la empresa. Lo que finalmente origina que solo los hoteles más exclusivos logren consolidarse en el mercado. Piura se ha transformado en una ciudad comercial aumentando su demanda de clientes hoteleros, a pesar que casi todo el turismo se enfoca en playas de Talara y Colón.

La presente investigación proviene de las líneas de investigación denominadas:

Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, Año 2017. Así el problema que se ha identificado es: ¿Qué característica tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017?

Este problema permite señalar como objetivo general: Identificar qué características tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017

Además los objetivos específicos establecidos son:

(a) Evaluar el desempeño de los trabajadores para brindar un buen servicio en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (b) Conocer los objetivos de la capacitación en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (c) Determinar estrategias para mejorar el servicio de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (d) Analizar los beneficios que tienen los servicios de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017.

Para lo cual se empleara una investigación de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, siendo la técnica de recojo de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado.

La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, Año 2017.

Hoy en día, las micros y pequeñas empresas (MYPE) de servicios que se encuentran ubicadas en la ciudad de Piura como son los servicios de hotelería, los últimos años ha tenido un incremento en sus actividades junto al turismo lo que ha provocado una mayor demanda de servicios para un público cada vez más exigente donde se busca mejorar la calidad de los servicios, seguridad de ello y tecnología pero que aún no es lo esperado por los demandantes de lujo y turistas extranjeros; es notable la insatisfacción de algunos clientes que no logran cubrir todas sus

expectativas y esto debido a la falta de calidad de servicios y atención por parte de los colaboradores. Al margen de esto Piura no deja de ser visitado por turistas extranjeros y demandantes de lujo ya que es vista como zona turística arqueológica y comercial pese a que sus playas se concentran en los balnearios de Talara y alrededores. Por tanto mantenemos un atractivo importante para el turismo mundial. La mala distribución de los beneficios del turismo en Piura es otro de los grandes problemas. Pese a la diversidad paisajística y cultural, casi todo el turismo se enfoca en playas de Talara como Mánora, Cabo blanco, los Órganos, Vichayito, Punta veleros.

Actualmente, los demandantes se encuentran más informados sobre las características que poseen los servicios que desean adquirir, esto sumado al crecimiento de la competencia, ha obligado a las pequeñas empresas a buscar mecanismos que les permitan crecer en el sector hotelero para marcar la diferencia ser competitivos y posicionarse en la mente de sus visitantes, pero a pesar de esto su desarrollo aún es muy frágil para empresarios y turistas de lujo. Esto sucede en Piura con los hoteles donde su atención al cliente ha mejorado, pero en cuanto a sus servicios aún falta mejorar; ante un mercado tan competitivo, número reducido de personal que labora, falta de dominio de idiomas, motivación entre otros. Asimismo la falta de seguridad que impera en la ciudad.

La presente investigación tiene como ordenamiento legal al ministerio de comercio exterior y turismo aprobado por decreto supremo N° 001 -2015 mediante ley N° 27790, ley de organización y funciones.

Aprobándose el reglamento de establecimiento de hospedajes mediante decreto supremo N° 029-2004-MINCETUR, que establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de hospedajes.

Es la autoridad competente para la aplicación de las sanciones establecidas en el artículo 118ª de la presente Ley, según corresponda, respecto de los prestadores de servicios turísticos de los Gobiernos Regionales.

Que posteriormente, se aprobó la ley N° 29408, Ley General del Turismo.

Desde el punto de vista económico la participación hotelera ha sido representativa pero a nivel nacional, sin embargo como regional hay carencia de participación, por la falta de impulso por parte de MINCETUR, y poca participación del gasto público en infraestructura terrestre. Por otro lado el Fenómeno de El Niño Costero afecto la visita de turistas y visitantes por las altas precipitaciones y por el daño que ocasionaron las lluvias a las principales vías de comunicación, hicieron que este sector cayera significativamente.

Otro factor económico es la problemática con EPS GRAU , debido al aumento de costos de energía como el servicio de agua y luz. Como es el caso del EPS GRAU que aumento su consumo de M3. De 18- 20 M3 desde el 2014 siendo sus tarifas de consumo más altas, más aun de los servicios hoteleros. De tal forma que las MYPE rubro hotelería en la ciudad de Piura se ven obligados aumentar sus precios debido al alza de consumo.

Las MYPE se desarrollan en un ambiente sociocultural donde los turistas buscan un servicio de calidad, infraestructura acorde, que cumpla con todas sus expectativas y una buena atención. Visto desde esta perspectiva los turistas viajan por diferentes

motivos, como conocer lugares con diferentes climatologías, nuevas culturas desarrollando así actividades y encuentros emocionales que satisfagan su viaje, así también por negocios o por temas religiosos.

La industria hotelera ha asumido parte de su responsabilidad en los problemas ambientales, al margen de esto en los años noventa se han creado varios organismos internacionales para mejorar el comportamiento ambiental de los hoteles a nivel nacional, por lo mencionado los hoteles en Piura cuidan el ambiente con jardines y palmeras. Como la construcción de los Ecolodges es reglamentada por el Decreto Supremo N° 029- 2004 del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Di Liberto, Estela, Naquiche (2017) Visto desde una perspectiva comparativa la ciudad de Piura con otras ciudades de su competencia, como Cusco, Lima. Las principales deficiencias se encuentran en su infraestructura terrestre y aeroportuaria en calidad de bienes y servicios y el manejo medioambiental; del comparativo se desprende que el sector turismo en Piura, actualmente no aporta mucho al desarrollo de la región.

Cada MYPE es diferente y posee fortalezas y debilidades distintas de las demás, por lo mencionado se requiere analizar el ambiente interno que facilitara a la organización evaluar su desempeño y capacidades del personal, reconociendo de esta manera sus habilidades, conocimientos; a la par con la misión y la visión serán parte de la base estratégica. Al analizar las MYPE del rubro hoteles del centro de Piura la mayoría de ellos atienden a sus clientes pero no de una manera esperada por los visitantes o turistas que visitan la región, aún no están comprometidos con el cliente .Por otra parte no poseen habilidades técnicas en su puesto de trabajo; es decir falta



aún especializarse en los puestos asignados, mejora de infraestructura y la inseguridad ciudadana que impera en la ciudad.

Por lo mencionado, se considera necesario el estudio y análisis de esta problemática con la finalidad de ofrecer a las MYPE del rubro hoteles estrategias que les permita ofrecer un servicio de calidad. Tanto en atención al cliente como en los servicios de infraestructura e equipamiento con personal capacitado, mejor instruido y dominio de al menos un idioma extranjero; con la finalidad de alcanzar los objetivos, asimismo velar por su seguridad.

Después de una minuciosa investigación se ha llegado a confirmar que la evasión tributaria aparece en un porcentaje menor en los servicios de hotelería, donde suele declararse menos ventas a la superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria (SUNAT); se venden algunas facturas al supuesto huésped cuando en realidad no se ha alojado pagando este el IGV y un porcentaje del impuesto a la renta, para obtener su factura. Asimismo en algunos casos se hace doble contabilidad de las facturas emitidas

En cuanto a su poder de negociación de los proveedores, esto depende de la cantidad de proveedores que concurren en este mercado ofreciendo los servicios hoteleros. Así, en Piura existen muchas empresas que se dedican a este negocio de hospedaje los cuales necesitan aumentar su capacidad negociadora para ofrecer mejor calidad al mejor precio y así conseguir la atracción de más turistas. Para esto debe tener infraestructura y servicios diferenciados para competir en el mercado.

Los turistas o visitantes (compradores) con las TIC, tienen acceso a gran cantidad de información, que les permite hacer comparaciones y elegir entre los competidores, precios, facilidades de compra vía online, o paquetes turísticos, es decir va depender del momento y forma en que el turista adquiere el servicio.

Por otro lado queda Mejorar las condiciones de seguridad que es uno de los principales retos del país, y sus resultados tendrán un impacto positivo en la mejora de la calidad de vida de la sociedad en su conjunto, así como la creación de un entorno favorable para el desarrollo de las actividades económicas, entre ellas el turismo.

(Pentur 2012\_2021)

**Ante esta situación permite enunciar:**

¿Qué característica tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017?

**Ante este problema permite señalar como objetivo general:**

Identificar qué características tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017

**Y como objetivos específicos:**

(a) Evaluar el desempeño de los trabajadores para brindar un buen servicio en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; b) Conocer los objetivos de la capacitación en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (c) Determinar estrategias para mejorar el servicio de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; (d) Analizar los beneficios que tienen los servicios de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017

**Se justifica por:**

Este proyecto de investigación se realiza con la finalidad de lograr identificar las características que tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro de Piura, año 2016 , además porque permite cumplir con un requisito que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional.

Además se busca contrastar lo que explica la teoría de los autores con respecto a las variables objeto de investigación de las MYPE en mención, con el fin de refutar y/o ampliar el conocimiento científico. Por otro lado la presente investigación se justifica por la perspectiva metodológica, aplicándose la metodología científica, empleando un nivel descriptivo, tipo cuantitativo y diseño no experimental. Se emplearon fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos, además se obtuvo el tamaño de la población y de la muestra con el empleo de la estadística. Con respecto al recojo de datos se empleó el cuestionario que fue validado por profesionales de la facultad; finalmente practica porque describe, plantea estrategias

Según Ana Monteza representante de la Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo (Apavit) Piura no atiende bien los servicios demandados por empresarios y turistas de lujo; Por tal motivo es importante conocer las características de la capacitación y atención al cliente, para de esta manera conocer el porcentaje de turistas que se logra captar y lograr conocer su participación en el crecimiento económico.

En la actualidad la capacitación en los hoteles es muy importante para todo su personal para saber atender al cliente, saber venderle el servicio y transmitirle

seguridad y confianza, dándole un servicio eficiente para lograr su fidelización y aumentar el número de clientes; donde la capacitación debe ser efectiva.

En la actualidad las MYPE de servicio rubro hoteles como parte del turismo falta impulso por parte de MINCETUR y especialización de su personal para mejorar calidad de servicio y atención; no satisfaciendo en su totalidad a los demandantes de lujo y turistas extranjeros, sus servicios, sus colaboradores en su mayoría no tienen experiencia en hotelería, en su mayoría técnicos egresados pero no de una escuela de turismo y por lo general carecen de dominio de idiomas extranjeros.

A través de este proyecto de investigación logro conocer la importancia que tiene al participación de las MYPE del rubro hotelero como parte del crecimiento económico del país junto a la gastronomía, generando más fuentes de trabajo, aumentando la producción de servicios una manera positiva.

El crecimiento de la producción nacional está estrechamente relacionado con el empleo formal en la economía nacional. Así, en los últimos años, tanto la producción como el empleo en el sector restaurantes y hoteles mantienen una relación positiva, es decir, a medida que la producción aumenta también aumenta el empleo, y viceversa.

En el tercer trimestre de 2013, la actividad restaurantes y hoteles creció en 6,1%, este último determinado por el aumento del servicio de hospedaje demandado por turistas nacionales y extranjeros; asimismo, la mayor actividad de restaurantes fue impulsada por el avance de la mayoría de los negocios de concesionarios de alimentos, restaurantes, pollos a la brasa, comidas rápidas, chifas, fuentes de soda y cafeterías. También mostraron aumento las cubicherías, restaurantes turísticos y pizzerías (Ministerio del trabajo y del Empleo, 2014)

## II REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Variable Capacitación

Sosa (2014) realizó una investigación titulada “Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del instituto tecnológico del nororiente, año 2014” trabajo presentado en la Universidad Rafael Landívar, departamento de Guatemala para tener una base e información de cómo elaborar un programa de capacitación según las necesidades en el personal. Se empleó una metodología de tipo mixto, cuantitativo y cualitativo. Concluyendo que según las necesidades se refuerza la actitud hacia el servicio en docentes y los conocimientos.

López (2014) realizó una investigación titulada “Diagnóstico de necesidades, de capacitación en agencias bancarias de la ciudad de Huehuetenango, año 2014” trabajo presentado en la universidad Rafael Landívar-Guatemala, se empleó una metodología descriptiva.

Concluyendo que es necesario capacitar al personal en cuanto a: formación de productos, servicio al cliente, técnicas de ventas, aplicación del sistema bancario, entre otras para encontrar soluciones inmediatas.

Medina (2014) en su trabajo de investigación titulada “Diseño del plan de capacitación en base al modelo de retorno de inversión -ROI- para la planta central del ministerio de defensa nacional, correspondiente al periodo fiscal 2013” en la ciudad de Quito, año 2014. Se empleó una metodología de técnicas e instrumentos basada en el análisis de metodología aplicada por cada objeto estratégico propuestos para el plan de capacitación. Concluyendo que la capacitación interviene como un facilitador que hace posible la comprensión y colaboración de los miembros de una

institución, asimismo de mucha utilidad para que la parte interna conozca un poco más a fondo el manejo institucional.

Cachay (2016) realizó su Tesis titulada “Diagnostico empresarial para capacitaciones vivenciales y su importancia valorativa a nivel de las MYPE de Chiclayo y Piura-Perú en la ciudad de Chiclayo, año 2016” en la universidad privada Antenor Orrego. Se empleó una metodología de nivel exploratoria y descriptiva; con enfoque de investigación mixto, cuantitativo y cualitativo; cuantitativo ya que busca identificar la demanda de mercado que tendrían las capacitaciones; de corte transversal ya que el estudio se realizara en un tiempo determinado.

Concluyendo que en las ciudades de Chiclayo y Piura si existe la necesidad de desarrollar capacitaciones vivenciales por considerarlas como innovadoras y novedosas.

Sánchez (2014) realizó una investigación titulada “Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado en el restaurante “mar picante” de la ciudad de Trujillo, año 2014”, trabajo presentado en la universidad Privada Antenor Orrego. se empleo una metodología documental y experimental. Llegando a la siguiente conclusión: La estrategia de capacitación externa resulta ser la más adecuada por cuanto genera mayor motivación en los colaboradores.

Aguilar & Marlo León (2015) realizaron una investigación titulada “Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del hospital regional Lambayeque, año 2015” trabajo presentado en la universidad Señor de Sipan. Se utilizó una metodología deductiva e inductiva, concluyendo que la capacitación está enfocada en conseguir competencias de contacto con los pacientes,

habilidades que hacen sentir al trabajador más útil en su desempeño laboral, procediendo a plantear estrategias para la solución del problema.

Domínguez (2015) en su investigación titulada “Capacitación y productividad en las MYPE de abarrotes de Morropòn, año2014” trabajo presentado en la universidad los ángeles Chimbote-Piura. Se empleó una metodología descriptiva, cuantitativa, diseño no experimental de corte transversal. Se concluye que la mayoría de trabajadores en las MYPE’s no se capacitan antes de iniciar sus actividades. Siendo esto indispensable y que va de la mano con la productividad y ciclo de vida de la MYPE

Adanaque (2014) realizo una investigación titulada “Capacitación y rentabilidad en las MYPE servicio-rubro hospedaje de Piura”, de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote-ULADECH Piura, el tipo de investigación fue descriptivo, experimental de nivel cualitativo: concluyendo que la capacitación de la MYPE promueve el aprendizaje practico, dinámico y creativo donde la persona desarrolla habilidades destrezas y competencias laborales y a mayor capacitación se obtendrá un mejor servicio, por lo que es muy necesario invertir e incentivar las capacitaciones en atención al cliente, ya que son una estrategia para la competitividad en el mercado empresarial.

Correa (2018), realizó una investigación titulada “Caracterización de la Capacitación y la Competitividad en las MYPE del Rubro Restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura”. Trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Filial Piura. La investigación fue de tipo descriptiva, de

nivel cuantitativo y con diseño no experimental - transversal. Se concluyó en relación a la capacitación tenemos: la mayoría de los propietarios toman en cuenta los procesos de trabajo en las capacitaciones brindadas, las capacitaciones son interacción cara a cara, y la capacitación tiene relación con las metas u objetivos de la MYPE. Se concluyó que la mayoría de las MYPE cuenta con las siguientes ventajas competitivas: buena ubicación, precios diferenciados, buena imagen, la atención al cliente, se enfocan a un solo segmento del mercado, y buscan fidelizar a sus clientes frecuentes.

### **2.1.2 Variable Atención al cliente**

Chang (2014) realizó una investigación titulada “Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatan San Marcos, año 2014” trabajo presentado en la universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango-Guatemala. Se empleó una metodología científica y un enfoque de tipo descriptivo. Se concluye que la atención debe tener alineamientos estratégicos que orienten la conducta, actitud y aptitud de los colaboradores.

Carpio (2013) realizó su tesis titulada “Estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios de Intec. A. en la web 2.0 en la república bolivariana de Venezuela, año 2013” en la universidad de Venezuela.

Se empleó una metodología fue de campo bajo la modalidad de proyecto

Concluyendo que se deben implementar estrategias de venta y atención, para que el cliente pueda percibir y satisfacer sus necesidades

Cirera (2007), realizó una investigación titulada “Marketing y Ventas Madrid-España” en la universidad de Barcelona. Concluye que con una amplia oferta en el mercado, con facilidad de cambio inmediato o con muy pocos inconvenientes, el área



de atención al cliente cobra una nueva dimensión. De nada sirven años de atención meticulosa y ninguna trayectoria de relaciones fructíferas, ya que si se producen unos pocos errores no controlados, el cliente se irá a otra opción.

Chávez, Quezada y Tello (2017) realizaron una investigación titulada “Calidad en el servicio, en el sector transporte terrestre interprovincial en el Perú; en el distrito de Surco - Lima, año 2017” en la Universidad pontificia universidad católica del Perú. Se empleó una metodología descriptiva que permitió comparar conceptos relacionados, diseño cuantitativo de corte transversal. Como conclusión de estudio; permitirá que las empresas re direccionen sus estrategias competitivas teniendo como objetivo la calidad en el servicio y poder ser aplicado en el sector transporte interprovincial.

Pérez (2014) en su trabajo de investigación titulado “La calidad del servicio de atención al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre S.A.C Chiclayo año, 2011-2012”; trabajo presentado por la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, donde se empleó una metodología de investigación no experimental- longitudinal.

