



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN
AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO HOSPEDAJES EN
CENTRO DE LA PROVINCIA SECHURA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

NUNURA PAZO LILIANA MARCELA

ORCID: 0000-0002-6030-5792

ASESOR:

MGTR. PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVÁN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

PIURA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Nunura Pazo, Liliana Marcela

ORCID: 0000-0002-6030-5792

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

ASESOR

Peláez Camacho, Héctor Yván

ORCID: 0000-0002-5394-1037

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

JURADOS DE INVESTIGACIÓN

Vilela Vargas, Víctor Hugo

Presidente

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

Miembro

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

Miembro

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

JURADO EVALUADOR

MGTR. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS
PRESIDENTE

MGTR. IVÁN ARTURO GUZMÁN CASTRO
MIEMBRO

LIC. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA
MIEMBRO

MGTR. HÉCTOR YVÁN PELÁEZ CAMACHO
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por las bendiciones, sabiduría y fortalezas que me brinda siempre en todo momento para poder lograr mis metas trazadas tanto en mi vida personal como profesional; A mis padres por ser mi soporte y brindarme su apoyo incondicional, por encaminarme a cumplir mis proyectos y sueños.

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Filial Piura, por permitirme ser parte de esta casa de estudios y formarme profesionalmente; A mis asesores por sus enseñanzas, orientación y paciencia; Como también a todas aquellas personas que hicieron posible la realización y culminación de este proyecto de investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por la fuerza interior que me da día a día para no desfallecer en mis metas y propósitos.

A mis padres en especial, a mis hermanos por su inmenso cariño, sus consejos y apoyo constantemente; y por el sacrificio que siempre me demuestran, son ellos que me guían y encaminan a que siempre cumpla mis objetivos trazados, y a que todo propósito se puede cumplir.

RESUMEN

La elaboración del presente proyecto de investigación tiene por nombre CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO HOSPEDAJES EN CENTRO DE LA PROVINCIA SECHURA, AÑO 2018. Tiene como objetivo general: determinar la caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018. El tipo de la investigación es descriptivo, nivel-cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal. Las unidades de la investigación son 04 MYPE del rubro Hospedajes en el centro de la Provincia de Sechura; la muestra está conformada por 12 trabajadores que serán encuestados para responder o explicar la variable capacitación con sus dos dimensiones y una dimensión de atención al cliente, 119 clientes para la dimensión de estrategias de atención al cliente; la técnica de recolección de datos es la encuesta y el instrumento es el cuestionario. Luego de las correspondientes aplicaciones de análisis de los resultados se concluyó que las necesidades de capacitación identificadas en los hospedajes en centro de la Provincia Sechura son los cambios culturales; con respecto a los tipos de capacitación, la organización si contrata personal especializado para dictar las capacitaciones; por otro lado con relación a la atención al cliente las estrategias de mayor aplicación son el compromiso y la escucha que los trabajadores brindan; finalmente los tipos de atención al cliente identificado es la atención presencial ya que genera eficientes resultados al mostrarse dinámico ante el cliente.

Palabras clave: Capacitación, atención al cliente, hospedajes, MYPE

ABSTRACT

The preparation of this research project is called CHARACTERIZATION OF TRAINING AND CUSTOMER SERVICE IN THE MYPE RUBRO HOSPEDAJES IN CENTRO DE LA PROVINCIA SECHURA, YEAR 2018. Its general objective is to determine the characterization of training and customer service in the MYPE category lodgings in the center of the Province of Sechura, year 2018. The type of research is descriptive, quantitative level, with a non-experimental design of cross-section. The research units are 04 MYPE of the Lodging category in the center of the Province Of Sechura; The sample is made up of 12 workers who will be surveyed to answer or explain the training variable with its two dimensions and a customer service dimension, 119 clients for the customer service strategies dimension; The data collection technique is the survey and the instrument is the questionnaire. After the corresponding applications of analysis of the results, it was concluded that the training needs identified in the lodging in the center of the Sechura Province are the cultural changes; Regarding the types of training, the organization does hire specialized personnel to teach the training; on the other hand, in relation to customer service, the strategies of greatest application are the commitment and listening that workers provide; Finally, the types of customer service identified is face-to-face service as it generates efficient results by being dynamic before the client.

Keywords: Training, customer service, accommodations, MYPE.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	12
2.1. Antecedentes	12
2.2. Bases teóricas	20
III. HIPÓTESIS	29
IV. METODOLOGÍA	30
4.1. Diseño de la investigación	30
4.1.1 Tipo de la investigación	30
4.2. Población y muestra	31
4.3. Definición y Operacionalización de las variables	33
4.4. Técnicas e instrumentos	35
4.5. Plan de análisis	36
4.6. Matriz de consistencia	37
4.7. Principios éticos	38
V RESULTADOS	39
5.1 Resultados	39
5.2 Análisis de resultados	78
VI. CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
ANEXOS	104

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1; Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?.....	39
Tabla 2; Se desarrollan eficientemente los valores y creencias de la organización?	40
Tabla 3; Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?	41
Tabla 4; Se da solución inmediata a los conflictos presentados?.....	42
Tabla 5; Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?	43
Tabla 6; La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted?	44
Tabla 7; La organización evalúa correctamente su desempeño?	45
Tabla 8; Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?.....	46
Tabla 9; La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?	47
Tabla 10; Las capacitaciones se les brindan cada mes?.....	48
Tabla 11; Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?	49
Tabla 12; Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?	50
Tabla 13; La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?	51
Tabla 14; Se les brinda capacitaciones grupales?	52
Tabla 15; Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?.....	53
Tabla 16; Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?	54
Tabla 17; Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?.....	55

Tabla 18; Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?	56
Tabla 19; ¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?.....	57
Tabla 20 Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?	58
Tabla 21; ¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?	59
Tabla 22; ¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?	60
Tabla 23; ¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda? .	61
Tabla 24; ¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice? ...	62
Tabla 25; ¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?	63
Tabla 26; ¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?	64
Tabla 27; ¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía? ..	65
Tabla 28; ¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio? ..	66
Tabla 29; ¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?	67
Tabla 30; ¿Se presentan interrupciones al momento de la atención?	68
Tabla 31; ¿Considera que la atención presencial es más eficiente?.....	69
Tabla 32; ¿La organización emplea atención telefónica?	70
Tabla 33; ¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?.....	71
Tabla 34; ¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?	72
Tabla 35; ¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?	73
Tabla 36; ¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?	74

Tabla 37;La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?	75
Tabla 38;Dan beneficios a sus clientes concurrentes?	76
Tabla 39;La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia? 77	

I. INTRODUCCIÓN

En este presente proyecto de investigación titulada “caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018” la cual se recalca la gran importancia de estas variables como son capacitación y atención al cliente, perteneciente a la primera línea de investigación “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las Mypes”, asignadas por la escuela de Profesional de Administración.

En el Perú, sabemos que hoy en día la capacitación es principal instrumento fundamental, la capacitación es imprescindible y de vital importancia para los trabajadores ya que obtenemos una mejora en sus habilidades, actitudes y conocimientos para así mantenerlo con aptitudes maravillosas sin carecer de formación. Por otro lado sabemos que el cliente es la base primordial para cualquier tipo de negocio y es por ello que se toma en cuenta, la atención al cliente se desarrollan un sin número de actividades que se requiere lograr para identificar aquellas necesidades del cliente y satisfacerlas mostrándoles una buena cordialidad, y que este hace una gran diferencia con los diferentes hospedajes competentes.

Las unidades económicas de trabajo son MYPE del centro de la Provincia Sechura, Piura rubro hospedajes dedicados a brindar una buena atención al cliente para sentirse satisfecho, por ello se identifican cuatro (04) MYPE.

La presente investigación se empleara de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, la técnica de recojo de datos es la encuesta e instrumento cuestionario conteniendo preguntas de escala nominal para las variables Capacitación Y atención al cliente.

Por el cual la presente investigación queda delimitada temáticamente por las variables capacitación y atención al cliente. La delimitación psicográfica será las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura; cuya delimitación geográfica es la Provincia Sechura – Piura y la delimitación temporal es 2018.

Fuente (2017) manifiesta que toda empresa u organización en el **ámbito interno** debe contar con una buena atención al cliente, para que no exista problemas en dicho trato las MYPE tienen que hacer uso de la metodología de las “**5M**” considerándose una herramienta elemental para la reducción de errores y se pueda seguir un buen posicionamiento en el mercado competitivo.

Máquina: Hoy en día los hospedajes deben contar con los niveles tecnológicos, las cuales son necesarias para el servicio de la atención al huésped ya que no solamente se basa en una amabilidad del personal, sino en sorprender y brindar una mejor estadía. Las primordiales máquinas que no le deben faltar a estos hospedajes, es en el área de las habitaciones como en el área de recepción, las cuales son las cámaras de vigilancia, el control de habitaciones, los equipos informáticos, teléfonos, TV, cuadros, lámparas, aspiradoras, entre otros logrando brindar una excelente estadía al huésped y sobre todo fidelizándolo. (Archivo del blog, 2016)

Método: Torroella (2015) expresa que los hospedajes deben utilizar métodos eficientes ya sea para la capacitación de personal como también para brindar una buena atención y para el registro de huéspedes. Diseñar métodos para la publicidad del buen alojamiento que brinda optimizando así el mayor ingreso de clientes, como también implementar métodos donde los huéspedes dejen sus comentarios para que en tales puntos se pueda mejorar diferenciándose de la competencia. Por otro lado contar con presencia en las redes sociales de tal manera que se vaya fidelizando al cliente haciéndole sentir confianza al mostrar interés en su alojamiento.

Materiales: Rodríguez (2014) expresa que se deben empelar los materiales necesarios cumpliendo así con los requisitos de abastecimiento como son letreros, mesas, sillones, sofá, los materiales de aseo para los baños, vestidores, materiales de servicio personal; los materiales del equipamiento de computo, juegos de dormitorio, alfombras entre otros. También se tiene en cuenta los materiales para el uso de las capacitaciones al personal y los materiales de recepción.

Mano de obra: Capacitar al personal dedicado a la atención al cliente es muy importante, porque permite que se ponga en práctica las habilidades, destrezas, capacidades, actitudes, conocimientos y sobre todo los valores, como también permite que la organización mejore en la atención y en el crecimiento económico y competitivo. Las capacitaciones generan un alto nivel de desarrollo y motivación que permite que el colaborador se comprometa con la organización para que se logren los objetivos trazados dando mayor valor, buena imagen y confianza ante el público (Blogs El Insignia, 2016).

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en los meses de abril a junio 2018 en Amazonas, Arequipa, San Martín, Lima, Ancash, Cusco, Ica, Cajamarca, Junín, La Libertad, Loreto, Tacna, Tumbes, Huanuco, Piura, Puno y Lambayeque, se instruirá a los emprendedores de las MYPE una capacitación gratuita donde ellos podrán mejorar la calidad de prestación de servicios en hospedajes, Los requisitos que solicitan a estas micro y pequeñas empresas es contar con RUC, licencia municipal para su funcionamiento y estar registrado en DIRCETUR.

Medio ambiente: Los hospedajes brindan un buen aporte con la sociedad ya que le permite al huésped sentirse comfortable con la estadía que se le ofrece y respalda a todo un turismo peruano. El reglamento que entro en vigencia el 2015 para los establecimientos de hospedajes establecieron la clasificación, categorización, operación y supervisión; cuyos requisitos fijados por el reglamento para el cumplimiento de la clasificación y categorización son que deben de contar con una buena infraestructura, equipamiento completo, buen servicio y personal altamente capacitado, público (Mincetur, 2015).