Concluye que se puede consumir este trabajo mencionando algo nada espectacular en qué todos sabemos que la calidad en el servicio a los clientes es indispensable y es necesario medirla, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla es pérdida cuantiosa de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos de cualquier organización.

Díaz y Soto (2018) realizaron una investigación titulada “La atención y la satisfacción del cliente en la discoteca Magno, en la universidad Santo Toribio de Mogrovejo, escuela de administración hotelera, en la ciudad de Chiclayo, año 2016” El presente estudio se trató de realizar un análisis de cómo posicionarse en la mente de los consumidores y por consiguiente el mercado meta, donde se empleó una metodología descriptiva, no experimental ya que miden, evalúan o recolectan datos sobre diversas variables. Concluyendo que brindando un servicio de calidad y atendiendo a las necesidades del cliente con fiabilidad es un punto muy importante dentro de una organización.

Moreno (2014) realizó una investigación titulada “Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la Cabaña de Don Parce de Piura, año 2014” en la Universidad de Piura, facultad de ciencias económicas y empresariales. El presente estudio se trató de un análisis factorial confirmatorio; ya que se busca corroborar los 5 factores que por cuestiones teóricas se presuponen están en la data, se empleó una metodología de tipo descriptivo ya que describe, analiza e interpreta el nivel de satisfacción de los clientes se realiza con el fin de estandarizar en cuanto al servicio que reciben de la cabaña de don parce, Se concluye que es el estudio de las investigaciones los procesos en los servicios alimenticios, asimismo el importante papel que realizan los empleados en los servicios y como mantener una adecuada gestión en los tiempos de espera.

Paullo (2010) realizó una investigación titulada “Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado de Piura, año 2009” en la universidad de Piura, facultad de ingeniería. Para lograr estos objetivos, se hace uso de la metodología de Bob E. Hayes para el diseño del cuestionario que mida la

satisfacción del cliente, y de gráficos de control para el control de los atributos en el tiempo. Concluyo que la satisfacción del cliente viene determinada por factores de satisfacción, agrupados en 8 dimensiones o grupos de calidad.

## **2.2. Marco teórico**

**2.2.1 Hotelería:** Es la rama del turismo que presta el servicio de alojamiento al turista. Hotel se considera al establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado; categorizándose de 1 a 5 estrellas. Logrando su clasificación según el reglamento de lo establecido en el decreto supremo N<sup>o</sup> 001-2015- MINCETUR. De conformidad con la ley N<sup>o</sup> 27790, ley de organización y funciones del MINCETUR; y la ley N<sup>o</sup> 29408, ley general del turismo (**Ver anexo N<sup>o</sup> 1**)

La demanda turística depende de la fuerte solvencia económica de los países avanzados, cuando hay un crecimiento económico crece también el dinero disponible en la población; y una parte de este dinero disponible por la población se gasta en turismo, sin embargo una retracción económica normalmente reduce el gasto turístico

### **2.2.2 Clases y Categorías de hospedajes**

Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

- a) Hotel de una a cinco estrellas

Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado constituyendo una estructura homogénea.

Para la presente investigación los hoteles una estrella, deberán cumplir con los siguientes requisitos para lograr su categorización:

### Hotel de una estrella

Requisitos mínimos de infraestructura: recepción, consejería, cocina, cafetería, mínimo 20 habitaciones.

Requisitos mínimos de equipamiento: internet, televisor, teléfono

Requisitos mínimos de servicio: limpieza diaria, servicio de custodia, primeros auxilios, cambio de sábanas y toallas diario.

#### b) Apart-Hotel. Tres a cinco estrellas

Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración

#### c) Hostal. Una a tres estrellas

Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo, completamente independizado, constituyendo una estructura homogénea.

### TIPOS DE TURISMO:

Según la Revista educativa Mas tipos de (2015) el turismo se clasifica en:

- a) Turismo gastronómico: considerado como el más preferido por todos, su finalidad es conocer todas las comidas típicas del lugar donde se lleve a cabo el turismo.
- b) Agencias de viaje: relacionado con las personas que suelen viajar más de 24 horas conociendo más nuevas culturas.
- c) Turismo de sol y playa, es el más recorrido por cientos de personas que les agrada la playa. Los lugares que suelen visitar son de relajación, recreación y un clima acorde con lo esperado.

- d) Turismo histórico recorrido por los viajeros que buscan conocer más sobre la historia de la ciudad, visitando lugares de gran valor histórico.
- e) Turismo de aventura, practicado por quienes buscan realizar actividades al extremo donde ponen en acción su concentración y destrezas corporales.
- f) Turismo cultural demandado por familias y amigos, quienes recorren por diferentes partes del país, llegando a conocer mucho más la cultura y tradiciones de cada pueblo.
- g) Turismo religioso; es un tipo de turismo para personas creyentes, seguidoras o las que quieren conocer más de determinado territorio con su religión. Como ejemplo podemos tomar los templos de Roma considerados de gran valor religioso.

### **2.2.3 Capacitación**

Chiavenato (2016), Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Por otro lado ayuda a los empleadores para alcanzar los objetivos de la empresa.

Proceso de capacitación como un ciclo de etapas:

Está formado por 4 etapas, que van desde la implementación o acción; a la evaluación y control, estos son:

Detección de las necesidades de capacitación

Programa de la capacitación para detectar las necesidades

Implementación y realización del programa

Evaluación de los resultados

### 2.2.3.1 Medios para detectar las necesidades de capacitación

Los medios principales para detectar las necesidades de capacitación son:

- a) Evaluación del desempeño
- b) Observación
- c) Cuestionarios
- d) Entrevistas con supervisores y gerentes
- e) Reuniones interdepartamentales
- f) Examen de empleados
- g) Reorganización de trabajo
- h) Análisis de puesto y perfil

Ciclos de la capacitación

La capacitación es el esfuerzo de cada uno de los individuos con un sentido positivo y benéfico; una secuencia que se puede visualizar como un proceso continuo, cuyos componentes son:

Insumos: se considera los recursos de una organización

Proceso: se considera los procesos de aprendizaje y/o enseñanza

Producto: se considera al personal capacitado, conocimientos, competencias

Retroalimentación: se considera a la evaluación de los resultados.

Ezponda (2009) Considera que ya no es requisito para entrar a determinada Institución de sólo un título universitario y un postgrado, sino también que el trabajador esté constantemente capacitándose para que tenga un eficaz rendimiento laboral.

Martínez (2016) enfatiza la importancia de las herramientas de la capacitación indica que se puede contar con instalaciones de primer nivel, sistemas tecnológicos modernos, personal experimentado, recursos ilimitados y el mejor clima laboral pero si el factor humano no recibe la capacitación adecuada para poder hacerle frente a las exigencias y necesidades del mercado, es probable que la empresa no logre sobrevivir por mucho tiempo. Hay que asegurarse de que una parte de lo obtenido del presupuesto anual sea destinado a la contratación de capacitación.

La capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional. Respecto a lo mencionado los empleadores deben encontrar nuevas técnicas que transmitan conocimientos, habilidades y actitudes al personal para lograr un desempeño óptimo competente, logrando satisfacer las necesidades de los clientes y hacer de la empresa rentable con crecimiento continuo logrando de esta manera posicionarse en el mercado (Barrios 2012).

#### **2.2.3.2 Capacitación como inversión**

La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de cada uno de su personal. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su máximo nivel, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite identificar otras tareas que se le pueda asignar. (Frigo, 2015)

#### **2.2.4 Evaluación del desempeño**

Alles (2014) explica que las evaluaciones de desempeño se realizan para decidir, si se aumentan los salarios o no, pero su evaluación es mucho más

contundente y tiene otras implicaciones en la relación empleador-colaborador y en la relación más perdurable entre la empresa y los colaboradores. En forma sintética las evaluaciones de desempeño, son útiles y necesarias para:

- a) Determinar el nivel competencia de los trabajadores a través de sus conocimientos y habilidades
- b) Tomar decisiones sobre escalas remunerativas en base a su desarrollo profesional y trayectoria en los puestos asignados.
- c) Reunir y revisar las evaluaciones de los empleadores y subordinados, en relación con el trabajo.

Robbins (2014) indica que la evaluación del desempeño es una tarea sistemática por medio de la cual mide el rendimiento de los empleados en un puesto de trabajo, esta evaluación es útil para tomar un plan de acción por parte del área de recursos humanos, obteniendo resultados para tomar decisiones importantes como: ascensos, transferencias y despidos.

Carrillo (2014) según el autor la capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente, cuyo propósito general es preparar al personal para ser más productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño, además hace referencia a los métodos que se usan para proporcionar a las personas habilidades que necesitan para realizar su trabajo.

### **2.2.5 Principales objetivos de la capacitación**

Según Chiavenato (2014) tenemos:



- a) Preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas del puesto, dando como resultado un personal calificado.
- b) Cambiar la actitud de las personas, sea para crear un clima más satisfactorio entre ellas o para aumentarles la motivación y volverlas más receptivas
- c) Brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo

Según Guevara (2012), La capacitación en todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Capital Humano y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización, de las cuales podemos mencionar:

- a) Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles
- b) Contribuye a la formación de personal calificado, líderes y dirigentes
- c) Fortalecer en el personal el cambio de actitudes en todos los niveles
- d) Alimenta la Motivación, confianza, y sobretodo permite el logro de metas individuales.
- e) Ayuda para la toma de decisiones y solución de problemas.

Luna y Vílchez (2014) Determina que el objetivo de la capacitación es elaborar una propuesta de mejora en el clima organizacional de los empleados, con la finalidad de mejorar las condiciones laborales y se sienta en mejor clima laboral, obteniendo resultados favorables para la organización.

Ahumada (2014) explica que la actitud se debe garantizar en los ejecutivos que atienden a los clientes proporcionando atención con una actitud positiva demostrando profesionalismo; en la forma personal y profesional.

Según López (2015) explica que la motivación según la teoría de los 2 factores de Herzberg, impacta directamente en los colaboradores es la intrínseca; como logros, reconocimientos, desarrollo personal y autonomía.

Técnicas para la capacitación:

Según el autor clasifica 2 técnicas:

- 1) Técnicas de capacitación en cuanto a su utilización
- 2) Técnicas de capacitación en cuanto al tiempo

Según el autor considera dos categorías:

Las aplicadas antes de ingresar al trabajo: permite que el colaborador se familiarice, se adapte al ambiente social donde trabajara. Esto se llama programa de inducción.

Las aplicadas después de ingresar al trabajo: considera 2 aspectos:

- a) Capacitación en el lugar de trabajo:
- b) Capacitación fuera del lugar de trabajo:

### **2.2.6 Ventajas de la capacitación**

Según Chiavenato (2014) las ventajas de la capacitación según el autor son las siguientes:

Para la Empresa: Trabaja más organizada internamente; Conlleva a maximizar los resultados; Fortalece su administración; Mayores niveles de rentabilidad.

Para el Colaborador: Los colaboradores se sienten más a gusto; Da mayor seguridad, evitando accidentes; Posibilita desarrollarse personal y profesionalmente; Mayores habilidades y destrezas para el desempeño.

### **2.3 variable atención al cliente**

Cliente. Es la persona o empresa receptora de un bien o servicio a cambio de dinero u otro artículo valor, para satisfacer sus necesidades

Cliente externo. Es el cliente final de la empresa, el que está fuera de ella y el que compra los productos o adquiere los servicios que la empresa genera.

Cliente interno. Es quien dentro de la empresa, llamase empleados o colaboradores quienes reciben algún producto o servicio que deben utilizar para alguna de sus labores.

Satisfacción al cliente / Huésped

Satisfacer a los clientes significa atenderlos de acuerdo a sus expectativas, determinar quiénes son y cuáles son sus necesidades, creando satisfacción y captando un valor en ellos. El otro aspecto importante es poder captar las necesidades de los clientes desde sus propios puntos de vista y lenguaje, ya que los demandantes más frecuentes son de países extranjeros.

Blanco (2015) explica que la gestión de atención al cliente, es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes, logrando de esta manera cubrir sus expectativas.

### **2.3.1 Estrategias para mejorar el servicio**

**a) Solución a sus necesidades.** Conocer sus orígenes y componentes es fundamental para poder dar una atención eficiente a los clientes. El personal que atiende debe estar capacitado para identificar las necesidades de los clientes y poder ofrecer y satisfacerlos.

**b) Captar valor añadido.** Al cliente con respecto a la competencia, marcando diferencia como herramienta estratégica.

**c) Crear satisfacción.** Conociendo las necesidades de los clientes de diferentes segmentos, de forma que perciban como mínimo aquello que esperan recibir a cambio de su dinero. Por otro lado mantenerse actualizado, saber escuchar a su mercado objetivo sobre la cual se dirige.

### **2.3.2 Analizar los beneficios**

**a) Calidad de servicio y mejora continua.** A medida que las empresas crecen en calidad de servicio y atención al cliente, las expectativas de los clientes van más allá. Para ello el personal que este en contacto directo con el cliente, ha de tener la formación y capacitación adecuada.

**b) Tecnología.** La tecnología en los últimos años a demostrado impacto positivo en los establecimientos por la cual deben estar en continuas innovaciones, mejorando los productos o servicios que atraigan y aumenten la demanda de clientes

**c) Plantear la fidelización.** Para lograr la fidelización de los clientes hay que buscar nuevos valores al producto o servicio, estos valores que sean creativos e innovadores. Ya que las empresas son cada vez más competitivas en ofrecer mejores productos o servicios, precios.

Características de la satisfacción al consumidor:

La satisfacción de los clientes es subjetiva

La satisfacción del cliente es una variable compleja, difícilmente medible.

La satisfacción de los clientes no es fácilmente modificable

El cliente no necesariamente se siente satisfecho por una buena relación calidad/precio.

Calidad y atención al cliente

La calidad de servicio y la satisfacción del cliente son dos conceptos diferentes, pero tienen relación en sí. Desde este punto de vista a cuanto se incrementa la calidad de servicio se puede concluir que la satisfacción del cliente está encuadrado dentro de la calidad.

Aniorte (2013), menciona que para un correcto servicio de calidad se deben seguir características como: la solución de las necesidades del cliente, deben proporcionar resultados, debe servir para lo que se diseñó, cumplir con sus objetivos y proporcionar resultados.

Rodríguez (2014), explica el grado de satisfacción que recibe un cliente en cuanto a sus expectativas dependen del servicio brindando un servicio de calidad y atendiendo a las necesidades del cliente con fiabilidad

Kotler (2014) explica que los clientes forman expectativas y satisfacción de acuerdo a las ofertas que les ofrece el mercado y realizan sus compras de acuerdo con ellas. Visto desde esta perspectiva los clientes insatisfechos con frecuencia

cambian y eligen productos o servicios de la competencia y menosprecian el producto original ante los demás

Si el desempeño del producto o servicio es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas el cliente estará satisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado.

Por otro lado Pestana y García (2003), Calidad total en atención al cliente hoy por hoy, se ha convertido en un elemento clave necesario e indispensable para el éxito empresarial.

El valor del cliente

Considero que para una mejora continua, todo el equipo debe estar comprometido e identificado con la organización y controlar el cumplimiento de las expectativas de los clientes; de ser así, éstos la favorecerán con su compra permanentemente. Sin embargo, el desarrollo de tales características de los clientes es responsabilidad de la propia empresa. Un cliente satisfecho, además de repetir sus compras en el futuro, será la mejor publicidad que los productos puedan tener. La rentabilidad se obtendrá mediante un proceso de calidad en las ventas, e eficiencia de tal manera que se pueda maximizar las ganancias. Por otro lado tener en cuenta que las condiciones de precio, negociación las determinan los consumidores.

Características del servicio Hotelero

Tenemos tres características genéricas:

Intangibilidad: los servicios son prestaciones y experiencias más que objetos

Heterogeneidad: la prestación suele variar de un servicio a otro, de un usuario a otro, y de un día a otro.

Inseparabilidad: por lo general, los servicios se generan en el momento de la prestación, requiriendo la mayor prontitud.

Según Fernández (2012), nos dice que servir y siendo responsables es un buen prospecto para que el cliente se sienta satisfecho, aplicando técnicas y habilidades de acuerdo a lo que necesite el cliente y satisface su necesidad.

Los gerentes o encargados de los negocios normalmente hablan con los clientes solo en casos excepcionales, sin embargo los empleados o funcionarios medios lo hacen casi todos los días y son estos quienes deban manejar una buena calidad en el servicio.

En cuanto a infraestructura según el plan estratégico de turismo (PENTUR 2012-2021), en lo turístico también se define las condiciones de seguridad, en cuanto a su infraestructura, medio ambiente, que abarcan la protección del turista y el patrimonio vinculado a la actividad turística.

### **III HIPÓTESIS.**

#### **3.1 Hipótesis general**

Según Samphieri (2012), considera que cuando la investigación es descriptiva, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática de las variables “capacitación” y “atención al cliente” de las MYPE hoteles una estrella del centro Piura, año 2016. Por lo mencionado variables no presentan hipótesis.



## IV METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño de investigación

Tamayo y Tamayo (2008), considera que el nivel de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. Por lo tanto la presente investigación al reunir dichas características, se clasifica como descriptiva. En el caso de esta investigación se buscó encontrar las propiedades de caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2016

Para Rodríguez y otros, (2008) considera que una investigación es de tipo cuantitativa cuando se basa sobre muestras grandes y representativas de una población determinada, utiliza la estadística como herramienta básica para el análisis de datos. Por lo expuesto, considerando el nivel fue cuantitativo, porque las características se establecieron en porcentaje, examino los datos de manera científica, en forma numérica con ayuda de la estadística. Además se recogieron y analizaron los datos sobre las variables.

Con respecto al diseño es una investigación no experimental porque se observan los fenómenos tal y como se dieron en el contexto natural, es decir las variables no se van a manipular, asimismo es de corte transversal porque los datos se han recopilado en un tiempo específico.

#### 4.2 Población y muestra

El universo estuvo constituido por las MYPE rubro hoteles una estrella del centro de Piura y los turistas que necesitaron del servicio hotelero. La población sin embargo está dada por los trabajadores y turistas que visitan el país.