Las MYPES representan la unidad económica obtenida por personas naturales o jurídicas que deben estar contempladas bajo la legislación vigente ya sea para una organización o gestión, la finalidad de estas es poder desarrollar las diferentes actividades como comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación y producción tanto en los bienes artesanales e industriales, obtenido por la Legislación peruana (2014).

De la misma forma las micro y pequeñas empresas presentan una gran importancia ya que proporcionan abundantes puestos de trabajos, reducen la pobreza por medio de la generación de ingresos e incentivan el carácter del espíritu empresarial de las personas, se dice también que son la fuente primordial de desarrollo del sector privado ya que mejora la distribución de ingresos nacionales y a mantener un buen crecimiento económico, es por ello que la mayoría de la población económicamente activa se encuentra trabajando en aquellas MYPE.

En el **ámbito externo** las micro y pequeñas empresas contiene aspectos fundamentales del entorno ya sea de manera directa como indirecta, por el cual la técnica empleada es la técnica PESTEL que se desarrolla fuera del control de las organizaciones presentándose como oportunidades u amenazas.

Ámbito Político: INEI, en su informe presentado dice que “el 6,66 millones de empresas y el 73% de los empleos son informales”, donde la informalidad en el rubro de alojamiento (hospedajes) es del 40% y entre la población ocupada del 73,2% el 55,9% provienen de empresas informales y el 17,2% de empresas del sector formal. (Saavedra, 2016).

Requisitos mínimos que deben cumplir las MYPE para que no haya problemas en el establecimiento de hospedajes tanto en infraestructura, equipamiento, servicio y de personal son los siguientes: la infraestructura debe cumplir con el reglamento Nacional de Edificaciones que la Norma A.030 Hospedaje del Título III indica, la cual fue aprobado por el Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA; según la señal donde esté

ubicado el hospedajes sus habitaciones deben contar con el equipamiento primordial como teléfono, televisor, internet u otros similares; en el servicio debe brindarse la limpieza diaria, lavado, planchado, los servicios de llamadas, mensajes internos y los servicios más principales que son lo de primeros auxilios; en el requisito de personal, debe mostrar un personal altamente capacitado para que le brinde una buena atención al cliente de lo contrario seguirá en la problemática de las críticas y molestias del huésped.

El 90% de operadores turísticos en la región es informal, se sabe que la mayoría cuenta con licencias para su funcionamiento pero no están inscritas categóricamente en la cartera regional. Debido a las altas tasas de informalidad presentadas en hospedajes, pide que se diseñen capacitaciones atractivas ya que esto es lo que falta para que los dueños de las MYPE puedan formalizarse, señaló el representante de la Asociación de Hoteles y Restaurantes. (El Comercio, 2015)

En lo económico: Vila & Marcelo (2016) Las micro y pequeñas empresas (MYPE) cumplen un rol fundamental para la economía peruana, disminuyendo la pobreza, incrementando el Producto Bruto Interno (PBI) y el empleo en América Latina; esto hace que se dinamice nuestra economía ya que conforme a su crecimiento aparecen más MYPE por lo tanto para que sobrevivan más de un año en el mercado amplían su capacidad de producción aportando con más tributos para el estado.

La Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX) anuncia que nueve de cada diez empresas en el Perú representan a las MYPE y aportan el 21,6% del PBI local. Por consiguiente la gerente general del gremio empresarial, muestra que el 83.1% de las

micro y pequeñas empresas son informales lo cual resalta que estas no están registradas en la Superintendencia Nacional de los Registro Públicos (SUNARP) y hace que haya un desbalance en la economía. Por ello dadas estas cifras la SUNAT debe de contribuir en hacer los procesos más sencillos para así reducir el 66,5% de trabajadores con una mala remuneración y el no brindar el seguro de salud del 7,7, millones de personas que laboran en estas organizaciones. (Luna, 2016)

Por otra parte el ministro de PRODUCE sostuvo que se propondrá una agenda de capacitaciones para impulsar la competitividad de más MYPE ya que aporta el 24% del PBI nacional y generan más del 85% del empleo peruano. (Rodríguez, 2018)

En lo social: Según señala COFIDE, más del 80% de las micro y pequeñas empresas peruanas desarrollan su actividad de modo intuitivo, carecen de los elementos necesarios para ser competitivas y falta de acceso a capacitación, esta falta está alrededor del 15 al 20% la cual se dice que es muy baja generando una gran brecha entre la innovación y creatividad para mantenerse en el mercado laboral, por consiguiente se dice que existen dos factores que generaran un desarrollo favorable en las MYPE y los empresarios deben estar preparados para asumir diversos retos. (Huaraco, 2014)

Las MYPE surgen más por una necesidad que se sabe que no es satisfecha por el Estado, de este modo las personas que tienen necesidades y que quieren trabajar de forma independiente generando su propia fuente de ingreso, por ello aprovechan esta oportunidad de negocio. Sin embargo, al no estar muy bien capacitados generan la existencia de un porcentaje más alto de empresas en la informalidad.

La confiabilidad del huésped es un punto importante a tener en cuenta por las organizaciones, por el cual se le debe informar las tarifas de servicios ya que puede el cliente solicitar servicios voluntarios que no están incluidos con la tarifa generándosele una tarifa extra, al ocurrir estos tipos de servicios extras, dada la oportunidad se establezcan en moneda extranjera también debe ser comunicado al huésped el precio de dicha moneda cumpliendo de tal manera con las indicaciones y caracteres del tipo de cambio. (Indecopi, 2017)

Ámbito tecnológico: Bravo (2015) Las tecnologías de información son instrumentos eficaces para el desarrollo de gestiones organizacionales, permitiendo dar un mejoramiento a los procesos negociables como también tomar buenas decisiones para el aprovechamiento de las ventajas competitivas en el mundo de los negocios. Por ello se informó que de cada 10 MYPE, 8 de ellas no hacen uso de las tecnologías por el que dejan de lado las modernas herramientas prefiriendo realizar sus actividades en un software común, porque los dirigentes de estas micro y pequeñas empresas piensas que el uso de estas tecnologías tienen costos elevados por lo que prefieren no invertir.

Bardales (2018) expreso que las MYPE deben ver a la tecnología como una relación provechosa con los clientes considerándolo muy significativo o relevante, es por ello que deben ser tomados en cuenta porque están diseñados para mostrar soluciones ante un problema. Por otro lado estas tecnologías son muy importantes porque facilitan en el registro de las recepciones diarias de los huéspedes; como también ayuda a que las capacitaciones se realicen de manera eficiente para los nuevos conocimientos de los colaboradores.

En el ámbito ecológico: La responsabilidad medioambiental es de mucha responsabilidad ente la industria hotelera por lo que está en relación con el turismo, es por ello que se implementan estrategias adecuadas como son el reglamento de planificación y construcción. Las prácticas ecológicas que se deben cumplir son la eficiencia y conservación de la energía usando equipos de eficiencia energética, diseños energéticos eficientes, mantenimiento de ventilación, aire acondicionado y calefacción adecuada, uso de lámparas fluorescentes compactas y lámparas energéticas eficientes; un óptimo uso de vidrio, plástico, aluminio, tarjetas de cartón, papel y latas. Por otro lado, está la eficiencia y conservación del agua, por el cual se debe instalar duchas o inodoros con ahorradores de 20% de agua fomentando así la conservación de ella tanto de los empleados como de los invitados; aplicación de sensores para la conservación del agua. (Turismo, 2018).

Al aplicar estas prácticas medioambientales de manera correcta y constante, cumplen con el objetivo de la protección del medio ambiente como también a la contribución de la rentabilidad en los negocios implementando medidas financieras.

En el ámbito legal: El reglamento que entro en vigencia el 2015 para los establecimientos de hospedajes establecieron la clasificación, categorización, operación y supervisión; cuyos requisitos fijados por el reglamento para el cumplimiento de la clasificación y categorización son que deben de contar con una buena infraestructura, equipamiento completo, buen servicio y personal altamente capacitado, publicó (Mincetur, 2015).

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en los meses de abril a junio 2018 en Amazonas, Arequipa, San Martín, Lima, Ancash, Cusco, Ica, Cajamarca, Junín, La Libertad, Loreto, Tacna, Tumbes, Huanuco, Piura, Puno y Lambayeque, se instruirá a los emprendedores de las MYPE una capacitación gratuita donde ellos podrán mejorar su calidad de prestación de servicios en hospedajes, Los requisitos que solicitan a estas micro y pequeñas empresas es contar con RUC, licencia municipal para su funcionamiento y estar registrado en DIRCETUR.

En la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial” promulgada por el Congreso de la República. La cual se dice que las microempresas inscritas en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) gozaran de amnistía durante los primeros tres años contados a partir de su inscripción siempre y cuando subsanen dicha infracción.

La cual se establece que las microempresas que superen por dos años consecutivos el nivel de ventas de 150 UIT por año, conservaran por un año más el mismo régimen laboral, mientras que las pequeñas empresas que superen los 1,700 UIT por año, lo conservaran por tres años. (Escalante, 2016)

Por el cual esta técnica **PESTEL** es muy importante para las micro y pequeñas empresas, ya que permite saber en cómo afectan estos factores las cuales se puede dar de manera positiva como también negativa.

Por lo expresado anteriormente, se formula la presente interrogante:

¿Cuáles son las principales características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018?

Así mismo como objetivo general tiene, determinar la caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018. Dichos objetivos específicos son: a) Describir las necesidades de capacitación en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018, b) Identificar los tipos de capacitación en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018, c) Describir las estrategias de atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018, d) Identificar los tipos de atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018.

Chapoñan (2017) expresa que se justifica de manera teórica porque permite profundizar y generar mayores conocimientos que se obtienen en el trascurso del desarrollo de las variables como son capacitación y atención al cliente, facilitando el manejo y entendimiento acercándose a una realidad de estudio concreto; como también servirá de antecedentes para las investigaciones posteriores con las mismas variables.

Parra (2017) manifiesta que la justificación práctica permite determinar las características de las MYPE como también permite conocer y poder dar las respectivas soluciones ante los problemas presentados en el rubro de hospedajes en el centro de la

Provincia Sechura, año 2018, por el cual para la solución de los problemas identificados se debe capacitar y tomar buenas decisiones.

Según Chumacero (2018) expresa que se justifica metodológicamente por lo que se realiza mediante la aplicación sistematizada de un proceso, orientada al desarrollo de una investigación cuantitativa utilizando distintos instrumentos de investigación como son las estadísticas matemáticas donde la técnica de la encuesta se plasmara mediante el instrumento cuestionario que permite determinar las características sin vulneración alguna del rubro hospedajes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Capacitación

Benalcázar (2016). En sus tesis denominada “Programa de capacitación para mejorar la calidad del hotel San Francisco, Cantón Daule, Provincia del Guayas” perteneciente a la Universidad de Guayaquil (Guayaquil-Ecuador) teniendo como objetivo diseñar un programa de capacitación para mejorar la calidad en el servicio ofertado del hotel “San Francisco”; su metodología de investigación es descriptiva, concluyendo que por parte del personal que labora en el hotel “San Francisco” si quiere recibir un programa de capacitación, ya que solo recibieron un curso inductivo cuando ingresaron al hotel, por lo que desean ampliar sus conocimientos.

Toubes (2016). Realizo su tesis denominada “Turismo colaborativo, una alternativa de hospedajes. Caso estudio La Plata”, perteneciente a la Universidad

Nacional de la Plata (Buenos Aires – Argentina) teniendo como objetivo identificar los motivos por los que el turismo podría ser considerado como herramienta para ampliar la oferta de alojamiento de La Plata a consecuencia de los eventos multitudinarios que se realizan en el Estadio Único; con metodología de investigación cualicuantitativa con un tipo de diseño descriptivo, en la que concluye que existió una demanda insatisfecha durante los mega eventos que se realizaron en el Estadio Único de La Plata, siendo así que cabe la posibilidad de que la oferta de alojamiento colapse debido a la falta de un calendario estratégico de eventos donde intervengan en su formulación los encargados de llevar adelante esta actividad.

Ramos (2018). En su tesis denominada “Programa en servicios hoteleros para incrementar la rentabilidad del Hotel El Edén E.I.R.L., Bagua Grande – 2017” perteneciente a la Universidad César Vallejo (Chiclayo-Perú) teniendo como objetivo determinar el efecto del programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad del Hotel El Edén E.I.R.L. – 2017; su metodología es un tipo de estudio experimental y de diseño pre experimental, donde concluyo que se diseñó y aplico un programa de capacitación en servicios hoteleros dirigido al personal, teniendo en cuenta temas relacionados a la atención al cliente, turismo; mejorándose la calidad de servicio y la rentabilidad.

Cueva & Vargas (2016). Realizaron su tesis denominado “Programa de capacitación en servicios Hoteleros para incrementar la rentabilidad del Hostal El Recuerdo, Chepén 2015” perteneciente a la Universidad Señor de Sipán (Pimentel-Perú) teniendo como objetivo determinar el efecto del programa de capacitación en servicios

hoteleros para incrementar la rentabilidad del hostel El Recuerdo, 2015; su metodología empleada es de tipo experimental y de diseño pre experimental, los autores concluyeron que la capacitación es una herramienta muy importante dentro de una empresa hotelera, pues influye directamente con el desempeño que el personal brinda a los clientes, evidenciando el grado de calidad en cuanto a un servicio.

Sales (2016). Realizó su tesis denominada “Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016” perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Huaraz-Perú) teniendo como objetivo describir las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016; su metodología fue de tipo y nivel descriptivo cuantitativa y diseño transaccional, concluyendo que existe un bajo porcentaje de capacitación al trabajador, mala atención al cliente, no tiene conocimiento suficiente en la prestación de servicio por lo que se observa que existe una deficiente capacitación en las MYPES.

Bravo (2019). En su tesis denominado “Capacitación en incentivos laborales en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles del Distrito de Huaraz, 2016”, perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Huaraz – Perú) teniendo como objetivo determinar las principales características de la capacitación en incentivos laborales en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles del Distrito de Huaraz, 2016; con metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental transaccional, donde concluye que la mayoría no realizan

capacitación en incentivos laborales a sus personales, que serán beneficio de sus empresas.

Balladares (2018). Realizo una investigación denominada “Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación de las MYPES, en el sector servicio rubro hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017”, perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Tumbes-Perú) tiene como objetivo determinar la caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las MYPE en el sector servicio rubro hospedaje en el distrito de Tumbes. 2017; su metodología de investigación es de diseño no experimental de corte transversal, nivel cuantitativo y tipo descriptivo, donde concluyó que la capacitación en las MYPE del rubro, se ha encontrado que la mayoría de trabajadores no se identifica con la empresa; sin embargo la mayoría de ellos han señalado que la empresa cumple con capacitarlos y muchos señalan que pueden tomar sus propias decisiones en el trabajo, aunque consideran que no pueden desarrollar al máximo sus habilidades.

Granda (2018). En su tesis denominada “Caracterización de la competitividad y la capacitación de las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, provincia de Talara, año 2018”, perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura-Perú) tiene como objetivo determinar las características principales de la competitividad y capacitación en MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, año 2018; su metodología es de investigación es de tipo descriptiva de nivel cuantitativo, diseño no experimental transversal, en la cual llegó a concluir que los tipos de capacitación están determinadas por pre ingreso, de

inducción, promocional, la cual comprende en una serie de acciones encaminadas a tener de conocimiento la información de la empresa y a desarrollar las actitudes en los trabajadores para mejora de la empresa y personalmente.

Torres (2016). Realizo su tesis denominada “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE turísticas-rubro hospedajes, distrito Sullana, año 2016” perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura-Perú) teniendo como objetivo determinar las características del financiamiento y capacitación de las MYPE turísticas-rubro hospedajes distrito Sullana, año 2016; su metodología es descriptiva y de tipo cuantitativa, concluyó que en cuanto a las necesidades de capacitación se dan en cuanto a cambios en las políticas, técnicas o métodos dentro de la organización, así también por solicitud de personal y por conflictos laborales.

Atención al cliente

Cabrol (2018). En su tesis denominada “Aplicación de planes de marketing en hoteles independientes de cuatro estrellas en San Nicolás, CABA” perteneciente a la Universidad Nacional de la Plata (Buenos Aires – Argentina) teniendo como objetivo determinar si se implementan planes de marketing en hoteles independientes de cuatro estrellas en el barrio de San Nicolás, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en caso de ser positivo, el grado de implementación de los mismos; su metodología es descriptiva ya que permitió caracterizar, en la cual concluyó que existe un mínimo desarrollo de redes sociales, donde solo uno de los cinco hoteles realiza publicidad, en su caso en un medio digital como google; el resto no realiza ningún tipo de publicidad, lo que genera menor

posicionamiento dentro de un mercado competitivo, quitando la posibilidad de hacer conocida su imagen de marca.

Quiróa (2014). Realizó su tesis denominada “Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos” perteneciente a la Universidad Rafael Landívar (Quetzaltenango-Guatemala) teniendo como objetivo analizar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos; su metodología fue descriptiva, donde concluyó que es importante establecer correctamente el servicio al cliente, porque es un factor determinante en la imagen y prestigio de la empresa hotelera y con ello lograr la fidelización de los usuarios, por consiguiente se determinó que varios clientes no se encuentran satisfechos por el servicio que les brindan de tal modo no son clientes frecuentes.

Barón (2014). En su tesis denominado “El servicio al cliente en los hoteleros es la clave para el negocio, pero, ¿Si se cumple?” perteneciente a la Universidad Militar Nueva Granda (Bogotá-Colombia) teniendo como objetivo mostrar que a pesar que en las empresas del sector hotelero lo ubican como factor primordial el cliente no percibe esto; su metodología es descriptiva, concluyó que es necesario compartir la estrategia de una manera efectiva a todo el personal del hotel no puede ser solamente una estrategia diseñada por la alta dirección y no ejecutada por los cargos medio y operativos, los cuales tiene el contacto con el cliente final, se debe buscar una coherencia en la estrategia, buscando entender que el personal de servicio son seres humanos por ellos debe haber un componente motivacional en la estrategia.

Granados (2017). Realizó su investigación denominada “Efectos de la calidad de servicio de los establecimientos de Hospedajes y la satisfacción de los turistas en el distrito de San Ramón en el 2017” perteneciente a la Universidad Inca Garcilaso De La Vega (Lima – Perú) teniendo como objetivo demostrar de qué manera la calidad de servicio ofrecido es Establecimiento de Hospedajes de Sam Ramón influye en la satisfacción de los turistas; su metodología es de tipo descriptivo y correlacional, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental de corte transversal, en la cual concluye que el hospedaje San Ramón cuenta con buena infraestructura hotelera, en vista que la mayoría de ellas son modernas y actuales, sin embargo no se pone énfasis en su mantenimiento, conservación y mejora de los mismos, lo cual influye directamente con la difusión de la imagen del establecimiento de hospedaje.

Cahuaya & Ñahuincopa (2016). En su tesis denominada “Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015” perteneciente a la Universidad Nacional del Centro del Perú (Huancayo-Perú) teniendo con objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015; con metodología deductivo-inductivo, el analítico-sintético y el histórico-exposfacto, donde concluyeron que la empatía, la fiabilidad, capacidad y la seguridad influyen en la satisfacción del cliente donde indica que la correlación es positiva alta percibida por los huéspedes.

Ballón (2016). Realizó su tesis denominada “Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay”

perteneciente a la Universidad ESAN (Surco- Perú) teniendo como objetivo analizar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay; su metodología es de diseño no experimental, tipo explicativo y de enfoque cuantitativo, concluyó que los elementos tangibles y la capacidad de respuesta influye en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay obtenido debido a que nivel de significancia fue menor a 5%.

Acha (2019). Realizo su tesis denominada “Caracterización de la Capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro Hoteles una estrella del centro Piura, año 2017” perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura- Perú) teniendo como objetivo identificar qué características tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017; su metodología es de nivel descriptivo, tipo cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal, llegando a concluir 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.

Bances (2018). Realizo su tesis denominada “Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018” perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura-Perú) teniendo como objetivo caracterización de gestión de calidad y competitividad en las

MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018; su metodología fue de tipo descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental, la autora concluyó que el desempeño del personal del hotel es cumplidor en sus tareas y se atiende con amabilidad a los clientes otorgando un nivel eficiente de satisfacción.

Carranza (2018). En su tesis denominada “características de la competitividad y atención al cliente servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2018” perteneciente a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Sullana-Perú) teniendo como objetivo describir las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro hoteles, del casco Urbano del distrito de Sullana, 2018; su metodología es de tipo experimental-transversal-descriptivo, concluyendo que la atención al cliente el primer elemento de la diferenciación la empresa de hoteles brinda un servicio adecuado como cliente necesita, brindando un servicio de acuerdo a lo que paga, asimismo la orientación al trabajo y al cliente haciéndolos sentir confortables en su estadía.

2.2.Bases teóricas

2.2.1 Capacitación

2.2.1.1 Concepto

Bermúdez (2015) determina que capacitación es la preparación técnica de los recursos humanos dentro de una organización, de tal manera que se desempeñen de forma eficiente en sus actividades asignadas, obteniendo resultados de calidad, solucionar problemas y brindando buenos servicios a sus clientes.

De tal manera se dice que la capacitación es un proceso constante donde se adquieren conocimientos teóricos como prácticos, la cual les permiten a los trabajadores que puedan desempeñar sus puestos asignados de la mejor manera posible, aportando y alcanzado los resultados más eficientes para una buena productividad en las organizaciones.

2.2.1.2. Necesidades de Capacitación

Torres (2016) Las necesidades de capacitación se basan en comprender aquel vacío de los conocimientos, y actitudes de los colaboradores de una organización; el cual para poder identificar se debe hacer una descripción de puestos, evaluar el desempeño de los colaboradores mediante entrevistas o encuestas, como también analizar el percance presentado e innovar la rotación de las actividades. Esta identificación de necesidades es aquel compromiso que asumen los gerentes.

Es por ello que deben tener en cuenta las siguientes necesidades:

- a. Cambios culturales en políticas: son los valores que están establecidos por la empresa y se comparten por los trabajadores para que se realice las mejoras.
- b. Conflictos laborales: son aquellos desacuerdos o diferencias que se presentan entre los colaboradores de la organización.
- c. Solicitudes de personal: son los pedidos que presenta el colaborador para que le cedan el permiso de acuerdo a la ocasión correspondiente.
- d. Evaluación de desempeño: es el aquel procedimiento sistematizado y constante para obtener eficacia en el desarrollo de las labores del trabajador.