El presente análisis de investigación está conformada por 05 MYPE del rubro hoteles una estrellas del centro Piura, año 2017 con una población conformada por 41 trabajadores (**municipalidad provincial de Piura, año 2017**)

Por lo tanto es una población finita porque que se conoce el número limitado de elementos; pero para los turistas/clientes se tiene una población infinita es decir no se pueden contabilizar. Para estudiar la variable de capacitación acudiremos a fuentes primarias de investigación, como son los trabajadores. Mientras que para la variable Atención al cliente se acudirá a fuentes de información de los clientes.

#### HOTELES UNA ESTRELLA DEL CENTRO PIURA

<b>NOMBRES</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TRABAJADORES</b>	<b>TOTAL</b>
HOTEL TERRAZA	Av. Loreto 530	07	07
HOTEL RICHARD	Calle Cajamarca 456	08	08
HOTEL SANTA LUCIA	Jr. Ayacucho 773	09	09
PRADO`S HOTEL E.I.R.L	Jr. Moquegua 761	09	09
HOTEL OLIMPO SERVICIOS GENERALES	Calle. Amazonas 332	08	08
			<b>41</b>

Fuente: Municipalidad provincial de Piura-Área de Licencias  
Elaboración: Propia

## CRACTERISTICAS

Nombre del dpto./ciudad	TRABAJADORES					TOTAL
	Rubro	Varones	Mujeres	edad	Lugar de Rsd.	
PIURA	hotelería	24	17	De 18-30	Piura/Sierra	41

**Fuente:** colaboradores

**Elaboración:** propia

### VARIABLE CAPACITACIÓN APLICADA PARA TRABAJADORES (FINITA)

N=41

### VARIABLE ATENCIÓN A CLIENTE (INFINITA)

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

$$n = \frac{1.645^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{0.10^2}$$

$$n=67.45$$

$$N.C = 90\%$$

$$z = 1.645$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$E = 10\%$$

### Técnica de muestreo

(Cochran, 2005 )

#### 4.2.1 Criterios de inclusión- exclusión

VARIABLE	INCLUSIÓN	EXCLUSIÓN
CAPACITACION	Mayores de 18 hasta 65 años Más de 3 meses laborando Trabajadores permanentes Trabajadores que Pertenecen al área de estudio	personal nuevo en la MYPE Trabajadores eventuales No pertenecen al área de estudio (vigilantes contratados outsourcing)
ATENCION AL CLIENTE	Mayores de 18 años Con DNI Turistas con pasaporte/carne ext. Sin presencia de alcohol/drogas	Sin DNI Turistas sin pasaporte/carne de ext. Con presencia de alcohol/drogas

Fuente: Colaboradores y clientes

Elaboración: propia

#### 4.3 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la Encuesta, que busco recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado.

La técnica de la encuesta se realizó a trabajadores con la variable capacitación y a clientes con la variable atención al cliente; tomando una muestra por cada variable, obteniendo datos a partir de un conjunto de preguntas normalizadas y cerradas.

El cuestionario se ha obtenido a partir de la operacionalización de las variables, utilizando un listado de preguntas escritas nominales (cerradas) por cada variable para el recojo de su información.

#### 4.4 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala	FUENTE
Capacitación	Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. (Chiavenato, 2016)	Evaluar el desempeño	La dimensión desempeño laboral se medirá con sus indicadores a)conocimientos b)habilidades c)experiencias utilizando como técnica la Encuesta e instrumento el cuestionario.	Conocimiento Habilidades Experiencia	Nominal	Colaborador
		Objetivos de la capacitación	La dimensión objetivos de la capacitación se medirá con sus indicadores: a)personal calificado b)cambio de actitud c)aumento de su motivación utilizando como técnica la Encuesta e Instrumento el cuestionario	Personal calificado Cambio de actitud Aumento de motivación	Nominal	Colaborador

Atención al cliente	Blanco (2015) explica que la gestión de atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes, logrando de esta manera cubrir sus expectativas. Características: necesidades de los clientes, captar valor añadido, satisfacer sus expectativas, calidad de servicio y plantear fidelización	Estrategias para mejorar el servicio	La dimensión estrategia para el servicio al cliente se medirá con sus indicadores: a) Solución a necesidades b) captar valor c) crear satisfacción. utilizando como técnica la encuesta e instrumento el cuestionario	Solución a necesidades Captar valor. Crear satisfacción	Nominal	Clientes
		Beneficios de los servicios hoteleros	La dimensión beneficios de los servicios hoteleros se medirá con sus indicadores: a) calidad de servicio b) tecnología, c) Fidelización Utilizando como técnica la encuesta e instrumento el cuestionario.	Calidad de servicio Tecnología Fidelización	Nominal	Clientes

#### **4.5 Plan de análisis**

Se empleó la estadística descriptiva, con el programa office Excel 2013 para calcular las frecuencias y porcentajes. Luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario).

#### 4.6 Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivo general	Objetivo especifico	Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
"Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017"	¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017 ¿	Identificar qué características tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE hoteles una estrella del centro Piura, año 2017	O1:Evaluar el desempeño de los colaboradores para brindar un buen servicio en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017	Según Samphieri (2014)explica que cuando la investigación es descriptiva no es necesario establecer Hipótesis	<b>Capacitación</b>	Chiavenato (2016) Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.	Evaluar el desempeño	Conocimiento Habilidades Experiencia	Encuesta	Cuestionario
			O2:Conocer los objetivos de la capacitación en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017				Objetivos de la capacitación	Personal calificado Cambio de actitud Aumento de la motivación		
			O3:Determinar estrategias para mejorar el servicio de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017		<b>Atención al cliente</b>	Blanco (2015) explica que la gestión de atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes.	Estrategias para mejorar el servicio	Solución a necesidades Captar valor Crear satisfacción	Encuesta	Cuestionario
			O4:Analizar los beneficios que tienen los servicios de hotelería en las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017				Analizar los beneficios	Calidad de servicio Tecnología Fidelización		



#### **4.7 Principios éticos**

Se realizó una investigación con honestidad al momento de realizar el análisis, con respeto por los derechos del autor como son sus citas.

Se respetó el cronograma de actividades asignado por el docente.

Se realizó una investigación con el número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respetó la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio.

## V RESULTADOS

### 5.1 resultados

#### 5.1.1 capacitación

##### 5.1.1.1 Objetivo 1: Evaluar el desempeño de los colaboradores de las MYPE

##### rubro hoteles una estrella del centro de Piura, año 2017

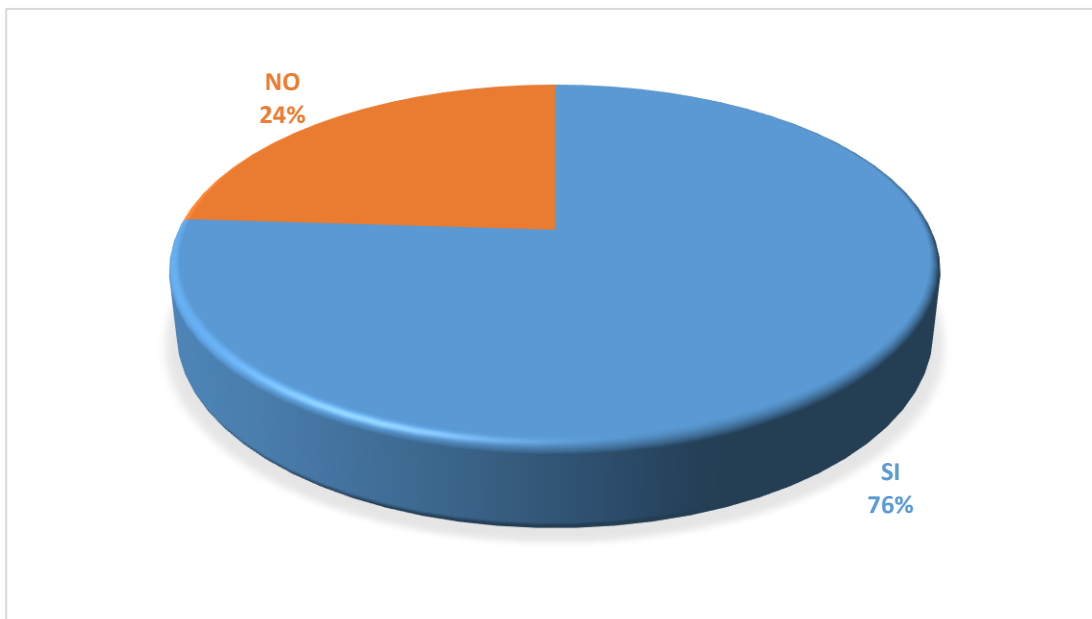
Tabla 1

*Capacitación pre ingreso*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	31	76%
NO	10	24%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores

Elaboración: propia



**Figura 1:** Gráfico circular que representa la pregunta “capacitación pre ingreso”

**Fuente:** colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 1 y figura 1 denominado: “capacitación pre ingreso” se observa que el 76% de los colaboradores encuestados si reciben capacitación; comparado al 24% que no recibe

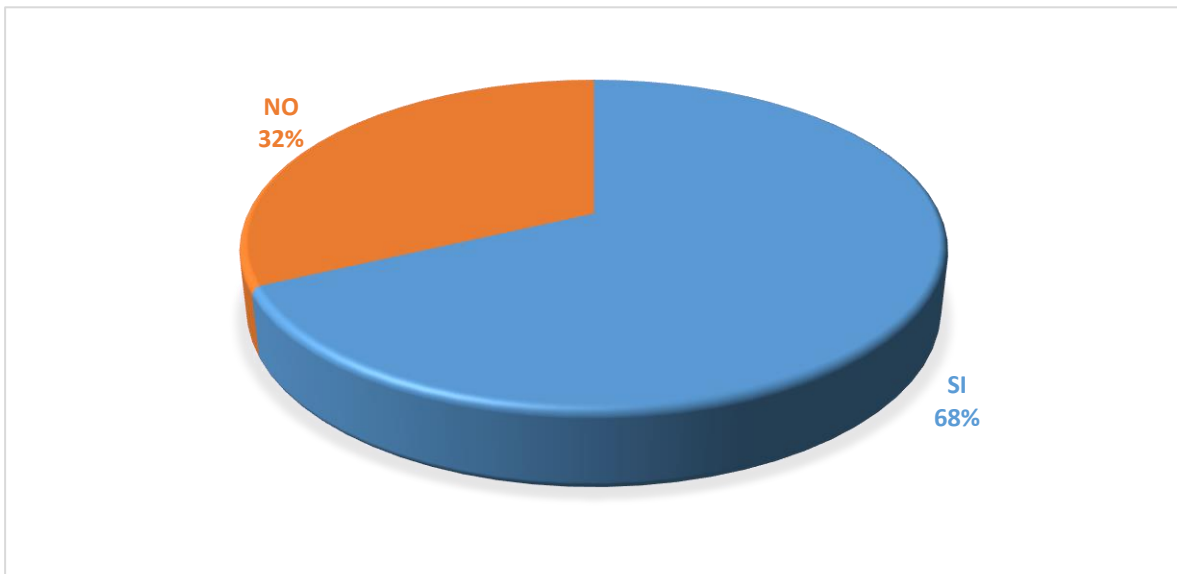
Tabla 2

Perfil idóneo en el puesto

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	68%
NO	13	32%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores

Elaboración: propia



**Figura 2:** Gráfico circular que representa la pregunta: “perfil idóneo en el puesto”

**Fuente:** Colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 2, figura 2 denominado: “perfil idóneo en el puesto” se observa que el 68% de los colaboradores si consideran tener el perfil idóneo en el puesto asignado; comparado al 32% que no lo tiene.

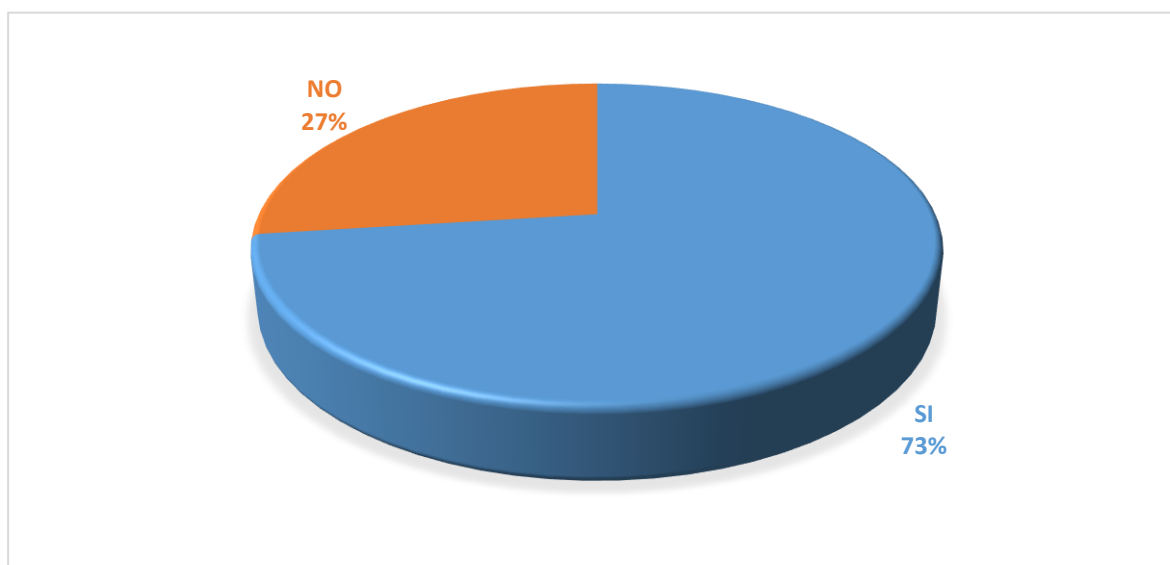
TABLA 3

*Actualización del conocimiento*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	73%
NO	11	27%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores

Elaboración: propia



**Figura 3:** Grafico circular que representa la pregunta “actualización del conocimiento”

**Fuente:** Colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 3 y figura 3 denominada: “actualización del conocimiento” se observa que el 73% de los colaboradores si consideran importante actualizarse para fortalecer el conocimiento; comparado al 27% que no considera importante.

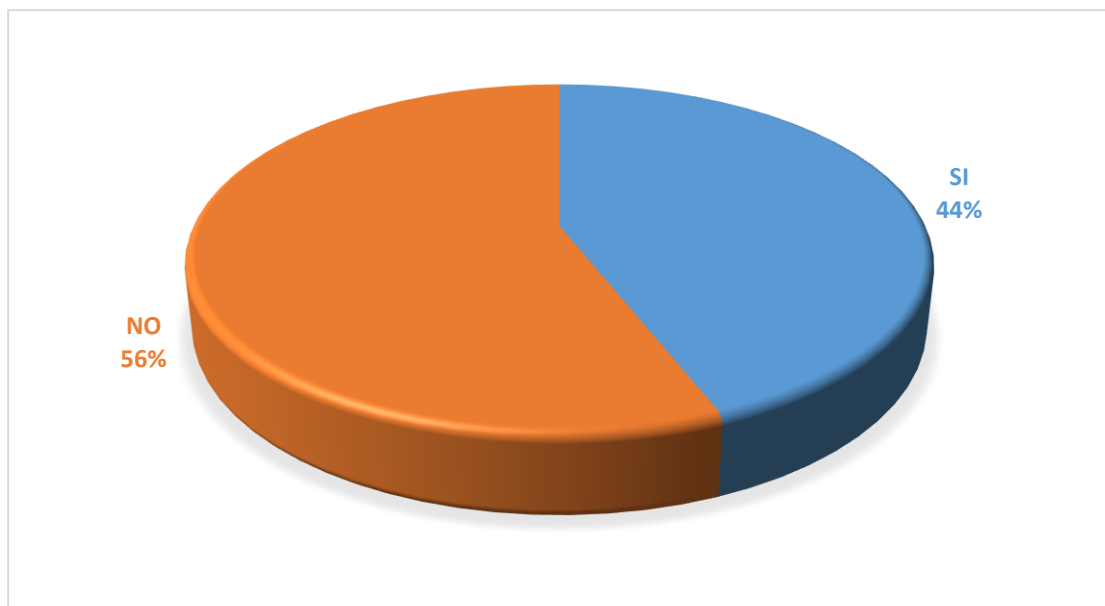
TABLA 4

*Habilidades técnicas para el desempeño*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	44%
NO	23	56%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores

Elaboración: propia



**Figura 4** : Gráfico circular que representa la pregunta “habilidades técnicas para el desempeño”

**Fuente:** colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 4 figura 4 titulada: “habilidades técnicas para el desempeño” se observa que el 56% de los colaboradores no tienen habilidades técnicas para el desempeño en su área de trabajo; comparado solo al 44% que si lo tiene.

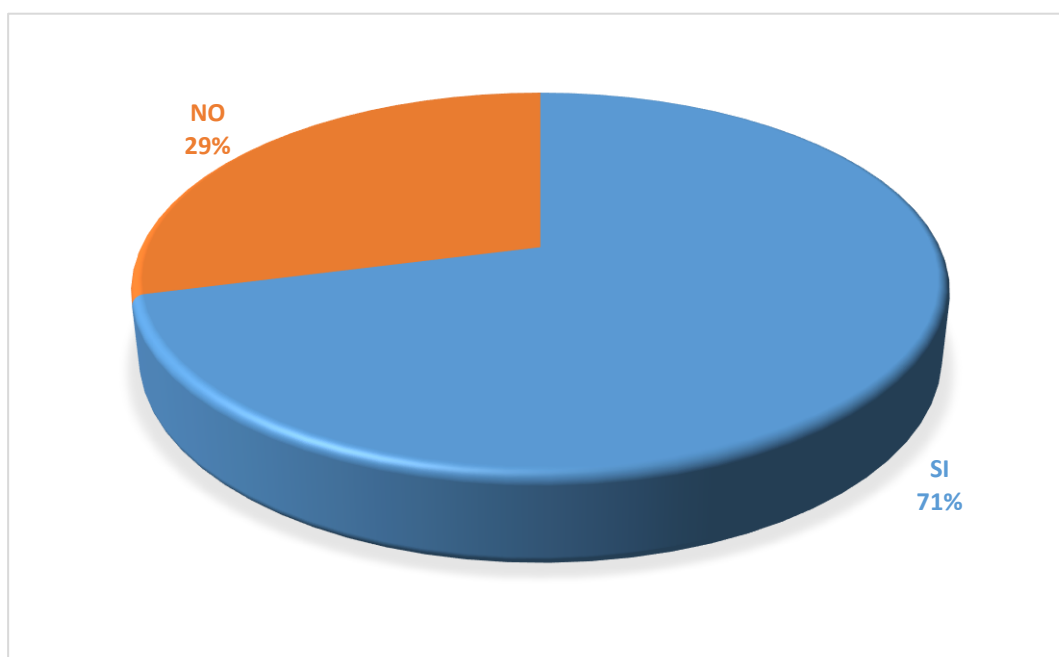
TABLA 5

*Indispensable la experiencia*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	71%
NO	12	29%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores

Elaboración: propia



**Figura 5:** Gráfico circular que representa la pregunta: "¿Indispensable la experiencia?"

**Fuente:** colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 5 figura 5 denominada: "Indispensable la experiencia" se observa que el 71% de los colaboradores consideran indispensable la experiencia para el rubro hotelero; comparado al 29% que no considera indispensable.