2.2.1.3. Tipos de Capacitación

Balladares (2018) detalla que los tipos de capacitación son de mucha importancia en las organizaciones y establece los siguientes tipos:

1. **Capacitación formal:** se desarrolla mediante talleres dirigidos a los colaboradores, las cuales se programan mediante temas concretos teniendo una distintas duraciones ya sea por día, mes o de acuerdo al tipo de capacitación que se implemente siendo seminarios, talleres u otros.
2. **Capacitación informal:** su proceso no está detallado, se desarrolla mediante las orientaciones o instrucciones que se plasman en la organización.

2.2.1.4. Características de la Capacitación

Se obtienen mediante un buen diseño de programa de capacitación ya que con los avances del tiempo los negocios van evolucionando y las organizaciones deben renovar sus capacitaciones para mejorar las habilidades y competencias de sus trabajadores. (Recursos Humanos, 2017)

- a) La capacitación debe de ser medible tanto en calidad, ya sea mediante el uso de encuestas y también en cantidad las cuales son las horas que la empresa ofrece y que los trabajadores le tomen importancia realmente.
- b) Los resultados de aquellas capacitaciones brindadas deberán ser notadas en un corto o mediano plazo para que así se determine si es que está funcionando el programa de capacitación.

c) La participación de los capacitados es muy valiosa y estas capacitaciones se pueden dar presenciales como también por vía elearning, la manera en cómo se expresen las capacitaciones son más efectivas e importantes cuando se hace participación de los oyentes tanto en hacerles preguntas y hacer debate de ideas.

d) La capacitación, para que sea exitosa se debe dar de forma teórica como practica para que así los conocimientos sean adquiridos con más facilidad por las personas y que se expresan con ejemplos y conceptos apropiados del día a día.

e) Se debe hacer variaciones tanto en los ejercicios, tipos, lugares y personas que brinden esta capacitación, ya que ayuda a mantener activa y despierta la atención de los trabajadores y no hará que no se convierta en una capacitación con rutina aburrida.

f) El diseño de la capacitación está involucrada en las distintas etapas como son: el tipo de revisión o estudio, el cómo hacer el dictado, el programa, los temarios, objetivos y medición para que se determine la necesidad que requiere la capacitación.

La capacitación tiene como objetivos fomentar seguridad y confianza, preparar guías para el trabajo, solucionar problemas tomando buenas decisiones, promueve la comunicación y el manejo de las áreas de la organización. Es por ello que toda empresa debe proponer los programas de capacitación ya que involucra a los trabajadores en ser capaz de generar interés y proporcionar una rentabilidad positiva para obtener los resultados efectivos que toda organización espera.

2.2.2 Atención al Cliente

2.2.2.1 Concepto

Chumacero (2018) expresa que la atención al cliente está basada en estrategias que le permite a las empresas poder cumplir con las expectativas y necesidades; de tal manera que el cliente se sienta satisfecho con el servicio, por lo tanto la amable atención al cliente es la clave para obtener un buen prestigio de las empresas como también la fidelización de los clientes permitiendo así un buen crecimiento y posicionamiento en el mercado laboral y competitivo.

Por otra parte atención al cliente se considera como aquel servicio que brindan y otorgan todas las organizaciones en especial las de servicios, la cual les permite estar más comunicados con sus cliente en aquellas oportunidades que necesiten expresar algunas sugerencias o inquietudes referidos al servicio, es por ello que se debe mantener una buena atención al cliente dado que el éxito de toda las organizaciones depende del vínculo satisfactorio que se les brinde.

2.2.2.2 Estrategias de la Atención al Cliente

Es muy importante conocer al cliente ya que esto conlleva a que se pueda estar al tanto de sus deseos y necesidades, gustos y preferencias, y para identificarlas se pueden emplear encuestas y así obtener los datos apropiados.

Castillo (2018) las estrategias que se pueden aplicar son:

a) Establecer los procedimientos de poder brindar un buen servicio ya que este genera más valor a la empresa.

b) Plasmar originalidad en como el cliente se muestre satisfecho y pueda distinguir nuestro servicio de la competencia.

c) Buscar al personal que tenga vocación de servir y brindar buena atención de calidad, ya que el colaborador también es importante porque será él quien tendrá el trato directo con el cliente.

d) Enfocarse en tener condiciones adecuadas para que el cliente apruebe de la mejor manera el servicio.

e) Generar compromiso en asumir el prestado, teniendo en cuenta también las opiniones de los clientes ya que serán ellos los que le darán uso al servicio.

f) Evitar las negaciones de escuchar, plantear estrategias de nuevos canales de atención al cliente que estén con la tecnología, capacitar al personal de las organizaciones ya que son parte del desarrollo fundamental para que brinden soluciones, las estrategias siempre deben de ser continuas e innovar para que siempre hayan satisfacciones por parte del cliente.

2.2.2.3. Tipos de Atención al Cliente

Villalobos (2019) manifiesta que los tipos de atención satisfacen las necesidades de los clientes, es por ello que determina lo siguiente:

1. Atención presencial: Produce un encuentro físico con el cliente sin interrupciones, ni interferencia que generalmente produce el trato telefónico, correo y redes sociales. Este tipo de atención es muy importante, ya que refleja la imagen de la organización y la impresión del receptor.
2. Atención telefónica: exige cumplir con una serie de requisitos para lograr la satisfacción del cliente. Por lo tanto se debe mostrar una actitud diferente a la atención presencial.
3. Atención virtual: facilidad exceso de compra de productos y servicios evitando hacer fila en los centros comerciales, a pesar de ser un medio más rápido es preferible la atención presencial.
4. Atención proactiva: la empresa busca al cliente o se acerca para ofrecerle beneficios o darle a conocer un nuevo producto. Asimismo este tipo de atención exige mucha paciencia al fracaso, ya que existen posibilidades de obtener respuestas positivas y negativas.
5. Atención reactiva: surge cuando el cliente tiene contacto con la organización por diferentes motivos, por lo tanto tiene la obligación de responder a su llamado cual quiera sea.

2.2.2.4. Importancia

Atención al cliente, se enfoca en invertir sobre la formación del colaborador, de tal manera que se haga una buena selección en ellos para que se esté seguro de que tienen a los mejores, estando dispuestos a desarrollar sus habilidades mostrando buena educación y respeto con los clientes, ya que en la actualidad se dice que la atención al

cliente deja mucho que decir sobre el comportamiento de los trabajadores para con los clientes. (Achieve Global, 2017)

Hoy en día la atención al cliente es un papel de vital importancia, la cual si se da de la mejor manera en ofrecer una buena relación y hacer que los clientes estén satisfechos generará buena reputación a la entidad. Por otro lado se dice que también es importante porque si se brinda una buena atención, se obtendrán los beneficios positivos de satisfacción, por ello, jefes y colaboradores deben estar bien capacitados para que hagan participe al buen desarrollo de dichos resultados.

2.2.2.5. Características

Toda organización debe de nacer y saber para que exista, comunicándose así con las personas de la manera más rápida y flexible con el cliente. Para mantener una insuperable competencia en la atención al cliente, se debe ser honesto con las personas, cumplir con un buen servicio, ser transparente y más directos con satisfacción del cliente, ser predecible sin dejar de lado la innovación y sobre todo ser honrado ante este servicio para así no perder al cliente. (Violante, 2015)

Asimismo Serna plantea otras características que todas las organizaciones deben tener en cuenta, las cuales son:

- Conocer sus clientes más a profundidad, ya que son ellos en que las empresas deben confiar y mantener para que se tenga permanencia laboral.
- Hacer investigación más permanentes y minuciosas para saber qué es lo que en si el cliente busca y que al satisfacerla será beneficiosa para la organización.

- Tener e implementar estrategias que favorezcan para con la atención del cliente, también diseñar estrategias para con los clientes internos que vienen, en que pongan más compromiso y así generen más ventajas para el mercado la cual esta se gana con los colaboradores.

Las características se basan en el seguimiento del personal para que se verifique si se están mostrando cordiales, respetuosos y sobre todo si están generando confianza para que se mantengan los niveles de satisfacción. Caso contrario se toman medidas correspondientes para que haya un mejoramiento frente a las expectativas y necesidades.

III. HIPÓTESIS

Valladares (2015) expresa que una investigación descriptiva es aquella versión establecida donde los elementos importantes de un estudio se resumen, siendo con una respectiva descripción e interpretación de las variables como también se tiene en cuenta el análisis, muestra y resultados, por el cual una investigación científica descriptiva no registra hipótesis por motivo de que está destinada al descubrimiento de las características de la problemática en estudio.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

4.1.1 Tipo de la investigación

Varas (2016) manifiesta que este tipo de investigación es descriptiva, porque radica en aquella identificación de las características del evento de estudio ya sean en sus perfiles, sus principios, sus métodos, estudios historiográficos, o cualquier otro fenómeno que se someta a estos estudios. De este modo se dice que la investigación descriptiva pretende recopilar información de manera libre o conjunta sobre los estudios, por lo tanto esta investigación describirá las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018.

4.1.2 Nivel de la Investigación

Montero (2017) indica, que el nivel cuantitativo está centrado en aquellos hechos o causas del fenómeno social, sustentándolas con tablas estadísticas, gráficos y un análisis numérico, la cual permite comprobar y confirmar los resultados de los estudios relacionados a las variables que están sujetas a la población y así de esta manera se logrará una buena investigación.

4.1.3 Diseño de la Investigación

Varas (2016) manifiesta que el diseño no experimental es aquella investigación que consta con una realización no manipulativa y se da de forma intencional en tanto a las variables, es por ello que el investigador observa los hechos tal y como se presenten

en el tiempo designado, y solo interviene para que pueda analizarlos, el estudio se considera no experimental porque los datos no son manipulados y de corte transversal porque se obtienen en un solo momento.

4.2. Población y muestra

Población

P1. La población para la variable capacitación es una población finita conocida conformada por doce (12) trabajadores del rubro hospedajes del centro de la Provincia Sechura, a la cual se le solicita información basada en la capacitación que brindan estas MYPE.

P2. La población para la variable atención al cliente está conformada por una población finita e infinita. Teniendo como dimensiones estrategias y tipos de atención al cliente, donde la dimensión estrategias es una población infinita desconocida y la dimensión tipos de atención es una población finita conocida conformada por 12 trabajadores del rubro hospedajes en el centro de la Provincia Sechura

RAZON SOCIAL	RUC	Nº DE TRABAJADORES
Hospedaje "Luz Mary"	10256214941	2
Hospedaje "San Martín"	10758109564	3
Hospedaje "Girasol"	20483975903	4
Hospedaje "Claritza"	10467566941	3
TOTAL		12

FUENTE: Elaboración Propia

Muestra

Para la variable Capacitación se acudirá a los trabajadores, cuya población es finita. Orihuela (2018) expresa que si la población es menor de 50 individuos, la población es igual a su muestra.

En donde $N=12$ la cual $N=n$ por lo cual $n=12$

Para la variable Atención al Cliente se acudirá a los trabajadores y clientes tanto del género masculino como femenino que recurran a las MYPE, cuya población de clientes es infinita, ya que se desconoce el número ilimitado.