### 5.1.1.2 Objetivos de la capacitación

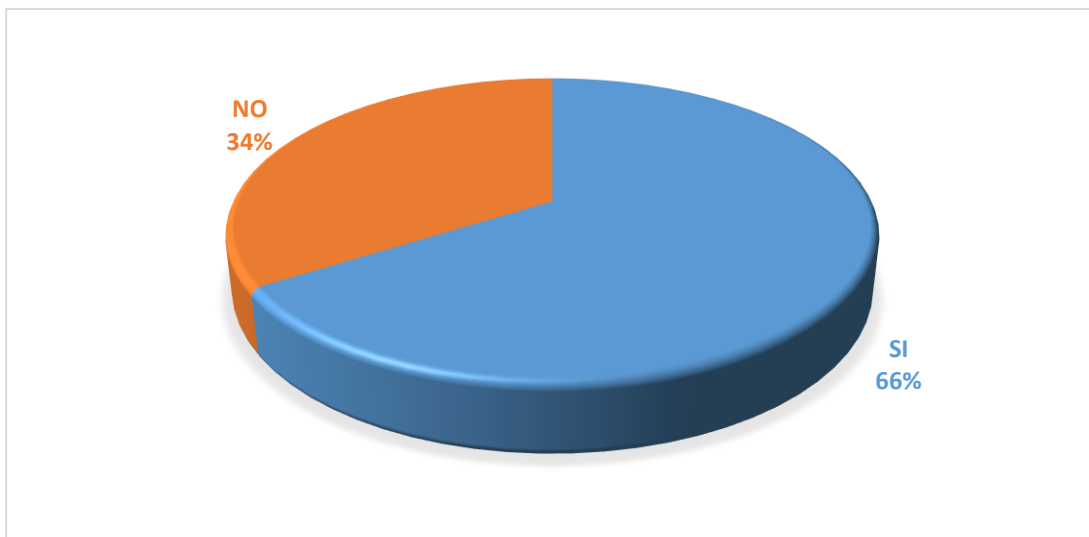
TABLA 6

*Capacitación continúa*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	66%
NO	14	34%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores

Elaboración: propia



**Figura 6:** Gráfico circular que representa la pregunta: “capacitación continua “

**Fuente:** Colaboradores

**Elaboración:** propia

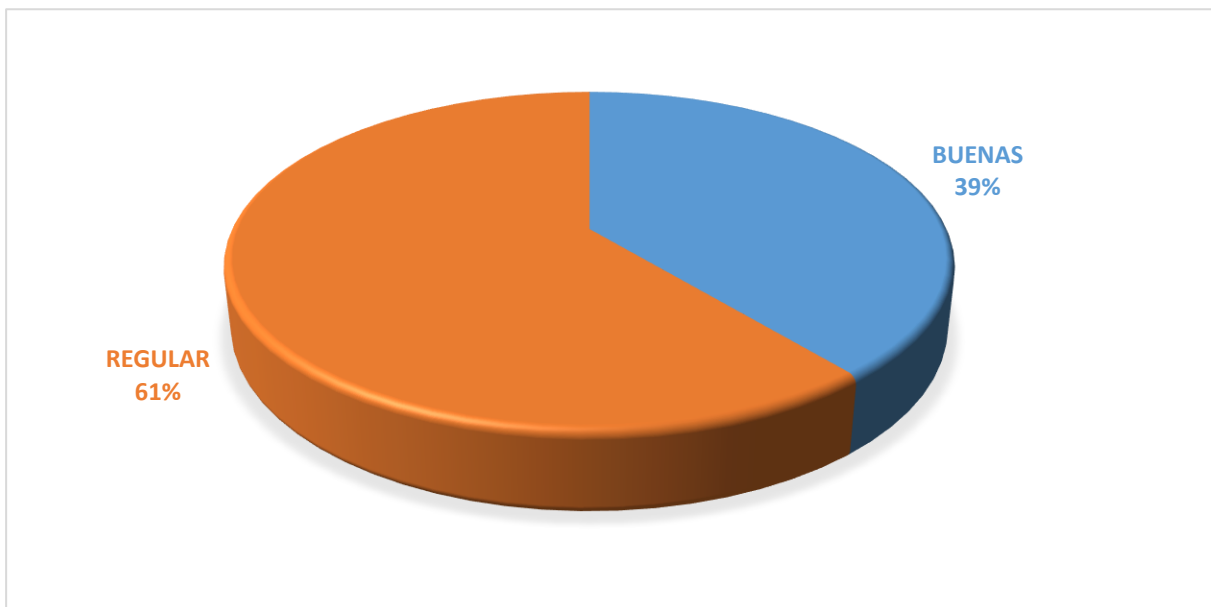
En la tabla 6 figura 6 denominada: “Capacitación continua” se observa que el 66% de los colaboradores están de acuerdo en capacitarse continuamente para mejorar la atención y calidad de servicio, comparado al 34% que no considera relevante la capacitación continua.

TABLA 7

*Actitud de los trabajadores*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	16	39%
REGULAR	25	61%
MALO	0	0%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores  
Elaboración: propia



**Figura 7:** Grafico circular que representa la pregunta: actitud de los colaboradores”

**Fuente:** colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 7 figura 7 denominada: “Actitud de los trabajadores” se observa que el 61% muestran una actitud regular; comparado solo al 39% que demuestran buena actitud.

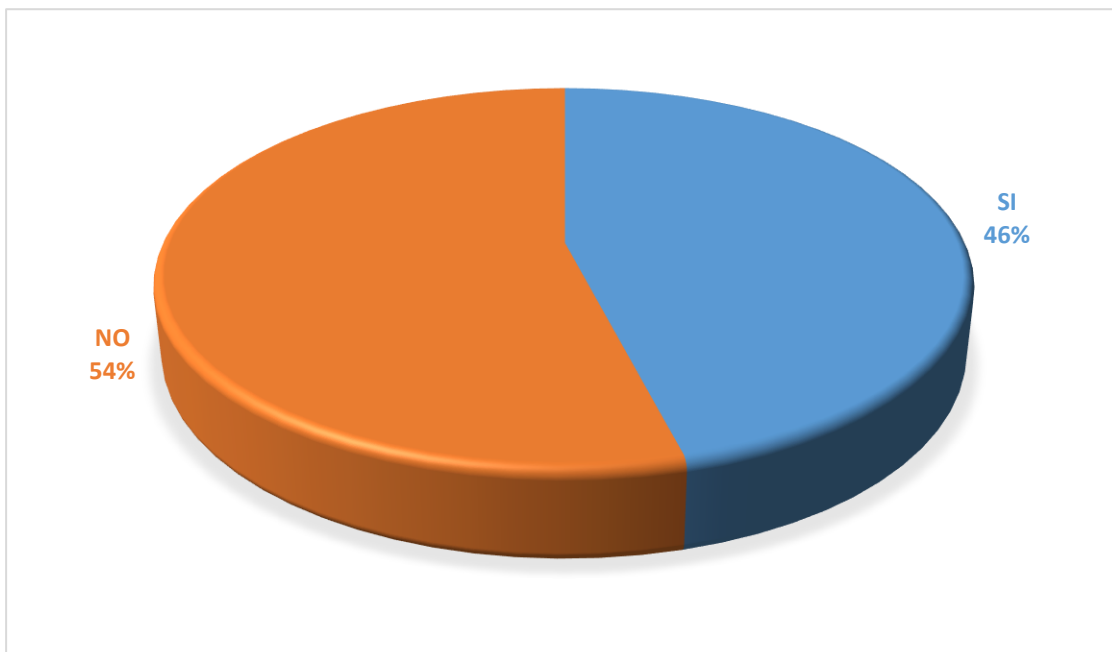


TABLA 8

*Motivación por el trabajo*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	46%
NO	22	54%
Total	41	100%

Fuente: colaboradores  
Elaboración: propia



**Figura 8:** Gráfico circular que representa la pregunta: “motivación por el trabajo”

**Fuente:** colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 8 figura 8 denominada: “Motivación por el trabajo” se observa que el 54% No se sienten motivados en su área de trabajo; comparado solo al 46% que si esta.

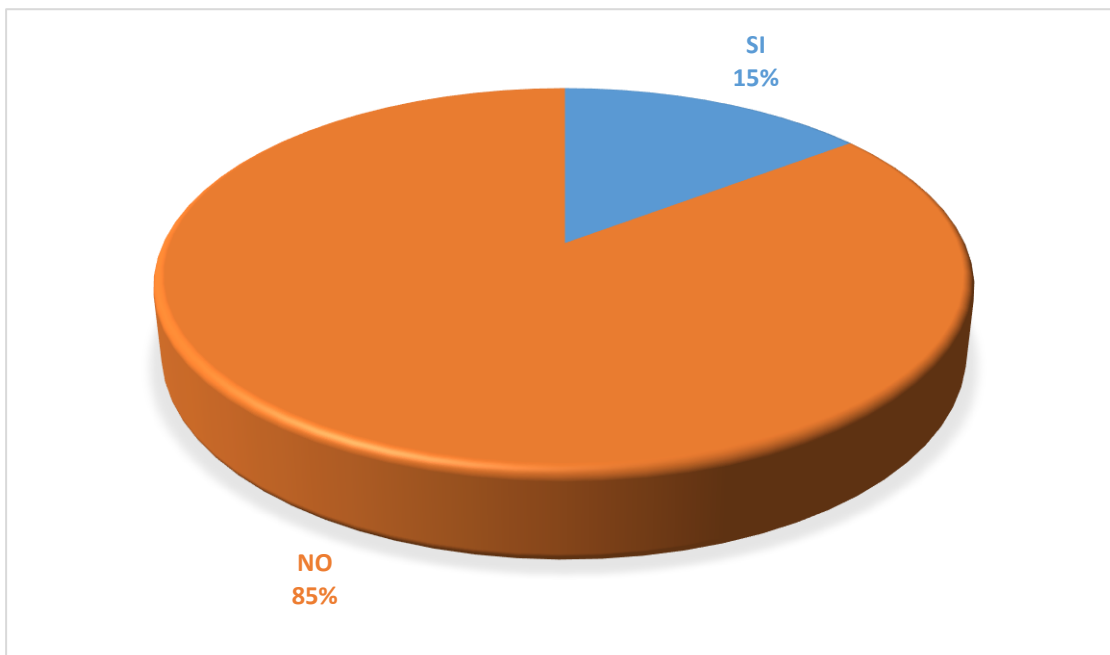
TABLA 9

*Motivación por reconocimiento*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	06	15%
NO	35	85%
Total	41	100%

Fuente: propia

Elaboración: propia



**Figura 9:** Gráfico circular que representa la pregunta: “motivación por reconocimiento”

**Fuente:** colaboradores

**Elaboración:** propia

En la tabla 9 figura 9 titulada: “motivación por reconocimiento” se observa que el 85% no reciben reconocimientos por parte de su empleador; comparado al 15% que si recibe.

## 5.1.2 Atención al cliente

### 5.1.2.1 Estrategias para mejorar el servicio

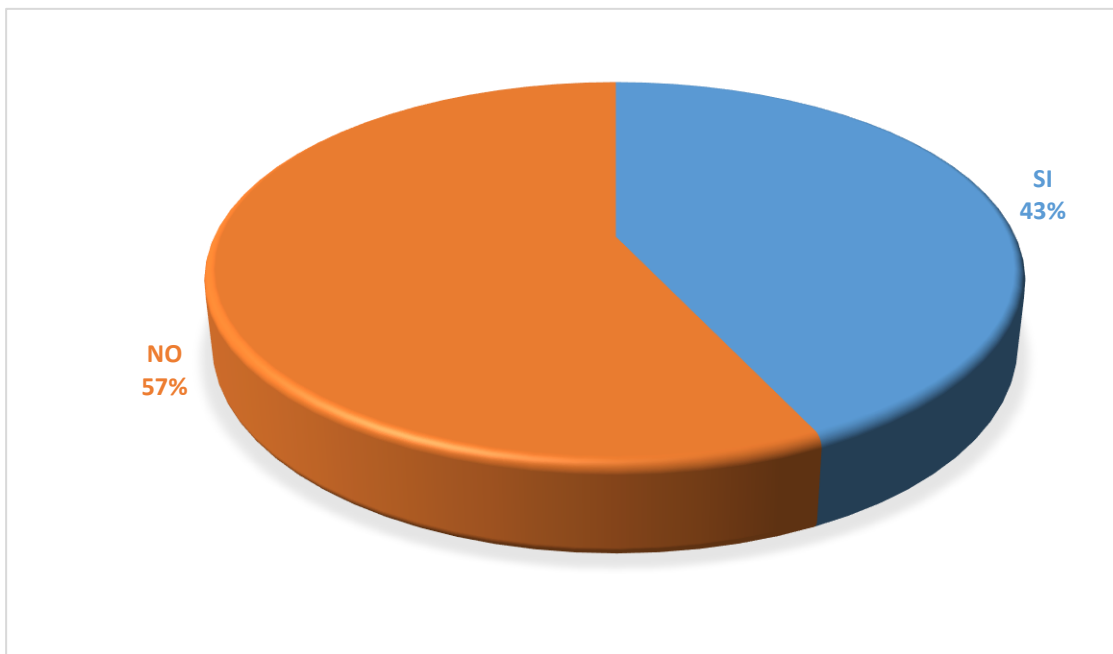
TABLA 10

*Solución breve a las necesidades*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	43%
NO	38	57%
Total	67	100%

Fuente: colaboradores

Elaboración: propia



**Figura 10:** Gráfico circular que representa la pregunta: “solución breve a las necesidades”

**Fuente:** clientes

**Elaboración:** propia

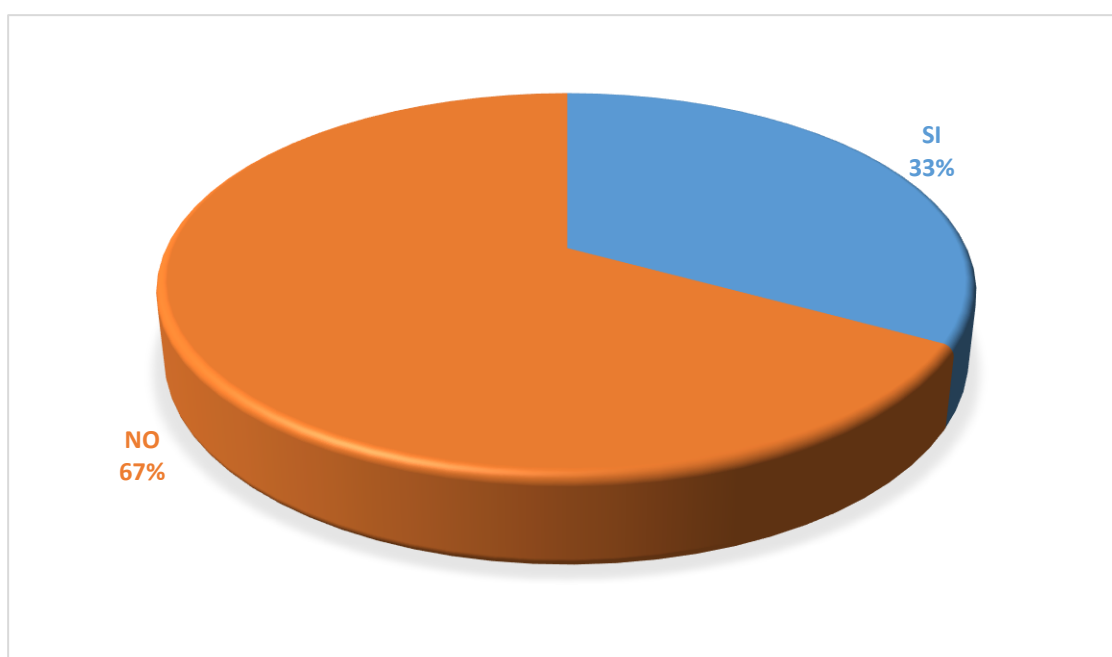
En la tabla 10 figura 10 titulada: “solución breve a las necesidades” se observa que el 57% de los colaboradores no resuelven a la brevedad posible las necesidades de los clientes. Comparado al 43% que si lo hace.

**TABLA 11**

*Valoración al cliente*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	33%
NO	45	67%
Total	67	100%

Fuente: cliente  
Elaboración: propia



**Figura 11:** Gráfico circular que representa la pregunta: “valoración al cliente”

**Fuente:** clientes

**Elaboración:** propia

En la tabla 11 figura 11 denominada: “Valoración al cliente” se observa que el 67% de clientes consideran que no los valoran como debe ser en el establecimiento; comparado al 33% que si valora.