Estrategias de Atención al Cliente: $n = 119$ Clientes

Tipos de Atención al Cliente: $n = 12$ Trabajadores

Al realizar el cálculo general para encontrar la población infinita desconocida por la dimensión estrategias de atención al cliente, se realiza un muestreo NO PROBABILÍSTICO por conveniencia, teniendo en cuenta sus factores de costo, tiempo, flexibilidad, distancia y costo; por lo tanto se tomó en cuenta una población de 119 clientes, dado que la influencia de estas MYPE no es muy recurrente; ya que, la mayoría de estos llegan más por un descanso laboral.

4.3. Definición y Operacionalización de las variables

Tabla 4.1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Fuente
CAPACITACIÓN	Bermudez (2015) La capacitación es la preparación técnica de los recursos humanos dentro de una organización, los trabajadores se desempeñaran de forma eficiente en sus actividades asignadas, produciendo resultados de calidad, solucionando problemas y brindando buenos servicios a sus clientes.	Necesidades	La dimensión de necesidades se medirá con sus indicadores "Cambios culturales en politicas, conflictos laborales, solicitudes de personal, evaluación de desempeño" con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Cambios culturales en políticas Conflictos laborales Solicitudes de personal Evaluación de desempeño	Trabajadores
		Tipos	La dimensión de tipos se medirá con sus indicadores "Capacitación formal, capacitación informal" con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Capacitación formal Capacitación informal	Trabajadores

A T E N C I Ó N A L C L I E N T E	Chumacero (2018) La atención al cliente está basada en estrategias que le permite a las empresas poder cumplir con las expectativas y necesidades de tal manera que el cliente se sienta satisfecho con el servicio, por lo tanto la amable atención al cliente es la clave para obtener un buen prestigio de las empresas como también la fidelización de los clientes permitiendo así un buen crecimiento y posicionamiento en el mercado laboral y competitivo.	Estrategias	La dimensión de estrategias se medirá con sus indicadores "Procedimientos, originalidad, vocación, condiciones adecuadas, compromiso, negaciones de escucha" con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Procedimientos Originalidad Vocación Condiciones adecuadas Compromiso Negaciones de escucha	Cientes
		Tipos	La dimensión de tipos se medirá con sus indicadores "Atención presencial, A. telefónica, A. virtual, A. proactiva, A. reactiva" con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Atención presencial A. telefónica A. virtual A. proactiva A. reactiva	Trabajadores

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

4.4. Técnicas e instrumentos

Técnica

Para el desarrollo de esta presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, ya que nos permite recaudar información y datos precisos los cuales se podrán considerar para los resultados que se espera en el transcurso del desarrollo de la investigación al identificar las características de Capacitación y Atención al cliente

Las preguntas son dirigidas a los trabajadores y clientes, los cuales se realizaron por medio de un cuestionario prediseñado basadas en los datos del marco teórico, por cada uno de los objetivos específicos considerando la dimensión e indicadores siendo formuladas por la investigadora; las preguntas fueron revisadas por el Docente Tutor Investigador (DTI) obteniendo la aprobación y observación de dichas preguntas siendo superadas a su brevedad. Por consiguiente fueron revisadas por los Expertos de Juicio, revisando cada una en detalle no presentando observaciones en ninguno de los cuatro acápite procediéndose así a la realización de la encuesta.

Instrumento

El cuestionario se obtuvo a partir de la operacionalización de las variables, con la serie de un listado de 39 preguntas escritas; enfocadas al grado de capacitación 17 preguntas, 8 para la dimensión de Necesidades y 9 para la dimensión de tipos; por consiguiente atención al cliente contiene 22 preguntas, 12 para la dimensión de enfoques y 10 para la dimensión de tipos de atención al cliente; donde nos respondieron igualmente por escrito y así poder lograr una investigación más profundizada que ayude

a la resolución del problema. La cual se tuvo en cuenta la aplicación muestral a los 12 trabajadores y 119 clientes encuestados.

El resultado muestral de acuerdo al cuadro de las MYPE se procedió a aplicar la encuesta con la participación de seis (6) encuestadores.

Distribuidos de la siguiente manera donde la investigadora realizó la encuesta a los 12 trabajadores de las cuatro MYPE y a 19 clientes del hospedaje Luz Mary, de la misma manera en el hospedaje Claritza se encuestaron 15 clientes con la participación de un segundo encuestador. Por consiguiente en el hospedaje San Martín 41 clientes con la participación de un tercer y cuarto encuestador; por último en el hospedaje Girasol se encuestó a 44 clientes con la participación de dos encuestadores más; de tal manera que permitió la realización de la encuesta en un solo momento estando acorde al diseño de la investigación no experimental y de corte transversal.

4.5. Plan de análisis

Una vez ya recopilado todos los datos precisos que se busca obtener se da paso a tabular y graficar ordenándolos de acuerdo al logro de la medición de desempeño de cada variable empleando una estadística descriptiva, para ello el proceso de medición se utilizara programas como Microsoft Word 2010, Microsoft Excel 2010, para así realizar el análisis, la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (Cuestionario) y la medición correcta de ambas variables.

4.6. Matriz de consistencia

TABLA 4.2
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA - ENUNCIADO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018	¿Cuáles son las principales características de la Capacitación y Atención al Cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018.	Determinar la caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018.	a) Describir las necesidades de Capacitación en las MYPE rubro hospedaje en centro de la Provincia Sechura, año 2018.	Capacitación	Tipo de la I: Descriptiva
			b) Identificar los tipos de Capacitación en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018.		Nivel de la I: Cuantitativa
			c) Describir las estrategias de Atención al Cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura año, 2018.	Atención al Cliente	Diseño de la I: No experimental De corte Transversal
			d) Identificar los tipos de Atención al Cliente en centro de la Provincia Sechura, año 2018.		Tecnica Encuesta Instrumento Cuestionario

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

4.7. Principios éticos

La elaboración de este trabajo de investigación se considera con mucha honestidad ya que se obtuvo la autorización debida por parte de los propietarios, trabajadores y clientes de las MYPE investigadas, por ende se aplicaron encuestas, entrevistas y se observó cómo es que se desarrollan las actividades de acuerdo a nuestras variables investigadas, de la misma forma se recopiló información sobre la capacitación y atención al cliente de distintos autores las cuales los cuyos conocimientos y hechos se citaron conforme a las normas APA. Respetando la propiedad intelectual, protegiendo la identidad de los individuos que participan del estudio de investigación, la cual se rechaza toda conclusión prejuiciosa y manipuladora. Por lo tanto la investigación se realiza con independencia de criterio, honestidad intelectual, neutralidad y responsabilidad social para así lograr desarrollar una buena investigación.

V RESULTADOS

5.1 Resultados

Variable: Capacitación

Objetivo Especifico Describir las necesidades de capacitación en las MYPE
rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018

Tabla 1; Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	58%
NO	5	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

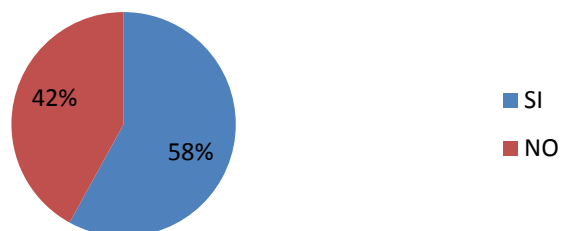


Figura 1: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?

Interpretación: En la tabla 1 y figura 1 denominada “Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización” del 100% de trabajadores el 58% respondieron que si se tiene en cuenta los cambios y un 42% respondió que no.

Tabla 2 ¿Se desarrollan eficientemente los valores y creencias de la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

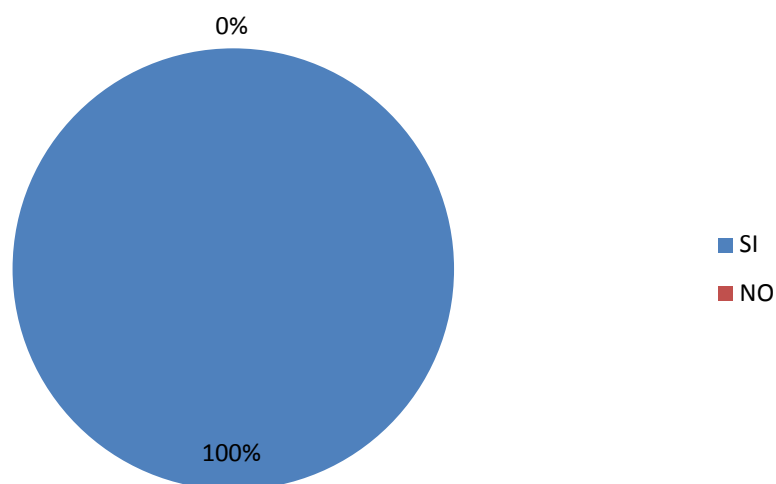


Figura 2: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización?

Interpretación: En la tabla 2 y figura 2 denominada “Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización” el 100% de los trabajadores respondió que sí.

Tabla 3 ¿Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	17%
NO	10	83%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

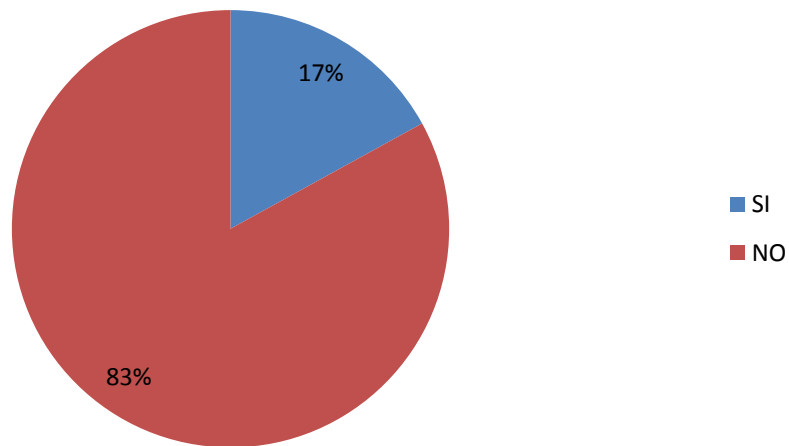


Figura 3: Grafico circular que representa a la pregunta ¿Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?

Interpretación: En la tabla 3 y figura 3 denominada “Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades” el 17% de los trabajadores respondieron que sí, mientras que el 83% respondió que no.

Tabla 4 ¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	75%
NO	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

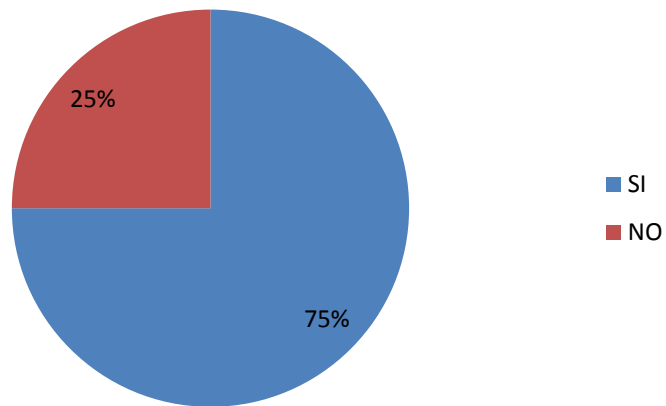


Figura 4: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?

Interpretación: En la tabla 4 y figura 4 denominada “Se da solución inmediata a los conflictos presentados” el 75% de los trabajadores respondieron que sí, mientras que el 25% respondió que no.

Tabla 5 ¿Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

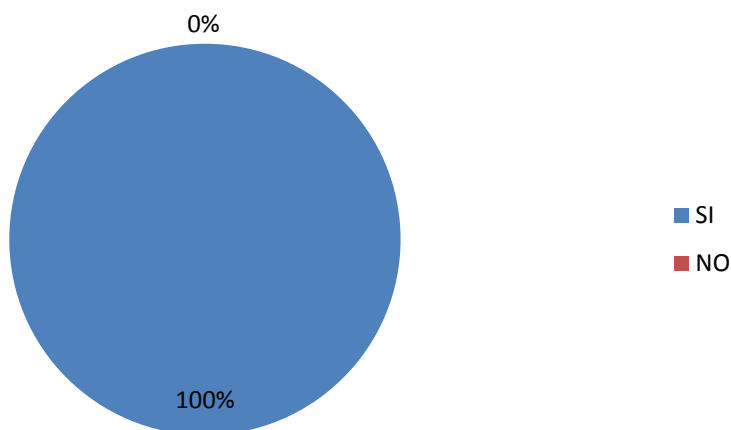


Figura 5: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?

Interpretación: En la tabla 5 y figura 5 denominada “Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización” el 100% de los trabajadores respondieron que si les permite cumplir con las necesidades. .

Tabla 6 ¿La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	58%
NO	5	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

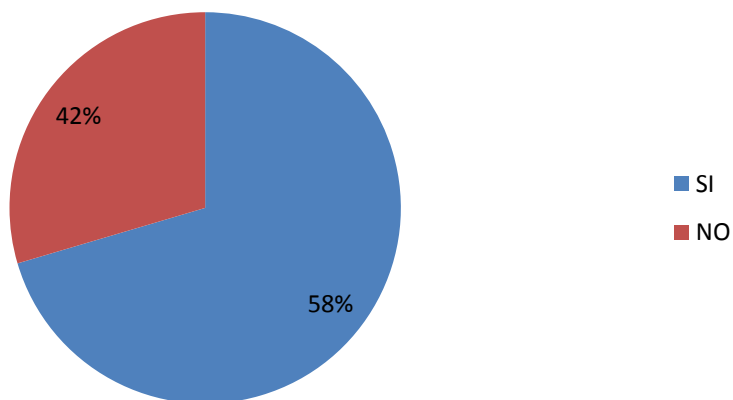


Figura 6: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?

Interpretación: En la tabla 6 y figura 6 denominada “Se da solución inmediata a los conflictos presentados” el 58% de los trabajadores respondieron que sí, mientras que el 42% respondió que no.

Tabla 7 ¿La organización evalúa correctamente su desempeño?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	92%
NO	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

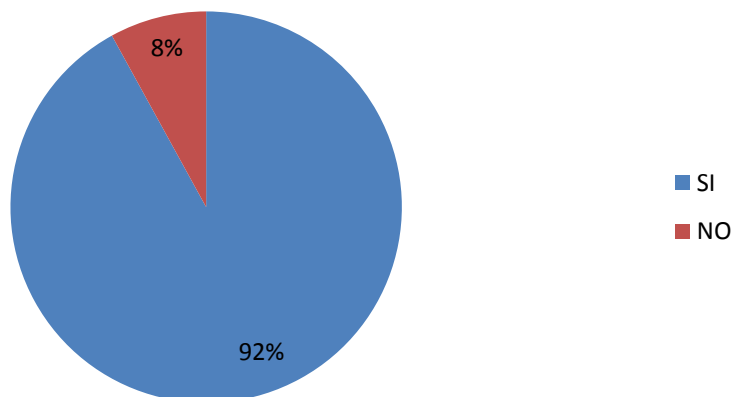


Figura 7: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La organización evalúa correctamente su desempeño?

Interpretación: En la tabla 7 y figura 7 denominada “La organización evalúa correctamente su desempeño” el 92% de los trabajadores respondieron que sí, mientras que el 8% respondió que no.

Tabla 8 ¿Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

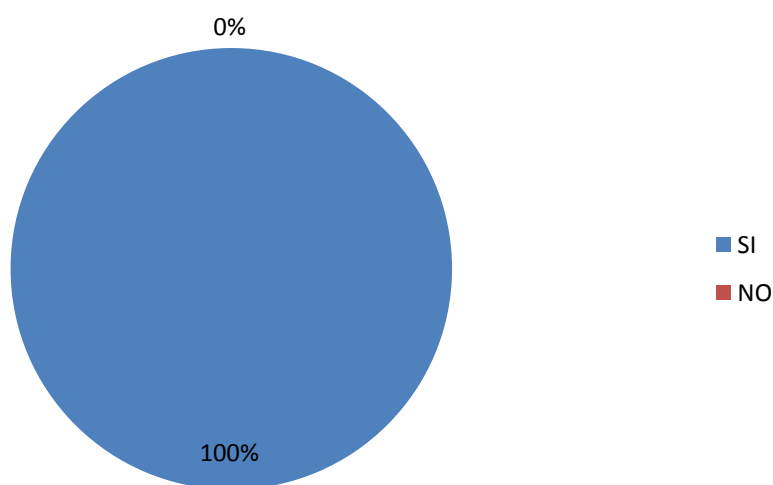


Figura 8: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?

Interpretación: En la tabla 8 y figura 8 denominada “Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades” el 100% de los trabajadores respondió que si le permiten un mejor desempeño.

Con respecto al objetivo específico: Identificar los tipos de capacitación en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018

Tabla 9 ¿La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	75%
NO	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

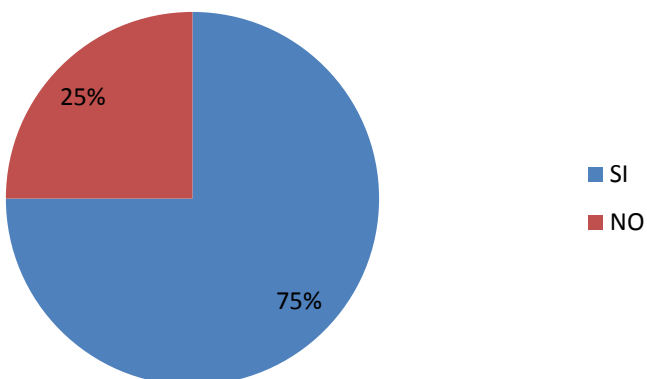


Figura 9: Grafico circular que representa a la pregunta ¿La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?

Interpretación: En la tabla 9 y figura 9 denominada “La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones” el 75% de los trabajadores respondieron que sí, mientras que el 25% respondió que no.

Tabla 10 ¿Las capacitaciones se les brindan cada mes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	58%
NO	5	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

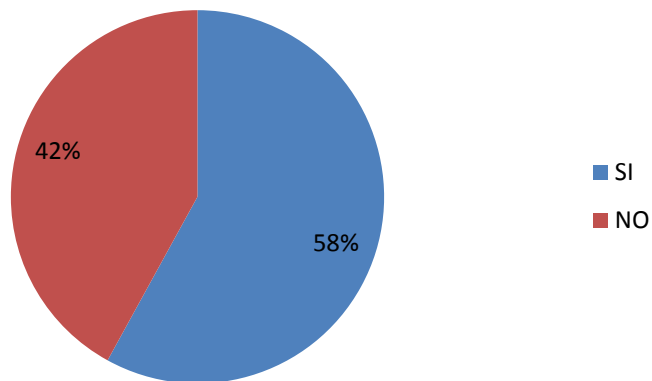


Figura 10: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Las capacitaciones se les brindan cada mes?

Interpretación: En la tabla 10 y figura 10 denominada “Las capacitaciones se les brindan cada mes” el 58% de los Trabajadores respondieron que sí, mientras que el 42% respondió que no.

Tabla 11: ¿Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	58%
NO	5	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

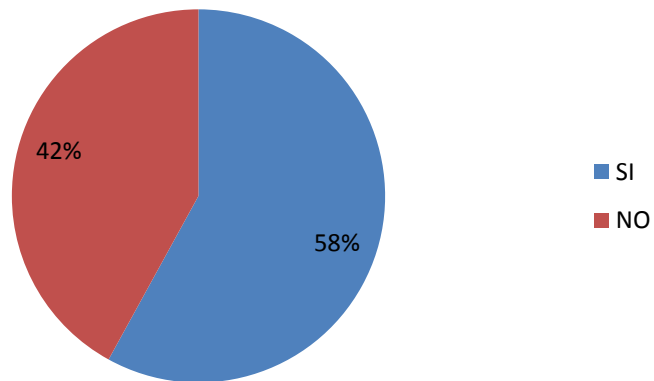


Figura 11: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?

Interpretación: En la tabla 11 y figura 11 denominada “Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje” el 58% de los trabajadores respondieron que sí, mientras que el 42% respondió que no.

Tabla 12 ¿Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	75%
NO	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

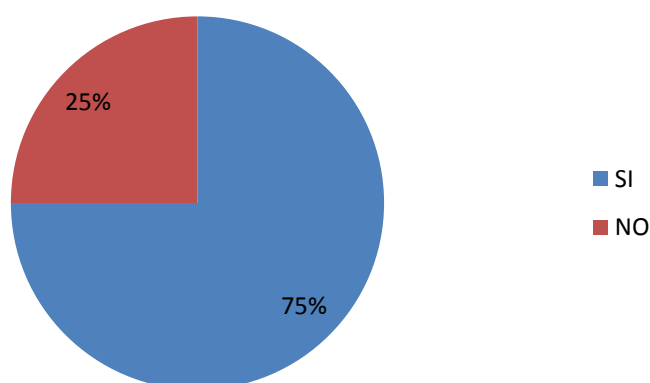


Figura 12: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?

Interpretación: En la tabla 12 y figura 12 denominada “Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones” el 75% de los clientes respondieron que sí, mientras que el 25% respondió que no.

Tabla 13 ¿La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	50%
NO	6	50%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

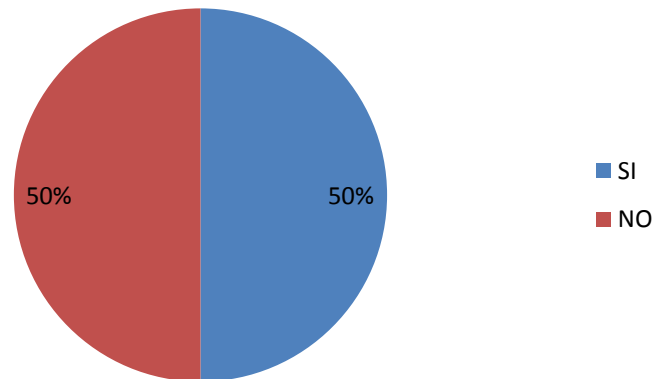


Figura 13: Grafico circular que representa a la pregunta ¿La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?

Interpretación: En la tabla 13 y figura 13 denominada “La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones” el 50% de los trabajadores respondieron que sí.