TABLA 12

Calificación de atención

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA	26	39%
REGULAR	41	61%
MALA	0	0%
Total	67	100%

Fuente: clientes  
Elaboración: propia

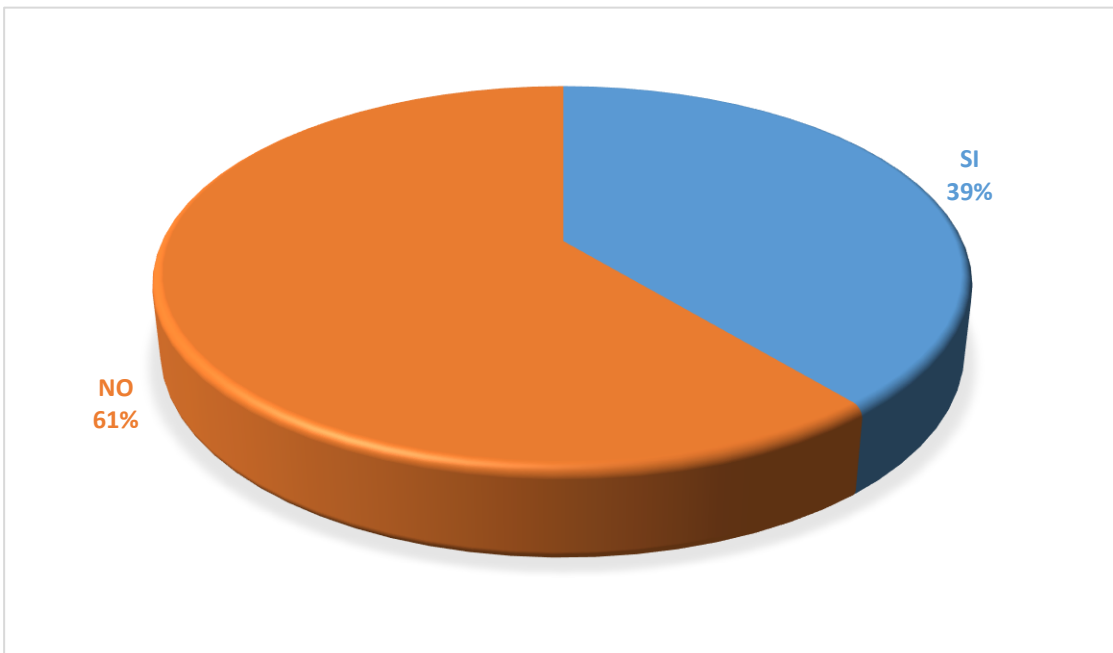


Figura 12: Gráfico circular que representa la pregunta: “calificación de atención

Fuente: clientes

Elaboración: propia

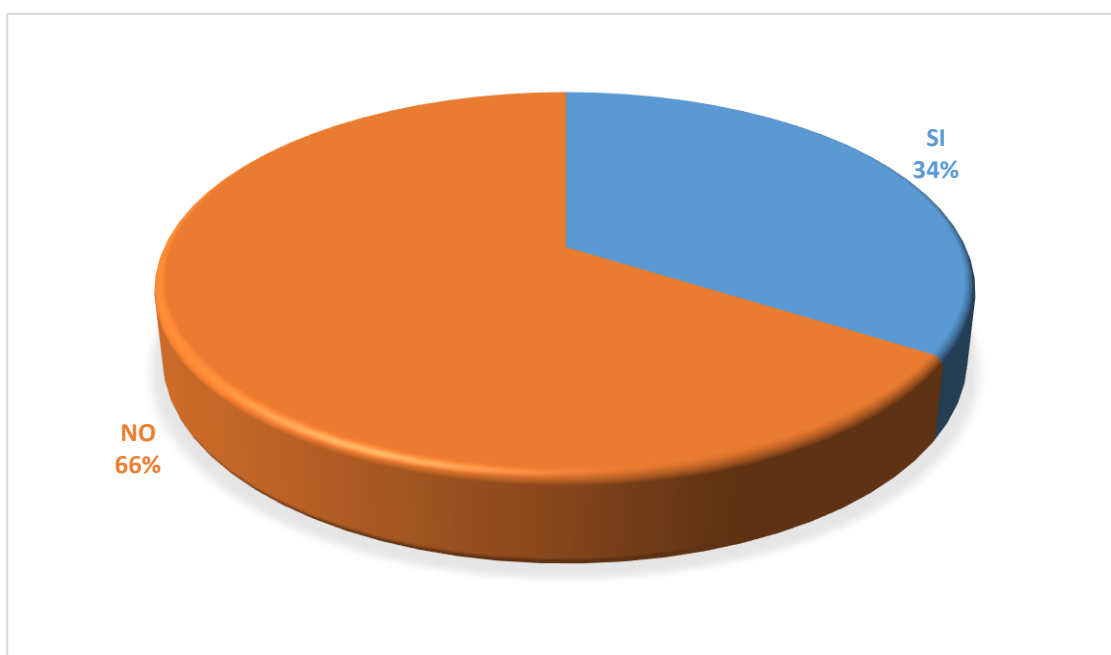
En la tabla 12 figura 12 denominada: “Calificación de atención” se observa que el 61% de los clientes califican la atención como regular. Comparado al 39% quienes califican como buena.

TABLA 13

*Cumplimiento de expectativas*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	34%
NO	44	66%
Total	67	100%

Fuente: clientes  
Elaboración: propia



**Figura 13:** Gráfico circular que representa la pregunta: “cumplimiento de expectativas”

**Fuente:** clientes  
**Elaboración:** propia

En la tabla 13 figura 13 denominada: “cumplimiento de expectativas” se observa que el 66% de clientes no satisfacen sus expectativas; comparado al 34% que si complace.

### 5.1.2.2 Beneficios de la los servicios hoteleros

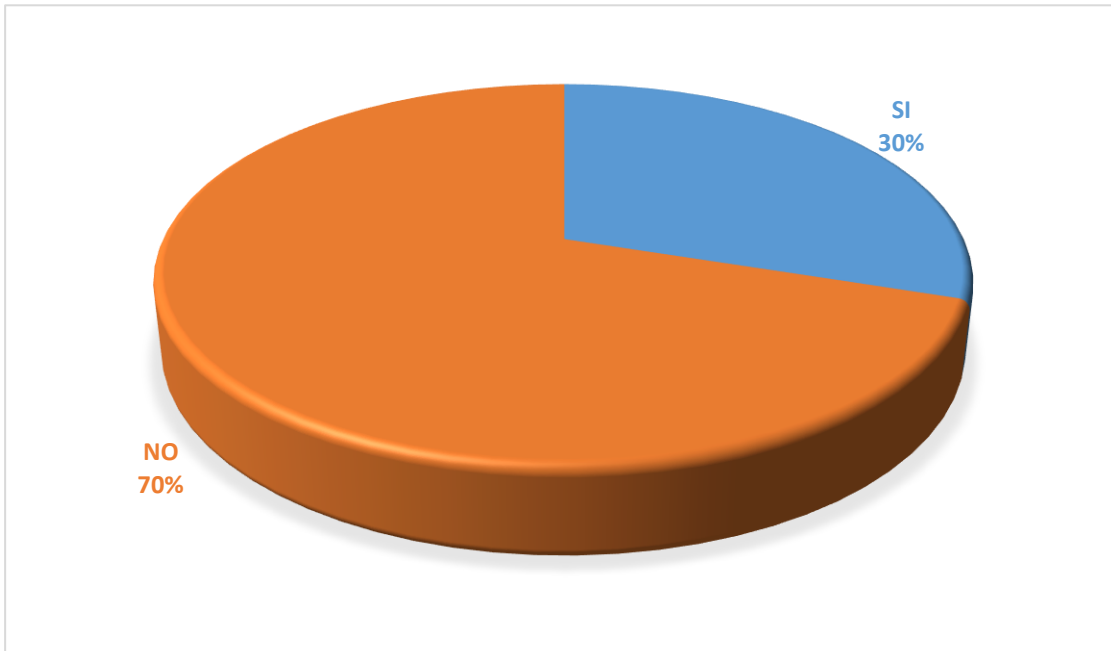
TABLA 14

Calidad del servicio

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	30%
NO	47	70%
Total	67	100

Fuente: clientes

Elaboración: propia



**Figura 14:** Gráfico circular que representa la pregunta: “calidad de servicio”

**Fuente:** clientes

**Elaboración:** propia

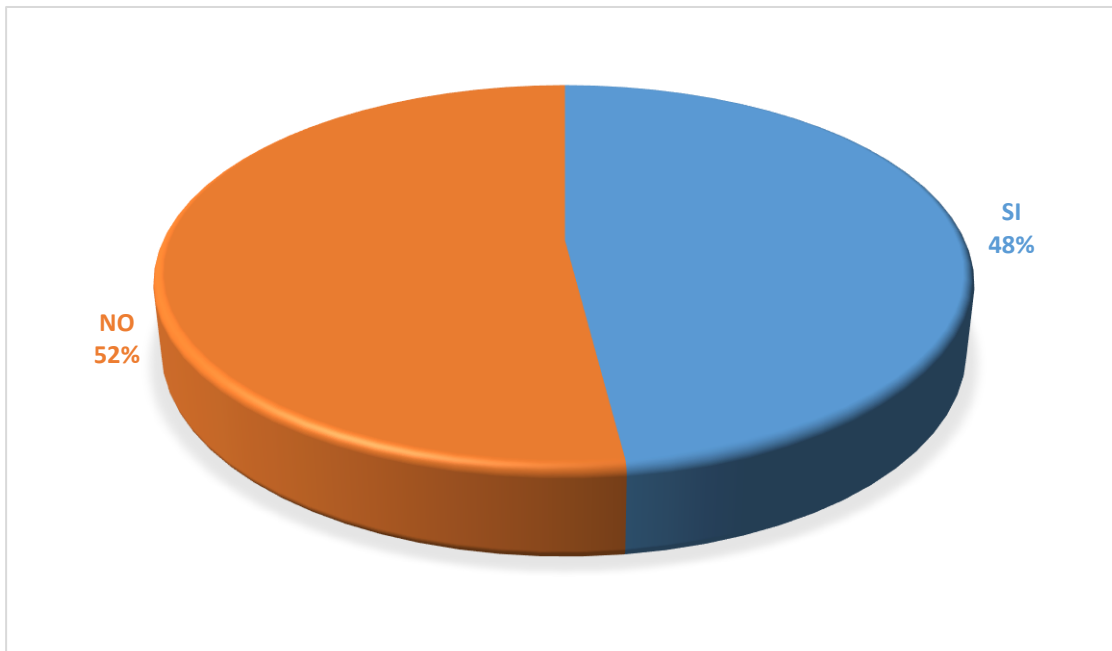
En la tabla 14 figura 14 denominada: “Calidad del servicio” se observa que el 70% de clientes no considera el servicio de calidad, comparado al 30% que si lo considera.

TABLA 15

*Calidad en servicio de mantenimiento*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	48%
NO	35	52%
Total	67	100%

Fuente: clientes  
Elaboración: propia



**Figura 15:** Gráfico circular que representa la pregunta: “calidad en servicio de mantenimiento”

**Fuente:** clientes

**Elaboración:** propia

En la tabla 15 figura 15 denominada: “calidad en servicio de mantenimiento” se observa que el 52% no considera un adecuado mantenimiento en establecimiento; comparado al 48% que si considera.



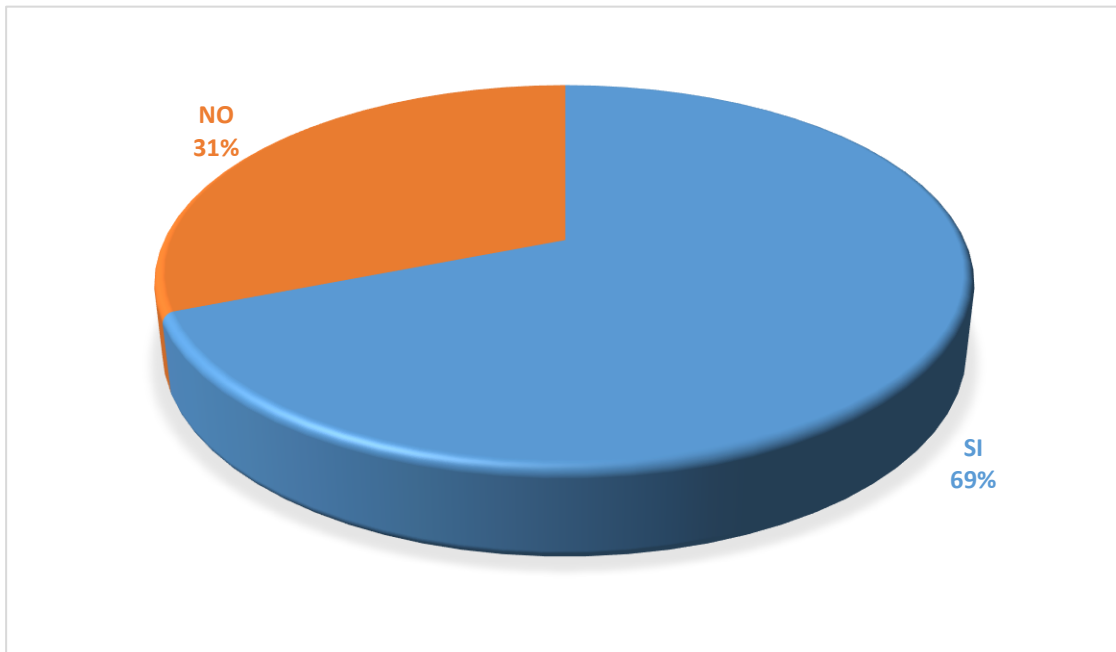
TABLA 16

*Infraestructura en cuanto a defensa civil*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	46	69%
NO	21	31%
Total	67	100%

Fuente: clientes

Elaboración: propia



**Figura 16:** Gráfico circular que representa la pregunta: “infraestructura en cuanto a defensa civil”

**Fuente:** clientes

**Elaboración:** propia

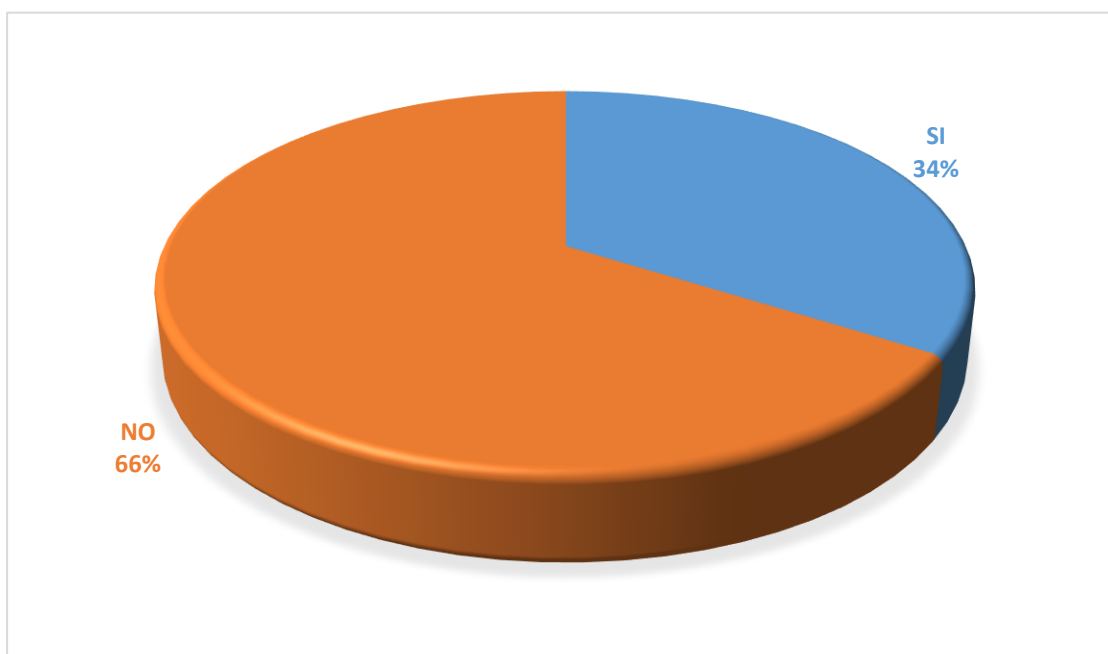
En la tabla 16 figura 16 denominada: “infraestructura en cuanto a defensa civil” se observa que el 69% de los clientes consideran que si cumple con lo establecido por defensa civil; comparado al 31% que indican que no cumplen.

TABLA 17

*Satisfacción con equipamiento tecnológico*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	34%
NO	44	66%
Total	67	100%

Fuente: clientes  
Elaboración: propia



**Figura 17:** Gráfico circular que representa la pregunta: “satisfacción con equipamiento tecnológico”

**Fuente:** clientes

**Elaboración:** propia

En la tabla 17 figura 17 denominada “satisfacción con equipamiento tecnológico” se observa que el 66% no está satisfecho con el servicio de equipamiento, comparado al 34% que si satisface.

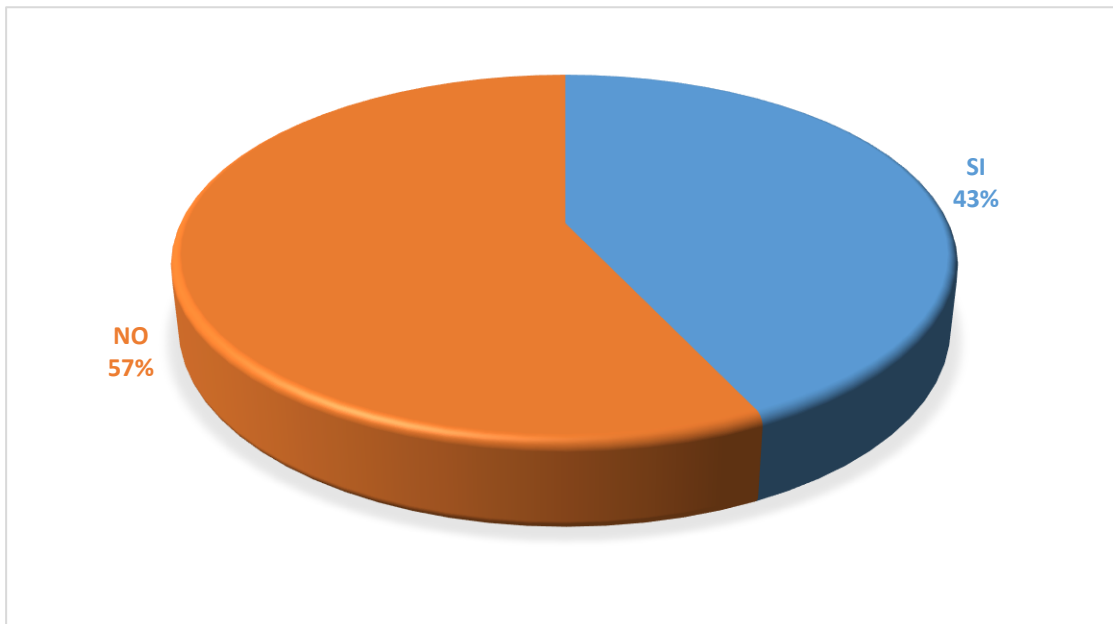
TABLA 18

Continuidad de visita

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	43%
NO	38	57%
Total	67	100%

Fuente: clientes

Elaboración: propia



**Figura 18:** Gráfico circular que representa la pregunta: “continuidad de visita”

**Fuente:** clientes

**Elaboración:** propia

En la tabla 18 figura 18 denominada: “continuidad de visita” se observa que el 57% de clientes no continuaran adquiriendo los servicios en mencionado hotel, comparado al 43% que si retornara.

## **5.2 Anàlisis de resultados**

### **Objetivo 5.2.1: Evaluación del desempeño**

#### **Variable: capacitación**

En la tabla 1 y figura 1 denominada “Capacitación pre ingreso” se observa que el 76% si recibe capacitación pre ingreso. Según Chiavenato (2016) Es toda actividad realizada en una organización, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Asimismo desarrollar sus competencias.

Por otro lado Domínguez (2015) Señala que la capacitación es indispensable antes de asumir un cargo, ya que va de la mano con la productividad y ciclo de vida de la empresa.

Por lo mencionado se infiere que los empleadores capaciten a sus colaboradores desde antes de desempeñar un cargo para evitar deficiencias futuras, y conocer sus habilidades, competencias y su desarrollo profesional.

En la tabla 2 y figura 2 denominada “Personal idóneo en el puesto” se observa que el 68% de los colaboradores si se consideran que tiene el perfil idóneo en el puesto asignado. Según Sosa (2014) indica que según las necesidades se refuerza el perfil adecuado hacia el servicio y los conocimientos. Por otro lado Aguilar y Marlon (2015) señalan que la capacitación está enfocada en conseguir competencias, habilidades que hacen sentir al trabajador más útil en su desempeño laboral.

Por lo mencionado la capacitación nos brinda conocimientos, desarrollo de habilidades y competencias, obteniendo como resultado un colaborador útil en el puesto asignado con miras de meritocracia. Por lo tanto se recomienda un personal

altamente capacitado en el puesto, capacidad resolutive, proactivo, dinámico que transmita seguridad y confianza.

En la tabla 3 figura 3 denominada “Actualización del conocimiento” se observa que el 73% de los colaboradores si consideran actualizar sus conocimientos. Así, López (2014) señala que es necesario capacitar al personal en cuanto a: formación de productos, servicio al cliente, técnicas de ventas, entre otras para encontrar soluciones inmediatas y fortalecer su conocimiento. Por otro lado Guevara (2012), señala que la capacitación constituye una de las mejores inversiones en Capital Humano y una de las principales fuentes de bienestar para el personal. Por lo tanto la capacitación es vista como una fortaleza para el personal; proporcionando una mejora continua en el desempeño del puesto y en todos los niveles, dando como resultado un personal productivo y con miras de meritocracia. Por lo tanto se recomienda capacitación continua para evitar la obsolescencia, estar preparados para el cambio, brindar nuevos aportes con lo aprendido.

En la tabla 4 figura 4 denominada: “Habilidades técnicas para el desempeño” se observa que el 56% de los colaboradores no poseen habilidades técnicas en su puesto de trabajo. Según Adanaque (2013) señala que la capacitación en la MYPE desarrolla habilidades, destrezas y competencias en el personal. Por otro lado, Barios (2014) señala que las empresas deben encontrar mecanismos que brinden a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo es decir lo esperado por la organización. Por lo expuesto se infiere que a través de la capacitación se pueden lograr habilidades técnicas logrando ser más profesional, objetivo, dando como resultado un impacto positivo en la realización de las funciones minimizando los errores, logrando de esta manera ser

competitivos en el mercado laboral. Por lo tanto se recomienda capacitar al personal, no solo para mantenerse actualizado, si no para perfilar sus habilidades de una manera más profesional que es lo deseable para una organización.

En la tabla 5 figura 5 denominada: “Indispensable la experiencia” se observa que el 71% del personal considera indispensable la experiencia hotelera. Así, Rodríguez y Morales (2014) explican que la capacitación debe ser un aprendizaje a través de la práctica ya que un curso solo teórico se convierte en simple información; mientras que la práctica lleva al participante a la experiencia permitiéndole al colaborador despejar cualquier duda. Por otro lado Medina (2014) señala que las empresas deben encontrar mecanismos para sus colaboradores. Los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo en otras palabras, lograr lo deseado por la organización.

Según lo mencionado la experiencia es una ventaja competitiva para los participantes, siendo una fortaleza frente a los demás; pues lo aprendido a través de la práctica se convierte en una experiencia, porque no solo es basta un título universitario si no la experiencia laboral como una de sus fortalezas. Por lo tanto ante la competitividad laboral, es deseable la experiencia para los empleadores y una fortaleza competitiva para el colaborador.

**Se observó que con respecto al primer objetivo específico, el desempeño de los colaboradores de las MYPE rubro hoteles una estrella de Piura el 76% de los colaboradores si reciben capacitación antes de desempeñar el puesto asignado; un 73% consideran actualizarse continuamente sus conocimientos para mejora continua en atención y calidad de servicio; un 71% considera indispensable la experiencia, como una fortaleza frente a los demás ante la competitividad**

**laboral y requisito indispensable por la mayoría de empresas en la región; un 68% de los colaboradores si cumplen con tener el perfil idóneo en el puesto asignado, aunque no es demostrado en su totalidad según la evaluación de los empleadores, y el 56% de los colaboradores no poseen habilidades técnicas en su puesto de trabajo, es decir falta aún el perfil con cualidades en hotelería y al menos con dominio de algún idioma extranjero como el inglés.**

### **5.2.2 Objetivos de la capacitación**

En la tabla 6 figura 6 denominada: “Capacitación continua” se observa que el 76% si consideran indispensable la capacitación continua para mejoras en el servicio y atención al cliente. Según Ezponda (2009) Considera que ya no es requisito para entrar a determinada Institución de sólo un título universitario y un postgrado, sino también que el trabajador esté constantemente capacitándose para que tenga un eficaz rendimiento laboral; por otro lado Medina (2014) explica que la capacitación continua interviene como un facilitador que hace posible la comprensión y colaboración de los miembros de una institución, considerándolo de mucha utilidad.

Por lo tanto se recomienda que los empleadores realicen capacitación continua en cada área de trabajo evitando la obsolescencia, logrando ser más competitivos, preparándolos para el cambio y obteniendo mejores resultados que se verán reflejado en la atención que perciben los clientes logrando asimismo que la organización se posicione en la mente del consumidor.

En la tabla 7 figura 7 denominada: “Actitud de los colaboradores” se observa que el 61% de los trabajadores reflejan actitud regular en su área de trabajo. De acuerdo con lo investigado Ahumada (2014) explica que la actitud se debe garantizar en los

ejecutivos que atienden a los clientes proporcionando atención con una actitud positiva demostrando profesionalismo; en la forma personal y profesional.

Por otro lado Chiavenato (2016) señala que la capacitación, es toda actividad que busca mejorar la actitud, conocimientos y habilidades o conductas de su personal.

Por lo tanto, los colaboradores deben mostrar una actitud positiva demostrando profesionalismo, confianza, seguridad, con deseos de cooperar; transmitiéndole al cliente una actitud positiva, de esta manera lograremos una gestión de atención de calidad; porque un empleado con mala actitud transmitirá tensión en el ambiente laboral con una presencia desagradable. Por lo expuesto se recomienda que los empleados reflejen una buena actitud demostrando siempre un buen trato agradable y motivador, con deseos de cooperar transmitiendo confianza, seguridad logrando un excelente ambiente laboral.

En la tabla 8 figura 8 denominada: “Motivación por el trabajo” se observa que el 54% de los colaboradores no se sienten motivados en su área de trabajo. Según

Chiavenato (2016) señala que la capacitación es toda actividad que busca mejorar la conducta de su personal, dando como resultado un personal motivado en un mejor clima laboral. Por otro lado Sánchez (2014) señala que la capacitación externa resulta más adecuada generando mayor motivación para que un empleado tenga un trato agradable, motivador y con deseos de cooperar. Por lo tanto se recomienda que los colaboradores demuestren motivación por su trabajo, transmiten actitud positiva al cliente externo brindando seguridad y confianza, logrando su pronto regreso y recomendación de viva voz.



En la tabla 9 figura 9 denominada: “Motivación por reconocimiento” se observa que el 85% de los colaboradores no reciben reconocimiento por parte de su empleador. Según López (2015) explica que según la teoría de los 2 factores de Herzberg, impacta directamente en los colaboradores es la intrínseca; como logros, reconocimientos, desarrollo personal y autonomía. Por otro lado Salazar y Soriano (2016) explican que la motivación que más predominó en un estudio a docentes de la UPAO fue la motivación intrínseca.

Según lo mencionado por ambos autores se recomienda que los empleadores reconozcan el esfuerzo de sus colaboradores, por lo tanto reconocerles como tal, obteniendo como resultado un colaborador motivado, empeñoso, sobretodo eficiente y productivo para la empresa.

**Se observó que con respecto al segundo objetivo específico, conocer los objetivos de la capacitación en las MYPE rubro hoteles una estrella de Piura; el 85% de los colaboradores no reciben reconocimientos de sus empleadores, dando como resultado un personal desmotivado, que por lo general solo trabaja por una motivación extrínseca, o no tienen otra oferta laboral; un 66% consideran que la capacitación debe ser consecuente para su especialización y poder brindar una atención personalizada, superando las expectativas de los clientes, preparándolos para los cambios; un 61% de los colaboradores encuestados reflejan que su actitud es regular, demostrando falta de identificación con la empresa ; un 54% no se sienten motivados en su trabajo, entre ellos a la baja escala remunerativa y exclusión de algunos beneficios sociales que no son reconocidos por su empleador.**

## **Variable: Atención al cliente**

### **5.2.3: Estrategias para mejorar el servicio**

En la tabla 10 figura 10 denominada: “Solución breve a las necesidades” se observa que el 57% de los colaboradores no son capaces de resolver problemas a la brevedad posible presentado por los clientes. Según Días y Soto (2018) explican que brindando un servicio de calidad y atendiendo a las necesidades del cliente con fiabilidad es un punto muy importante dentro de una organización.

Por otro lado Anierte (2013), menciona que para un correcto servicio de calidad se deben seguir características como: la solución de las necesidades del cliente, deben proporcionar resultados, debe servir para lo que se diseñó, cumplir con sus objetivos y proporcionar resultados.

Por lo tanto se recomienda atender las necesidades de los clientes oportunamente creando satisfacción y bienestar, evitando conflictos o reclamos. De esto dependerá que un cliente regrese pronto y recomendación boca a boca; porque los servicios son intangibles pero se pueden percibir generando satisfacción o insatisfacción.

En la tabla 11 figura 11 denominada: “Valoración al cliente” se observa que el 67% consideran que no los valoran como debe ser en el establecimiento. Según Anastasio y González (2006) señala que para la atención al cliente, y la calidad del servicio es responsabilidad de toda la organización donde se involucre a todo el que se relaciona directa e indirectamente con los clientes y el servicio que se le presta, porque es lo que en definitiva valora el cliente como una totalidad y no como una propiedad específica del producto, bien o servicio que le ofrecen. Por otro lado Carpio (2013)

señala que se deben implementar estrategias de venta y atención, para que el cliente pueda percibir y satisfacer sus necesidades dándole un valor a la atención recibida.

Por lo tanto se recomienda que el equipo de trabajo se sienta comprometido con el cliente, brindándole atención personalizada y servicio de calidad acorde a sus necesidades, identificándose y valorando al cliente externo como parte de ello considerándolo como recurso más importante en la organización.

En la tabla 12 y figura 12 denominada: “Calificación de atención” se observa que el 61%” si califica como buena la atención recibida, con excepción de los servicios de equipamiento y limpieza que aún no cumplen sus expectativas. Según Blanco (2015) Explica que la gestión de atención al cliente, es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes, logrando de esta manera cubrir sus expectativas.

Por otro lado Díaz y Soto (2018) señalan que brindando un servicio de calidad y atendiendo a las necesidades del cliente con fiabilidad es un punto muy importante dentro de una organización.

Por lo tanto se recomienda saber atender al cliente mirando a los ojos, con un trato agradable, transmitiendo confianza, seguridad entre otros, porque la primera impresión es la manera de atender, brindándole satisfacción de acuerdo a los servicios ofrecidos; porque cada vez frecuentan clientes más exigentes donde lo primero que perciben es la manera de atender.

En la tabla 13 figura 13 denominada: “Cumplimiento de expectativas” se observa que el 66% de los clientes no cumplen sus expectativas esperadas,

Según Kotler (2014) explica que los clientes forman expectativas y satisfacción de acuerdo a las ofertas que les ofrece el mercado y realizan sus compras de acuerdo con ellas. Por otro lado Carpio (2013) explica que se deben implementar estrategias de venta y atención, para que cliente pueda percibir y satisfacer sus necesidades. Por lo tanto se recomienda que para cumplir con las expectativas de los demandantes, hay que identificar sus necesidades y lograr su satisfacción, porque si el desempeño del producto o servicio es inferior a las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado.

**Se observó que con respecto al tercer objetivo específico, determinar estrategias para mejorar el servicio en las MYPE rubro hoteles una estrella de Piura; el 67% de los clientes consideran que el equipo de trabajo no se siente comprometidos con ellos; es decir aun no crean ese valor que los diferencia de otras empresas; un 66% aun no cumple las expectativas de los visitantes turísticos que cada vez son más exigentes en este mercado tan competitivo; el 61% califica que la atención recibida del servicio está en un nivel regular, y un 57% de los clientes consideran que carecen técnicas de solución inmediata a las diferentes circunstancias presentadas.**

#### **5.2.4: Beneficios de los servicios hoteleros**

En la tabla 14 figura 14 titulada: “Calidad de servicio brindado” se observa que el 70% de los clientes no reciben calidad de servicio. Así Pérez (2014) en su trabajo de investigación titulado “La calidad del servicio de atención al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros, señala que la calidad en el servicio a los clientes es indispensable y es necesario medirla ya que lo que no se

puede medir, no se puede controlar. Por otro lado Pestana y García (2003), Calidad total en atención al cliente hoy por hoy, se ha convertido en un elemento clave necesario e indispensable para el éxito empresarial.

Por lo tanto se recomienda emplear estrategias para brindar un servicio de calidad ante la competitividad de mercado y la amenaza de nuevos competidores. Porque la calidad de servicio y la satisfacción del cliente son diferentes, pero se puede concluir que la satisfacción del servicio este encuadrado en la calidad del servicio recibido.

En la tabla 15 figura 15 titulada “Calidad del servicio de mantenimiento” se observa que el 52% de los clientes, no consideran un adecuado mantenimiento en establecimiento. Según Anierte (2013), menciona que para un correcto servicio de calidad se deben seguir características como: la solución de las necesidades del cliente, deben proporcionar resultados, debe servir para lo que se diseñó, cumplir con sus objetivos y proporcionar resultados. Por otro lado Pestana y García (2003), Calidad total en atención al cliente hoy por hoy, se ha convertido en un elemento clave necesario e indispensable para el éxito empresarial.

Por lo tanto se recomienda que todo el equipo de trabajo este comprometido en brindar un servicio de calidad ante la competitividad de mercado y la amenaza de nuevos competidores; empezando desde la atención y mantenimiento de sus instalaciones Porque la calidad de servicio y la satisfacción del cliente son diferentes, pero se puede concluir que la satisfacción del servicio este encuadrado en la calidad del servicio.

En tabla 16 figura 16 denominada “Infraestructura en cuanto a defensa civil” se

observa que el 69% si cumple con lo establecido por defensa civil. Según el plan estratégico de turismo (PENTUR 2012-2021), en lo turístico también se define las condiciones de seguridad, en cuanto a su infraestructura, medio ambiente, que abarcan la protección del turista y el patrimonio vinculado a la actividad turística.

Por lo expuesto se recomienda siempre la protección de los visitantes y/o turistas que visitan al Perú, pues de la demanda depende el aumento de divisas, generadoras de fuentes de empleo y parte del crecimiento del PBI.

En la tabla 17 figura 17 titulada “Satisfacción con equipamiento tecnológico” se observa que el 66% de los clientes no está satisfecho con el servicio de equipamiento. Según Kotler (2014) explica que los clientes forman expectativas y satisfacción de acuerdo a las ofertas que les ofrece el mercado y realizan sus compras de acuerdo con ellas. Por otro lado Paullo (2010) en una investigación titulada “medición y control del nivel de satisfacción de los clientes; Concluye que la satisfacción del cliente viene determinada por factores de satisfacción, agrupados en dimensiones o grupos de calidad.

Por lo tanto se recomienda que para cumplir con las expectativas de los demandantes, hay que identificar sus necesidades y lograr su satisfacción, porque si el desempeño del producto o servicio es inferior a las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado.

**Se observó que con respecto al cuarto objetivo específico, los beneficios de la de los servicios hoteleros en las MYPE rubro hoteles una estrella de Piura; el 70% de los clientes consideran que el servicio no es de calidad, reflejando falta de confort, garantía e innovación, porque si el servicio es inferior a las**

**expectativas el cliente queda insatisfecho, sin embargo si el servicio es superior a las expectativas el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado; un 69% de los clientes está de acuerdo con la infraestructura de los establecimientos, el 66% no se siente satisfecho con el servicio de equipamiento por la falta independencia de equipos por habitación; un 57% manifiesta que no regresaría hacer uso de los servicios que ofrece dicho establecimiento, por lo que aún falta mejorar la calidad del mismo; y finalmente un 52% no está en su totalidad satisfecho con la calidad de servicio que recibe.**

## VI. CONCLUSIONES

**Respecto al desempeño de los colaboradores** en las MYPE hoteles una estrella de Piura se concluye que los empleadores si capacitan al personal antes de desempeñar el puesto asignado para evitar deficiencias en su gestión y optimizar el desempeño esperado por el empleador; así el personal considera importante actualizarse continuamente para lograr los estándares de calidad en el servicio y sostener a los clientes fidelizados. Por otro lado su trayectoria perfila cada vez su experiencia en el campo desempeñado, para fortalecer sus habilidades técnicas y operativas frente a los otros colaboradores de las MYPE, finalmente seguir mejorando en lo asignado para lograr el perfil idóneo que se requiere.