Tabla 14 ¿Se les brinda capacitaciones grupales?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

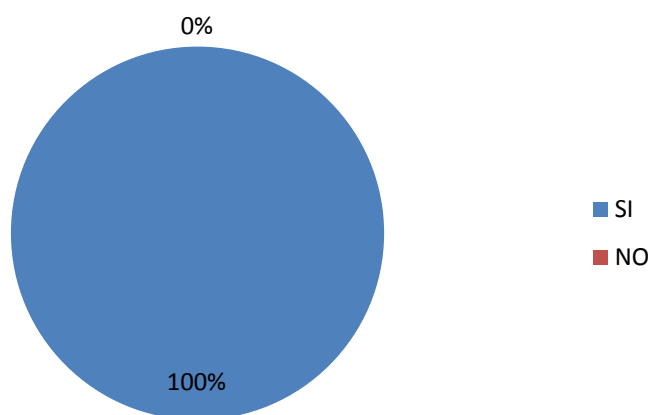


Figura 14: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se les brinda capacitaciones grupales?

Interpretación: En la tabla 14 y figura 14 denominada “Se les brinda capacitaciones grupales” el 100% de los trabajadores respondieron que sí.

Tabla 15 ¿Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

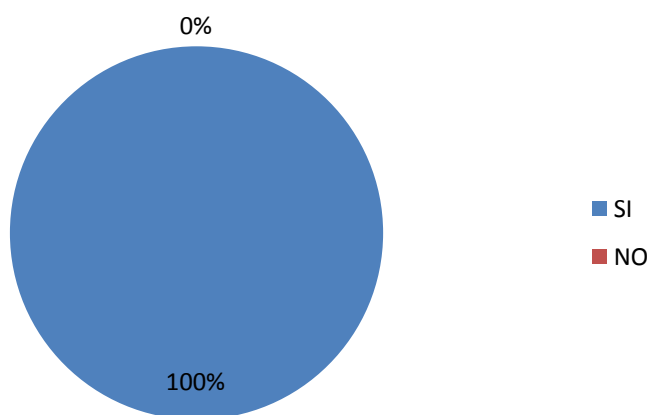


Figura 15: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?

Interpretación: En la tabla 15 y figura 15 denominada “Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados” el 100% de los trabajadores respondieron que sí.

Tabla 16 ¿Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	58%
NO	0	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

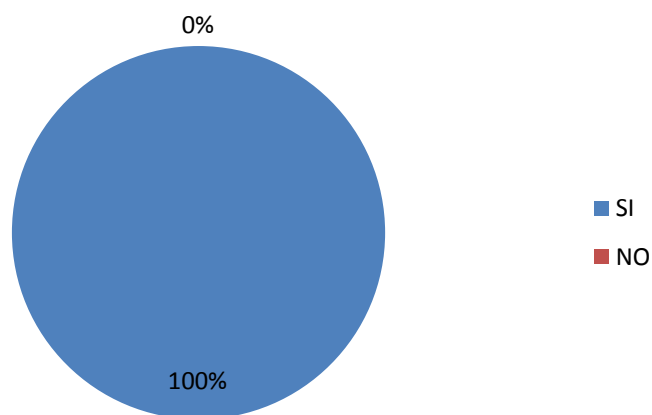


Figura 16: Grafico circular que representa a la pregunta ¿Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?

Interpretación: En la tabla 16 y figura 16 denominada “Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura” el 100% de los trabajadores respondieron que las capacitaciones si les permite tener una preparación segura.

Tabla 17: ¿Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

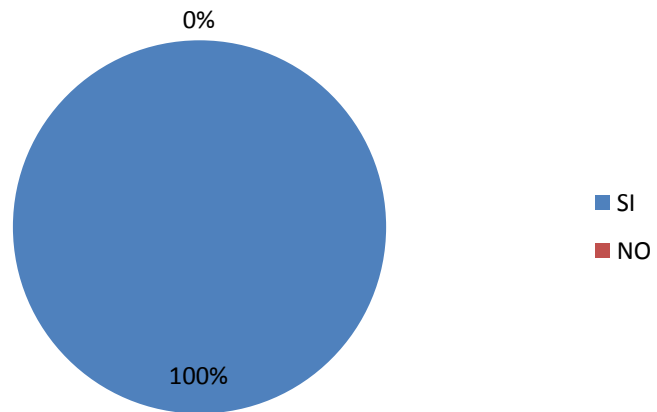


Figura 17: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?

Interpretación: En la tabla 17 y figura 17 denominada “Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores” el 100% de los trabajadores respondieron que sí.

Variable: Atención al Cliente

Objetivo Específico: Describir las estrategias en la atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018.

Tabla 18: ¿Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	86	72%
NO	33	28%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

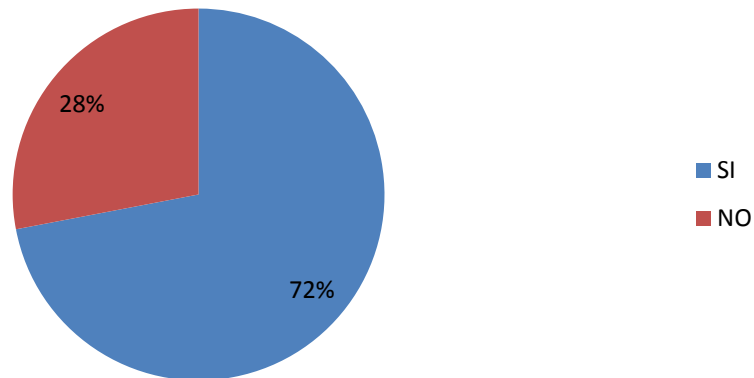


Figura 18: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?

Interpretación: En la tabla 18 y figura 18 denominada “Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados” del 100% de los clientes, el 72% respondió que sí establece procedimientos adecuados.

Tabla 19 ¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	73	61%
NO	46	39%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

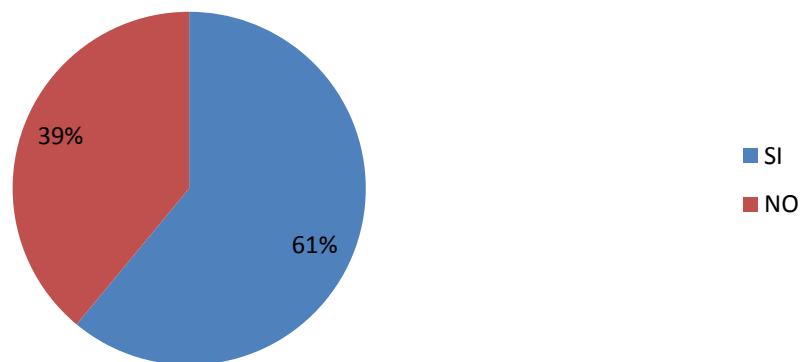


Figura 19: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?

Interpretación: En la tabla 19 y figura 19 denominada “La organización se preocupa por brindar un buen servicio” el 61% de los clientes respondieron que si brindan un buen servicio.

Tabla 20Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	75	63%
NO	44	37%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

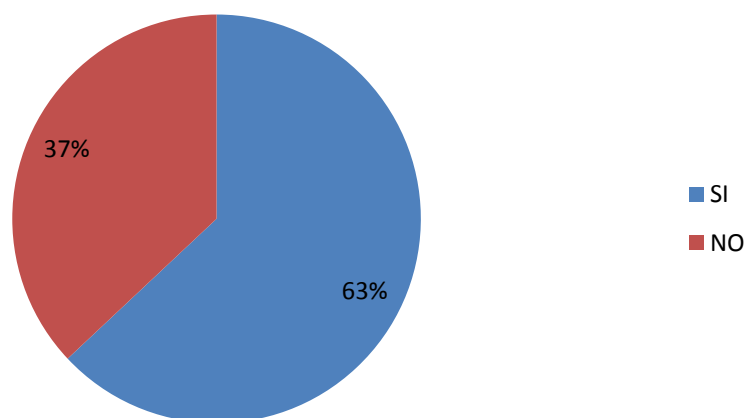


Figura 20: Grafico circular que representa a la pregunta Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?

Interpretación: En la tabla 20 y figura 20 denominada “Reconoce la originalidad planteada del hospedaje La distingue de los demás” el 63% de los clientes respondieron que si las distingue de los demás.

Tabla 21 ¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	67	56%
NO	52	44%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

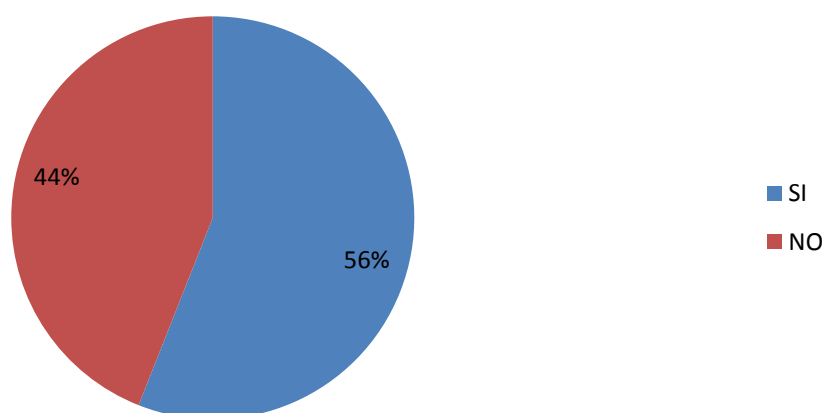


Figura 21: Grafico circular que representa a la pregunta ¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?

Interpretación: En la tabla 21 y figura 21 denominada “El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía” el 56% de los clientes respondieron que la estadía si es confortable.

Tabla 22: ¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	71	60%
NO	48	40%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

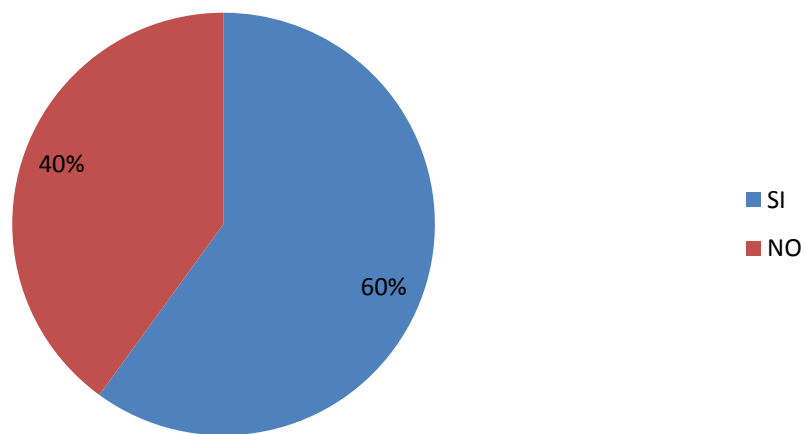


Figura 22: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?

Interpretación: En la tabla 22 y figura 22 denominada “La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio” el 60% de los clientes respondieron que si cuentan con personal adecuado.