Por otra parte no poseen habilidades técnicas en su puesto de trabajo; es decir falta aún especializarse en los puestos asignados.

**Respecto a los objetivos de la capacitación** en las MYPE hoteles una estrella del centro de Piura se concluye que por lo general los colaboradores no se sienten motivados en su trabajo por la falta de reconocimientos y solo lo realizan por una motivación extrínseca, o no tienen otra oferta laboral; por otro lado consideran que la capacitación debe ser consecuente para su especialización y poder brindar una atención personalizada, superando las expectativas de los clientes, que les permite prepararse para los cambios; asimismo en su mayoría los colaboradores reflejan que su actitud es regular, el mismo que no les permite atender las expectativas de los visitantes nacionales e internacionales o turistas que aceden a estos hoteles remunerativa y exclusión de algunos beneficios sociales que no son reconocidos en su totalidad por el empleador.



**Respecto a las estrategias para mejorar el servicio** en las MYPE hoteles una estrella del centro de Piura; los clientes consideran que el equipo de trabajo no se sienten comprometidos con ellos, es decir aun no crean ni demuestran el valor que los diferencie de otras empresas, el mismo que no cumple con las expectativas esperadas por los visitantes turísticos que cada vez son más exigentes respecto a la calidad del servicio y atención personalizada que actualmente se encuentra en un nivel regular.

**Respecto a los beneficios de los servicios hoteleros** en las MYPE hoteles una estrella del centro de Piura; los clientes consideran que el servicio no es de calidad, reflejando falta de confort, garantía e innovación, dando como resultado un servicio inferior a las expectativas del cliente, es decir no están satisfechos en su totalidad con la atención y calidad recibida, manifestando que por lo general no regresarían hacer uso de los servicios en mencionado establecimiento. Sin embargo algunos clientes están de acuerdo con la infraestructura de los establecimientos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Referencias

- Aniorte. ( 2013). *importancia de la calidad de servicio al cliente*. Obtenido de importancia de la calidad de servicio al cliente:  
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Alles ( de 05 de 2014). *Evaluacion del desempeño en la empresa* . Obtenido de Evaluacion del desempeño en la empresa:  
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8159/1/TFG-O%20326.pdf>
- Blanco, A. (2015). *Atencion al Cliente*. Barcelona: piramide.
- Cerruti M, s (2014). *capacitacion en habilidades de atencion al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado*. Obtenido de capacitacion en habilidades de atencion al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado:  
[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ\\_MARIA\\_ATENCION\\_CLIENTE\\_CALIDAD\\_SERVICIO.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ_MARIA_ATENCION_CLIENTE_CALIDAD_SERVICIO.pdf)
- Chiavenato, I. (. (2014). administracion de recursos humanos. En I. (. Chiavenato, *El capital humano de las organizaciones* (págs. 322-324-329-333). Los Angeles: quinta edición en español ( ISBN 958-41-0037-8).
- Grasso. (2015). *tecnicas e instrumentos de investigacion*. Obtenido de tecnicas e instrumentos de investigacion: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html)
- Hernandez, D. f. (2012). *evasión tributaria en el sector comercial (recreos turísticos-hoteles y discotecas)*. Obtenido de evasión tributaria en el sector comercial (recreos turísticos-hoteles y discotecas):  
<http://es.calameo.com/read/001891564c72fb2b0d0d4>
- Humala, Tasso(- de JUNIO de 2015). MINCETIUR Decreto Supremo N° 001 2015. *Aprobacion de reglamento de establecimiento de hospedajes*, págs. Anexo 1-2-3-4.
- Idelberto, Ch. (2009). *procesos basicos en la administracion de personal*. Obtenido de procesos basicos en la administracion de personal:  
<https://es.scribd.com/doc/306582025/tesis-t3>
- Kotler, p. (2013). *la satisfaccion del cliente*. Obtenido de la satisfaccion del cliente:  
[www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html](http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html)
- Malhotra. (2002). *tipo y nivel de investigacion*. Obtenido de tipo y nivel de investigacion:  
[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/arenas\\_m\\_a/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf)

- Martinez, P. (20015). *metodologia de la investigacion*. Obtenido de metodologia de la investigacion: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>
- Meza, M. (2014). *capacitacion en habilidades de atencion al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado*. Obtenido de capacitacion en habilidades de atencion al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado: [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ\\_MARIA\\_ATENCION\\_CLIENTE\\_CALIDAD\\_SERVICIO.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ_MARIA_ATENCION_CLIENTE_CALIDAD_SERVICIO.pdf)
- MINCETUR. (2015). *MINSETUR, indicadores basicos del turismo-2015*. Obtenido de MINSETUR, indicadores basicos del turismo-2005: [www.mincetur.gob.pe/.../turismo/Informe\\_Indicadores](http://www.mincetur.gob.pe/.../turismo/Informe_Indicadores)
- Noriega. (2 de julio de 2004). *A.monografias corporation*. Obtenido de [www.monografias.com/trabajos101/bungalos-hoteles/bungalos-hoteles.shtml#ixzz44ip7vQQq](http://www.monografias.com/trabajos101/bungalos-hoteles/bungalos-hoteles.shtml#ixzz44ip7vQQq): <http://www.monografias.com/trabajos101/bungalos-hoteles/bungalos-hoteles.shtml#ixzz44ip7vQQq>
- Peru, u. c. (2017). *lineas de investigacion-escuela de posgrado*. Obtenido de lineas de investigacion-escuela de posgrado: [posgrado.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/.../lineas-inves-posgrado-edu-pucp4.pdf](http://posgrado.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/.../lineas-inves-posgrado-edu-pucp4.pdf)
- Peruano, D. e. (2015). Comercio exterior y turismo. *normas legales*, págs. 1-4. Obtenido de Comercio exterior y turismo: <http://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/modifican-el-reglamento-de-la-ley-que-faculta-al-ministerio-decreto-supremo-n-004-2015-mincetur-1329293-3/>
- Promperu. (23 de junio de 2008). *plan estrategico institucional promperu*. Obtenido de plan estrategico institucional promperu: [media.peru.info/Catalogo/attach/PEI\\_2008-2012.pdf](http://media.peru.info/Catalogo/attach/PEI_2008-2012.pdf)
- Rios, p. (abril de 2014). *la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados*. Obtenido de la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados: [tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/.../TL\\_Perez\\_Rios\\_CynthiaKatherine.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/.../TL_Perez_Rios_CynthiaKatherine.pdf)
- Rodriguez. (2015). *tipos de capacitacion*. Obtenido de tipos de capacitacion: [www.clubensayos.com > Negocios](http://www.clubensayos.com/Negocios)
- Rutty. (2007). *evaluacion de impacto en la capacitacion de recursos humanos universidad de buenos aires*. Obtenido de evaluacion de impacto en la capacitacion de recursos humanos universidad de buenos aires: [bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1186\\_RuttyMG.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1186_RuttyMG.pdf)
- Y.E, T. C. (2012). *La tributacion y su efecto en la inversion hotelera*. Obtenido de La tributacion y su efecto en la inversion hotelera: <http://coneccof.pe.tripod.com/investigacion5.htm#>

# **ANEXOS**

## MATRIZ DE PREGUNTAS

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
<b>Capacitación</b>	Evaluación del desempeño	conocimiento	¿Recibió capacitación de hostelería antes de desempeñar el cargo asignado?
		habilidades	¿Considera usted que cumple con el perfil idóneo para desempeñar el puesto asignado?
			¿Considera importante actualizarse constantemente en el rubro hotelero?
	experiencia	¿Considera usted que tiene las habilidades técnicas para desempeñar su puesto asignado?	
		¿Su trayectoria en el puesto actual ha contribuido a mejorar experiencia en el rubro hotelero?	
Objetivos de la capacitación	Personal calificado	¿Considera que para ser competente debe haber capacitación continua?	
		¿Cómo califica la actitud de tus compañeros de trabajo?	
	Cambio de actitud	¿Los incentivos que recibe por parte de su empleador mejora su motivación en el trabajo?	
		¿Durante el año actual recibió usted algún reconocimiento por parte de la empresa?	
Aumento de la motivación			
<b>Atención al cliente</b>	Estrategias para mejorar el servicio	Solución a las necesidades	¿Considera que las veces que se ha presentado alguna dificultad le fue resuelto a tiempo esperado?
		Captar valor	¿En condición de huésped considera alto el valor que le da el hotel?
	Crear satisfacción	¿Cómo califica la atención recibida?	
		¿La atención recibida cumple con su expectativa esperada?	
Analizar los beneficios	Calidad de servicio	¿Considera usted que el servicio recibido le brinda confort y garantía?	
		¿Considera usted que el establecimiento demuestra mantenimiento adecuado?	
	Tecnología	¿Cómo considera la infraestructura con respecto a lo exigido por defensa civil?	
		¿Está satisfecho con los equipos tecnológicos brindados por el hotel?	
Fidelización	¿Continuaría usted adquiriendo los servicios, en próximas visitas?		

## CUESTIONARIO



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE rubro Hoteles una estrella del centro Piura con respecto a capacitación, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad \_\_\_\_\_ Estado civil \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_

Nivel de estudios \_\_\_\_\_

Ubicación \_\_\_\_\_

Giro del negocio \_\_\_\_\_

Años en el negocio \_\_\_\_\_

Número de trababajdores \_\_\_\_\_

Tipo de persona: Natural                      Jurídica: Tipo \_\_\_\_\_

## CAPACITACIÓN

- 1) ¿Recibió capacitación de hostelería antes de desempeñar el cargo asignado?  
 SI       NO
- 2) ¿Considera usted que cumple con el perfil idóneo para desempeñar el puesto asignado?  
 SI       NO
- 3) ¿considera importante actualizarse constantemente en el rubro hotelero?  
 SI       NO
- 4) ¿Considera usted que tiene las habilidades técnicas para desempeñar su puesto asignado?  
 SI       NO
- 5) ¿su trayectoria en el puesto actual ha contribuido a mejorar experiencia en el rubro hotelero.  
 SI       NO
6. ¿Considera que para ser competente debe haber capacitación continua?  
 SI       NO
- 7) ¿Cómo califica la actitud de tus compañeros de trabajo?  
 BUENO       REGULAR
- 8) ¿los incentivos que recibe por parte de su empleador mejora su motivación en el trabajo?  
 SI       NO
9. ¿durante el año actual recibió usted algún reconocimiento por parte de la empresa?  
 SI       NO

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

## CUESTIONARIO



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE rubro Hoteles una estrella del centro Piura con respecto a, Atención al cliente, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad \_\_\_\_\_ Estado civil \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_

Nivel de estudios \_\_\_\_\_

Ubicación \_\_\_\_\_

Giro del negocio \_\_\_\_\_

Años en el negocio \_\_\_\_\_

Número de clientes \_\_\_\_\_

Tipo de persona: Natural

Jurídica: Tipo \_\_\_\_\_



## ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1) ¿considera que las veces que se ha presentado alguna dificultad le fue resuelto a tiempo esperado?  
 SI       NO
- 2) ¿En condición de huésped considera alto el valor que le da el hotel?  
 SI       NO
- 3) ¿Cómo califica la atención recibida?  
 BUENA       REGULAR       MALA
- 4) ¿La atención recibida cumple con su expectativa esperada?  
 SI       NO
- 5) ¿considera usted que el servicio recibido me brinda confort y garantía?  
 SI       NO
- 6) ¿Considera usted que el establecimiento demuestra mantenimiento adecuado?
- 7) ¿Cómo considera la infraestructura con respecto a lo exigido por defensa civil?  
 BUENA       REGULAR       MALA
- 8) ¿Está satisfecho con los equipos tecnológicos brindados por el hotel?  
 SI       NO
- 9) ¿Continuaría usted adquiriendo los servicios, en próximas visitas?  
 SI       NO

**¡Muchas gracias!**



**LIBRO DE CÓDIGO**

Ord	Descripción	Medición	COLABORADORES ENCUESTADOS			
			Parciales	Total	Sumatoria	total%
<b>OE 1</b>	<b>EVALUAR EL DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES</b>					
1	CAPACITACION PRE INGRESO	SI	31	41	76%	100%
		NO	10		24%	
2	PERFIL IDONEO EN EL PUESTO	SI	28	41	68%	100%
		NO	13		32%	
3	ACTUALIZAR EL CONOCIMIENTO	SI	30	41	73%	100%
		NO	11		27%	
4	HABILIDADES TECNICAS PARA EL DESEMPEÑO	SI	18	41	44%	100%
		NO	23		56%	
5	INDESPENSABLE LA EXPERIENCIA	SI	29	41	71%	100%
		NO	12		29%	
<b>OE2</b>	<b>CONOCER LOS OBJETIVOS DE LA CAPACITACION</b>					
6	CAPACITACION CONTINUA	SI	27	41	66%	100%
		NO	14		34%	
7	ACTITUD DE LOS COLABORADORES	SI	16	41	39%	100%
		NO	25		61%	
8	MOTIVACION POR EL TRABAJO	SI	19	41	46%	100%
		NO	22		54%	
9	MOTIVACION POR RECONOCIMIENTO	SI	6	41	15%	100%
		NO	35		85%	
<b>OE3</b>	<b>DETERMINAR ESTRATEGIAS</b>					
<b>CLIENTES ENCUESTADOS</b>						
10	SOLUCION BREVE A LAS NECESIDADES	SI	29	67	43%	100%
		NO	38		57%	
11	VALORACION AL CLIENTE	SI	22	67	33%	100%
		NO	45		67%	
12	CALIFICACION DE ATENCION	SI	26	67	39%	100%
		NO	41		61%	
13	CUMPLIMIENTO DE ESPECTATIVAS	SI	23	67	34%	100%
		NO	44		66%	
<b>OE4</b>	<b>ANALIZAR LOS BENEFICIOS</b>					
14	CALIDAD DEL SERVICIO	SI	20	67	30%	100%
		NO	47		70%	
15	CALIDAD EN SERVICIO DE MANTENIMIENTO	SI	32	67	48%	100%
		NO	35		52%	
16	INFRAESTRUCTURA EN CUANTO A DEFENSA CIVIL	SI	46	67	69%	100%
		NO	21		31%	
17	SATISFACION CON EQUIPAMIENTO	SI	23	67	34%	100%
		NO	44		66%	
18	CONTINUIDAD DE VISITA	SI	29	67	43%	100%
		NO	38		57%	

## HOTELES UNA ESTRELLA DEL CENTRO PIURA

<b>NOMBRES</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TRABAJADORES</b>	<b>TOTAL</b>
HOTEL TERRAZA	Av. Loreto 530	07	07
HOTEL RICHARD	Calle Cajamarca 456	08	08
HOTEL SANTA LUCIA	Jr. Ayacucho 773	09	09
PRADO'S HOTEL E.I.R.L	Jr. Moquegua 761	09	09
HOTEL OLIMPO SERVICIOS GENERALES	Calle. Amazonas 332	08	08
			41= N

Fuente: Municipalidad provincial de Piura-Área de Licencias  
Elaborado por: Segundo Acha Calle

### VARIABLE CAPACITACION APLICADA PARA TRABAJADORES (FINITA)

N=41

### VARIABLE ATENCION A CLIENTE (INFINITA)

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

$$n = \frac{1.645^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{0.10^2}$$

n=67.65

N.C = 90%

z = 1.645

p = 0.50

q = 0.50

E = 10%

(Cochran, 2010)

# LEYES REGULADORAS



## Decreto Supremo

APRUEBAN REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

N° 001 -2015-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

### CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR y el Reglamento de Organización y Funciones de este organismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, señalan que corresponde al MINCETUR, promover, orientar y regular la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible;

Que, mediante Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, que establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje; asimismo, establece los órganos competentes en dicha materia;

Que, posteriormente, se aprobó la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, que contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, estableciendo en su artículo 27 que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, estableciendo en el literal a) del Anexo N° 1 de la citada norma que son prestadores de servicios turísticos los que prestan servicios de hospedaje;

Que, desde la vigencia del Reglamento de Establecimiento de Hospedaje se han generado cambios en diversas normas, con carácter general, como la Ley General de Turismo y otros dispositivos en dicha materia, lo cual hace necesaria la aprobación de un reglamento que adecue el ordenamiento de establecimiento hospedaje al nuevo marco legal existente;



De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Estado; la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR; y, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo;

**DECRETA:**

**Artículo 1.- Aprobación del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje**

Apruébese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, que consta de siete (07) Capítulos, treinta y cinco (35) artículos, nueve (09) Disposiciones Complementarias Finales, cinco (05) Disposiciones Complementarias Transitorias y Cuatro anexos que forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

**Artículo 2.- Aprobación de Formatos y otro documentos**

Autorícese al Viceministerio de Turismo a aprobar los formatos y otros documentos señalados en el presente Reglamento.

**Artículo 3.- Derogación**

Deróguese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, aprobado por Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, así como todas las disposiciones que se opongán a lo dispuesto en el presente Decreto Supremo.

**Artículo 4.- Vigencia**

El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

**Artículo 5.- Refrendo**

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los ocho días del mes de junio del año dos mil quince.



**OLLANTA HUMALA TASSO**  
Presidente de la República

*Magali Silva*  
**MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo



## REGlamento DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

### CAPÍTULO I

#### DISPOSICIONES GENERALES

##### Artículo 1.- Objeto

El presente Reglamento establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia.

##### Artículo 2.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento, deben ser aplicadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, los Gobiernos Regionales, la Municipalidad Metropolitana de Lima y por los establecimientos de hospedaje.

##### Artículo 3.- Clases y Categorías de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje solicitarán al Órgano Competente, su clasificación y/o categorización, cumpliendo para tal efecto con los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en los Anexos Nos. 1 al 4 del presente Reglamento, según corresponda.

Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

Clase	Categoría
1. Hotel	Una a cinco estrellas
2. Apart - Hotel	Tres a cinco estrellas
3. Hostal	Una a tres estrellas
4. Albergue	--

##### Artículo 4.- Definiciones y siglas

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se tendrá en consideración las siguientes definiciones y siglas, conforme se señala a continuación:

###### 4.1 Definiciones:

- Albergue:** Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines. Su ubicación y/o los intereses y actividades de sus huéspedes, determinarán la modalidad del mismo. Los Albergues deberán cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 4, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- Apart-Hotel:** Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de Tres a Cinco Estrellas, debiendo cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 2, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- Cafetería:** Ambiente donde se sirve el desayuno y/o donde el huésped puede tomar otras bebidas y alimentos de fácil preparación.



- d) **Calificador de establecimientos de hospedaje:** Persona inscrita en el Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje y designada por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de MINCETUR, para emitir Informes Técnicos respecto a las solicitudes de reconocimiento oficial del estatus de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado, de acuerdo a los requisitos establecidos en el presente Reglamento.
- e) **Categoría:** Rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, las condiciones de funcionamiento que éstos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel y Hostal.
- f) **Clase:** Identificación del establecimiento de hospedaje en función a sus características arquitectónicas de infraestructura, equipamiento y servicios que ofrece. Deberá estar de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 3 del presente Reglamento.
- g) **Contrato de Hospedaje:** Es la relación jurídica que se genera entre el huésped y el establecimiento de hospedaje, por la sola inscripción y firma en el Registro de Huéspedes, se regula por el Código Civil, las normas del propio establecimiento de hospedaje y las disposiciones contenidas en el presente Reglamento.

Las agencias de viajes y turismo u otras personas naturales y jurídicas que pudieran intermediar en la contratación de los servicios de alojamiento, no son parte del contrato de hospedaje referido en el párrafo precedente.

- h) **Día hotelero:** Periodo de veinticuatro (24) horas dentro del cual el huésped podrá permanecer en uso de la habitación, de acuerdo al registro de ingreso y la hora límite de salida fijada por el establecimiento de hospedaje, a efecto de cobrar, sin recargo, la tarifa respectiva por el alojamiento.
- i) **Establecimiento de hospedaje:** Lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento. Los establecimientos de hospedaje que opten por no clasificarse y/o categorizarse, deberán cumplir con los requisitos señalados en el presente Reglamento.
- j) **Habitación o Departamento:** Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades que permitan que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos previstos en los anexos del presente Reglamento.
- k) **Hotel:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de Una a Cinco Estrellas, deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 1 que forma parte integrante del presente Reglamento.
- l) **Hostal:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser clasificados como Hostales deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 3, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- m) **Huésped:** Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento.





- n) **Informe Técnico:** Es el documento emitido por el Calificador de Establecimientos de Hospedaje, en el que se acredita que el establecimiento cumple rigurosamente los requisitos exigidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje para ostentar la condición de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado.
- o) **Inspector:** Servidor público autorizado por el Órgano Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.
- p) **Oficio:** Lugar donde se ubican los suministros de limpieza, lencería o ropa de cama y demás implementos que facilitan y permiten el aseo de las habitaciones.
- q) **Órgano Competente:** Las Gerencias Regionales o Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo o quienes hagan sus veces en los Gobiernos Regionales. En el caso de Lima Metropolitana el Órgano que ésta designe para tal efecto.
- r) **Personal Calificado:** Persona con formación, capacitación y/o con experiencia acreditada mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas, de acuerdo a la función desempeñada, para prestar servicios en un establecimiento de hospedaje. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped deberá acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.
- s) **Recepción y Conserjería:** Área del establecimiento de hospedaje, en la cual se reciben y registran los huéspedes, se facilita información sobre los servicios que presta el establecimiento, se prestan los servicios de traslado de equipaje, correspondencia, información y otros servicios similares.
- t) **Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje:** Registro a cargo de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, en el cual se inscriben y registran los Calificadores de Establecimientos de Hospedaje.
- u) **Registro de Huéspedes:** Registro llevado por el establecimiento de hospedaje, en fichas, libros o medios digitales, en el que obligatoriamente se inscribirá el nombre completo del huésped, sexo, nacionalidad, documento de identidad, fecha de ingreso, fecha de salida, el número de la habitación asignada y la tarifa correspondiente con indicación de los impuestos y sobrecargas que se cobren, sea que estén o no incluidos en la tarifa.
- v) **Servicio higiénico:** Es el ambiente que cuenta como mínimo con un lavatorio, inodoro, tina y/o ducha (en caso se trate de medio baño solo se considera lavatorio e inodoro), iluminación eléctrica, toma corriente y un espejo, papelería, toalla de baño, jabón, papel higiénico y shampoo; debiendo cumplir además con requisitos establecidos en los Anexos adjuntos al presente Reglamento.  
  
En el caso del servicio higiénico de uso público deberá contar como mínimo con un lavatorio, inodoro, iluminación eléctrica, papelería, jabón, secador eléctrico o papel toalla y papel higiénico.
- w) **Suite:** Habitación con instalaciones y ambientes separados y/o conectados.
- x) **Titular de Establecimiento de Hospedaje:** Persona natural o jurídica que ofrece la prestación del servicio, es el responsable y conductor del establecimiento de hospedaje.

4.2 Sigla:

- a) **MINCETUR:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.



p) Ejercer las demás atribuciones que establezca el presente Reglamento y las disposiciones legales vigentes.

6.2 El Órgano Competente podrá delegar sus funciones a otras entidades, cuyo personal debe ser previamente capacitado y evaluado para tal efecto; la delegación se sujetará a las normas establecidas por la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y sus normas modificatorias y complementarias.

### CAPÍTULO III

#### AUTORIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

##### Artículo 7.- Requisitos para el inicio de actividades

7.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje, para el inicio de sus actividades, deberán estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas, normas complementarias y modificatorias. Asimismo deberán contar con la Licencia de Funcionamiento.

7.2 Los datos consignados y presentados por los titulares de los establecimientos de hospedaje en virtud al presente Capítulo, ante el Órgano Competente, estarán sujetos a la presunción de veracidad, siendo que el presente procedimiento es de aprobación automática, de conformidad con lo establecido en el inciso 1.16 del artículo IV del Título Preliminar y el artículo 32 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, y sin perjuicio de la fiscalización posterior de la Administración.

##### Artículo 8.- Presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y expedición de la constancia de cumplimiento de requisitos mínimos.

8.1 Los establecimientos de hospedaje que inicien operaciones y opten voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Albergue, deberán presentar dentro de un plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, al Órgano Competente, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, anexando una Declaración Jurada en la que evidencie su condición de Establecimiento de Hospedaje e informando del cumplimiento de requisitos exigidos para Establecimientos de Hospedaje del presente Reglamento, de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR señalando las siguientes condiciones mínimas:

##### 8.1.1 Infraestructura

Deberán cumplir con los requisitos señalados en el artículo 5 de la Norma Técnica A.30 "Hospedaje" del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones – RNE.

##### 8.1.2 Equipamiento

- a) Contar con teléfono de uso público, el mismo que puede ser el teléfono fijo de recepción, celular, dependiendo la zona y para uso exclusivo del huésped.
- b) Contar con un botiquín de primeros auxilios, según las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.
- c) Contar con sistemas que permitan tener agua fría y caliente las veinticuatro (24) horas del día, el cual no deberá ser activado por el huésped

##### 8.1.3 Servicios

- a) Deben realizar limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes del establecimiento.





- b) Brindar el servicio de custodia de equipaje.
- c) El cambio de sábanas y toallas debe ser regular, el huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales y otros.

8.2 El Órgano Competente, en un plazo no mayor de cinco (05) días hábiles, y siempre que no hubieren observaciones sobre la información contenida en la Declaración Jurada presentada, evidenciando la condición de Establecimiento de Hospedaje e informando sobre el cumplimiento de requisitos mínimos, expedirá una Constancia según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR, dando cuenta de la presentación de la referida Declaración Jurada y de la condición de Establecimiento de Hospedaje. La Constancia será expedida, sin perjuicio de las acciones de supervisión posterior que deberá efectuar el Órgano Competente.

La presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y la expedición de la constancia es gratuita.

8.3 Los establecimientos de hospedaje que optaron voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Albergue deberán presentar anualmente al Órgano Competente, la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecida en el artículo precedente, evidenciando su condición de Establecimiento de Hospedaje y dando cuenta del cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos, señalados en el presente Reglamento.

#### **Artículo 9.- Actualización de la información para la vigencia de la Constancia**

Ante cualquier modificación de los datos contenidos en la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos señalados en el artículo 8, los titulares de los establecimientos están obligados a presentar una nueva Declaración Jurada debidamente actualizada. En estos casos, el plazo para informar al Órgano Competente, no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de su ocurrencia.

#### **Artículo 10.- Establecimientos de hospedaje que operan en Áreas Naturales Protegidas**

10.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje que operen en Áreas Naturales Protegidas podrán solicitar su clasificación y/o categorización de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento.

10.2 En el caso de modalidades de alojamiento no previstas en el presente Reglamento, las mismas serán aprobadas por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas - SERNANP, de conformidad con las normas sobre la materia vigentes, previa opinión favorable de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, o de la que haga sus veces.

### **CAPÍTULO IV**

#### **EXPEDICIÓN DEL CERTIFICADO DE CLASIFICACIÓN Y/O CATEGORIZACIÓN**

##### **Artículo 11.- Certificado de clasificación y/o categorización**

El titular de un establecimiento de hospedaje interesado en ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías, o Albergue, según corresponda, solicitará al Órgano Competente, el Certificado de Clasificación y/o Categorización, cumpliendo con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

##### **Artículo 12.- Requisitos de la solicitud de clasificación y/o categorización**

12.1 El titular del establecimiento de hospedaje que solicite el Certificado deberá presentar al Órgano Competente una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, adjuntando:



**ANEXO N° 1 - HOTEL**  
**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**

Deberán cumplir con el ANEXO 1 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.<sup>1</sup>

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
<b>En habitaciones</b>					
Frigobar	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.

**C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
<b>Habitaciones</b>					
Atención en habitación (room service)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- (1) Servicio prestado en el Hotel o a través de terceros.  
 (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.  
 (3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

**D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-

(1) Definición contenida en el Reglamento.



<sup>1</sup> Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.

## Validación

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (3)

YO, Fernando Suárez Carrasco, identificado con DNI

02616283, MAGÍSTER EN

Administración :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos:


Cuestionario, Elaborado por

Segundo Acha Calle, a los efectos de su

Aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE, rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017", que se encuentra realizando.

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

Piura, Febrero 2019

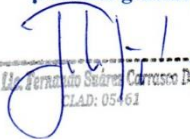
  
M.C. Fernando Suárez Carrasco Dc.  
CIAD: 05461



## Validación

Ítems relacionados con: CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Recibió capacitación de hostelería antes de desempeñar el cargo asignado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Considera usted que cumple con el perfil idóneo para desempeñar el puesto asignado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Considera importante actualizarse constantemente en el rubro hotelero?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿Considera usted que tiene las habilidades técnicas para desempeñar su puesto asignado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Su trayectoria en el puesto actual ha contribuido a mejorar experiencia en el rubro hotelero?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Considera que para ser competente debe haber capacitación continua ?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿Cómo califica la actitud de tus compañeros de trabajo?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿Los incentivos que recibe por parte de su empleador mejora su motivación en el trabajo?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿Durante el año actual recibió usted algún reconocimiento por parte de la empresa?	X			X		X	Si ( ) No (X)

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

  
 Lic. Fernando Suárez Cortés  
 CLAD: 05461

## Validación

Ítems relacionados con: ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera que las veces que se ha presentado alguna dificultad le fue resuelto a tiempo esperado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿En condición de huésped considera alto el valor que le da el hotel?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Cómo califica la atención recibida?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿La atención recibida cumple con su expectativa esperada?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Considera usted que el servicio recibido me brinda confort y ganancia?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Considera usted que el establecimiento demuestra mantenimiento adecuado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿Cómo considera la infraestructura con respecto a lo exigido por defensa civil?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿Está satisfecho con los equipos tecnológicos brindados por el hotel?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿Continuaría usted adquiriendo los servicios, en próximas visitas?	X			X		X	Si ( ) No (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!

  
 Dr. Fernando Suarez Carrasco Dr.  
 CIAD: 05461

## Validación

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (3)

YO, MANUEL GERARDO MERINO HINOSTROZA, identificado con DNI

02659237, MAGÍSTER EN

CIENCIAS POLÍTICAS - LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos:

CUESTIONARIO, Elaborado por

SEBASTIÁN ACHO COLLA, a los efectos de su

Aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE, rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2016", que se encuentra realizando.

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

Piura, 26 de FEBRERO 2019



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostroza  
CLAD 05862



## Validación

Ítems relacionados con: CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Recibió capacitación de hostelería antes de desempeñar el cargo asignado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Considera usted que cumple con el perfil idóneo para desempeñar el puesto asignado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Considera importante actualizarse constantemente en el rubro hotelero?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿Considera usted que tiene las habilidades técnicas para desempeñar su puesto asignado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Su trayectoria en el puesto actual ha contribuido a mejorar experiencia en el rubro hotelero?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Considera que para ser competente debe haber capacitación continua ?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿Cómo califica la actitud de tus compañeros de trabajo?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿Los incentivos que recibe por parte de su empleador mejora su motivación en el trabajo?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿Durante el año actual recibió usted algún reconocimiento por parte de la empresa?	X			X		X	Si ( ) No (X)

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

  
 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinostraza  
 CLAD 05862

## Validación

Ítems relacionados con: ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera que las veces que se ha presentado alguna dificultad le fue resuelto a tiempo esperado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿En condición de huésped considera alto el valor que le da el hotel?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Cómo califica la atención recibida?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿La atención recibida cumple con su expectativa esperada?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Considera usted que el servicio recibido me brinda confort y ganancia?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Considera usted que el establecimiento demuestra mantenimiento adecuado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿Cómo considera la infraestructura con respecto a lo exigido por defensa civil?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿Está satisfecho con los equipos tecnológicos brindados por el hotel?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿Continuaría usted adquiriendo los servicios, en próximas visitas?	X			X		X	Si ( ) No (X)

**¡Muchas gracias por su colaboración!**



Mg. Lic. Adm. Masquele  
CLAD 05862

## Validación

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN (3)

YO, Carlos Gimocchio Vega, Identificado con DNI

02867430, MAGÍSTER EN

ADM. y Duración de EMP :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos:

cuestionario, Elaborado por

Segundo Acosta Acosta, a los efectos de su

Aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE, rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017", que se encuentra realizando.

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

Piura,  febrero 2019

  
Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega  
CLAD. 0888

## Validación

Ítems relacionados con: CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Recibió capacitación de hostelería antes de desempeñar el cargo asignado?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
2. ¿Considera usted que cumple con el perfil idóneo para desempeñar el puesto asignado?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
3. ¿Considera importante actualizarse constantemente en el rubro hotelero?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
4. ¿Considera usted que tiene las habilidades técnicas para desempeñar su puesto asignado?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
5. ¿Su trayectoria en el puesto actual ha contribuido a mejorar experiencia en el rubro hotelero?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
6. ¿Considera que para ser competente debe haber capacitación continua ?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
7. ¿Cómo califica la actitud de tus compañeros de trabajo?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
8. ¿Los incentivos que recibe por parte de su empleador mejora su motivación en el trabajo?	/			/		/	SI ( ) No ( / )
9. ¿Durante el año actual recibió usted algún reconocimiento por parte de la empresa?	/			/		/	SI ( ) No ( / )

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

  
 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vec.  
 CLAD. 0888



## Validación

Ítems relacionados con: ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera que las veces que se ha presentado alguna dificultad le fue resuelto a tiempo esperado?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
2. ¿En condición de huésped considera alto el valor que le da el hotel?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
3. ¿Cómo califica la atención recibida?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
4. ¿La atención recibida cumple con su expectativa esperada?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
5. ¿Considera usted que el servicio recibido me brinda confort y ganancia?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
6. ¿Considera usted que el establecimiento demuestra mantenimiento adecuado?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
7. ¿Cómo considera la infraestructura con respecto a lo exigido por defensa civil?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
8. ¿Está satisfecho con los equipos tecnológicos brindados por el hotel?	/			/		/	Si ( ) No ( / )
9. ¿Continuaría usted adquiriendo los servicios, en próximas visitas?	/			/		/	Si ( ) No ( / )

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

  
 Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Vec  
 CLAD\_0888

# TURNITIN ULTIMO REPORTE

TESIS FINAL\_03-03-2019 [Modo de compatibilidad] - Word (Error de activación de productos)

TURNITIN ULTIMO REPORTE.pdf - Nitro Pro 9

INICIO EDITAR REVISAR FORMULARIOS PROTEGER AYUDA

TURNITIN ULTIMO REPORTE x

Universidad Católica los Ángeles x Turnitin x +

https://turnitin.com/t\_inbox.asp?aid=77178096&svr=310&lang=es&r=33.0342320775536

Mercedes Renee PALACIOS DE BRICEÑO | Información del usuario

turnitin

Ejercicios Estudiantes Boletín de notas Bibliotecas Calendario Discusión Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > TCC 2019 00 AD PIURA > PRIMERA REVISIÓN

Acerca de esta página  
Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono de

primera revisión  
BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo Informe de calificación e

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPOSTA
<input type="checkbox"/>	Acha Calle Acha Call...	Acha Calle	0%	--	--
<input type="checkbox"/>	Aguilar Aguilar Agui...	Aguilar Aguilar	0%	--	--
<input type="checkbox"/>	Huaman Cordova 3 Hua...	huaman cordova 3	0%	--	--
<input type="checkbox"/>	Querevalu Rumiche Du...	Querevalu Rumiche	0%	--	--
<input type="checkbox"/>	Castro Ayosa Castro ...	CASTRO AYOSA	4%	--	--
<input type="checkbox"/>	Ramos Castillo Ramos...	Ramos Castillo	4%	--	--

ES 21:01 03/03/2019