Tabla 23 ¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	70	59%
NO	49	41%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

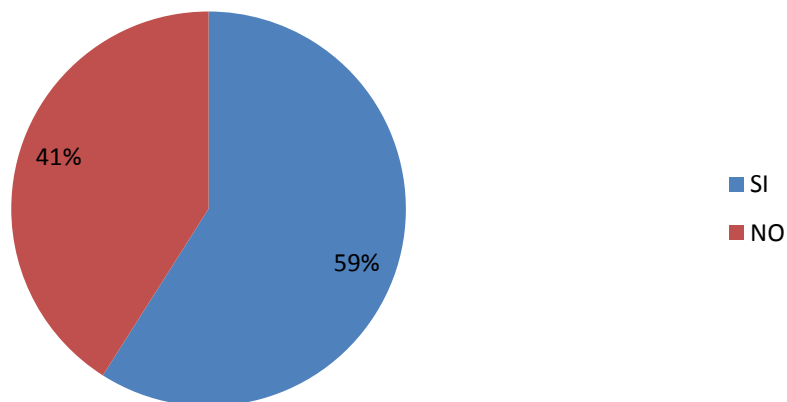


Figura 23: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda?

Interpretación: En la tabla 23 y figura 23 denominada “El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda” el 59% respondió que sí y el 41% respondió que no.

Tabla 24 ¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	68	57%
NO	51	43%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

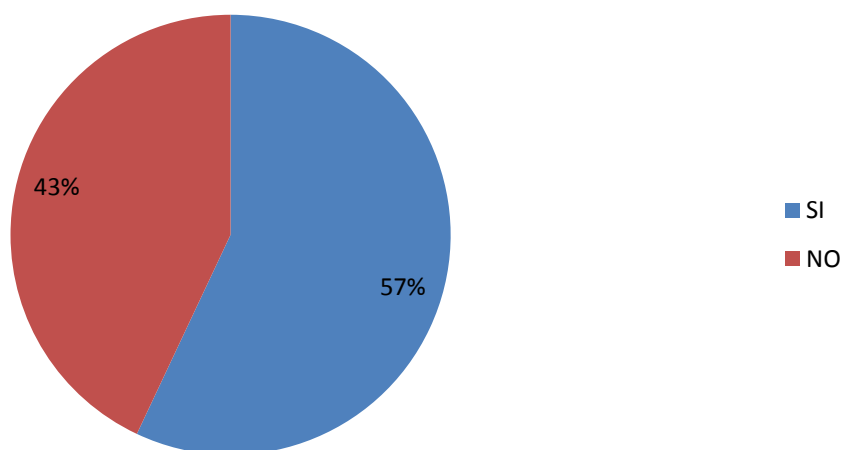


Figura 24: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice?

Interpretación: En la tabla 24 y figura 24 denominada “Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice” el 57% de los clientes respondieron que si depende del pago.

Tabla 25 ¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	85	71%
NO	34	29%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

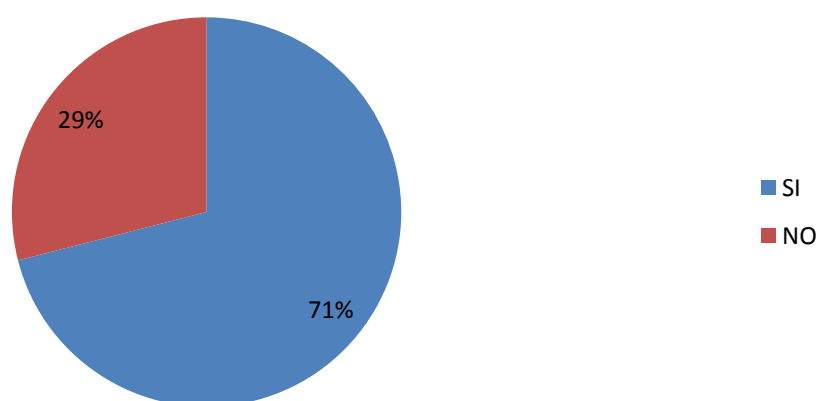


Figura 25: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?

Interpretación: En la tabla 25 y figura 25 denominada “Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes” el 71% de los trabajadores respondieron que sí.

Tabla 26: ¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	95	80%
NO	24	20%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

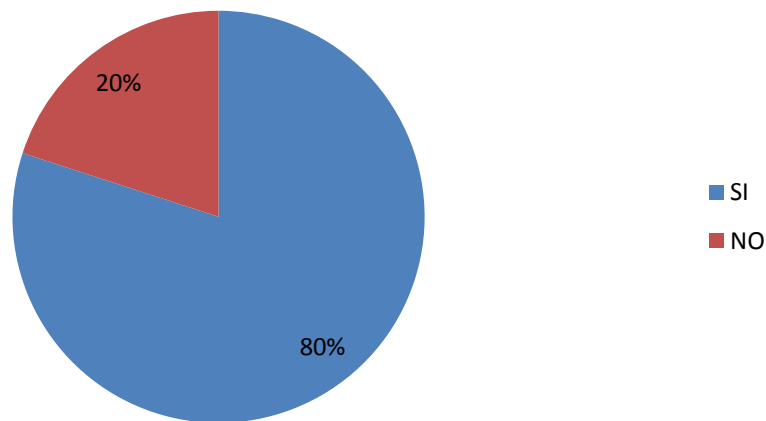


Figura 26: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?

Interpretación: En la tabla 26 y figura 26 denominada “Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio” el 80% respondió que sí están comprometidos en brindar el servicio.

Tabla 27 ¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	68	57%
NO	51	43%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

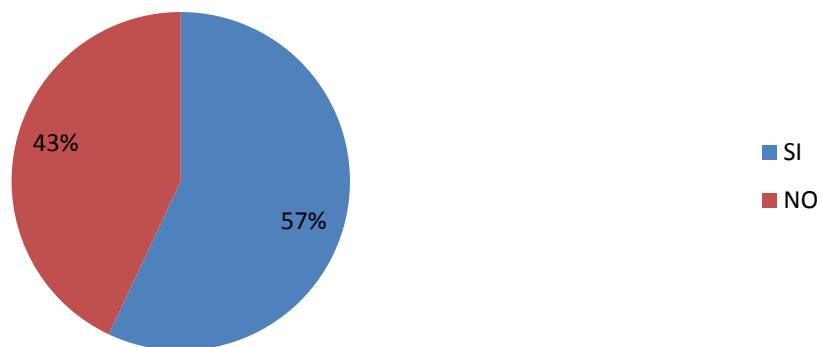


Figura 27: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía?

Interpretación: En la tabla 27 y figura 27 denominada “El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía” el 57% de los clientes respondieron que si hay compromiso de la organización.

Tabla 28 ¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	74	62%
NO	45	38%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura.

Elaboración: Propia

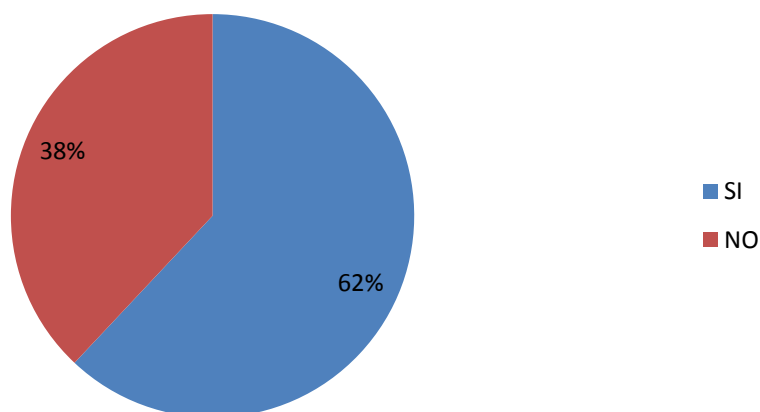


Figura 28: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio?

Interpretación: En la tabla y figura N° 28 denominada “En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio” el 62% de los clientes respondieron que si se les toma en cuenta sus opiniones respecto al servicio.

Tabla 29 ¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	86	72%
NO	33	28%
TOTAL	119	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes en el centro de la Provincia Sechura

Elaboración: Propia

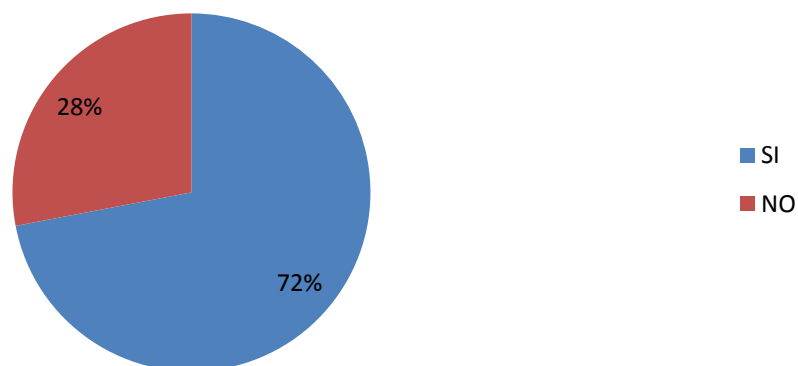


Figura 29: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?

Interpretación: En la tabla 29 y figura 29 denominada “El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped” el 72% de los clientes respondieron que el hospedaje si mantiene estrategias tecnológicas.

Con respecto al objetivo específico: Identificar los tipos de atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018.

Tabla 30: ¿Se presentan interrupciones al momento de la atención?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	17%
NO	10	83%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

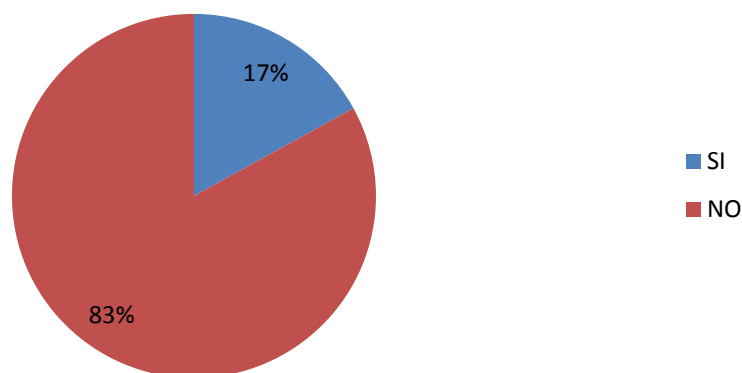


Figura 30: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se presenta interrupciones al momento de la atención?

Interpretación: En la tabla 30 y figura 30 denominada “Se presentan interrupciones al momento de la atención” el 83% de los trabajadores respondieron que no se presentan interrupciones.

Tabla 31 ¿Considera que la atención presencial es más eficiente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

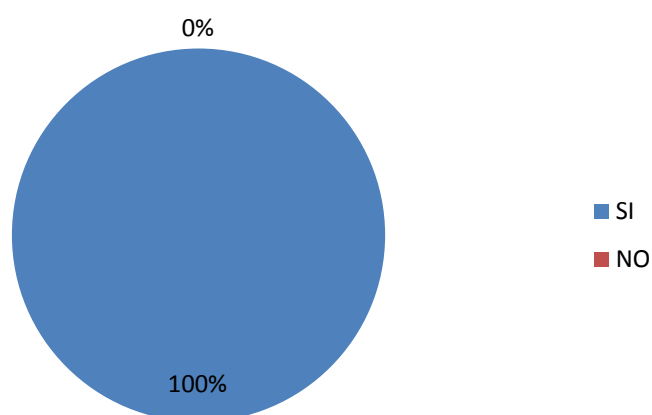


Figura 31: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que la atención presencial es más eficiente?

Interpretación: En la tabla 31 y figura 31 denominada “Considera que la atención presencial es más eficiente” el 100% de los trabajadores respondieron que si es más eficientes.

Tabla 32: ¿La organización emplea atención telefónica?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	58%
NO	5	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

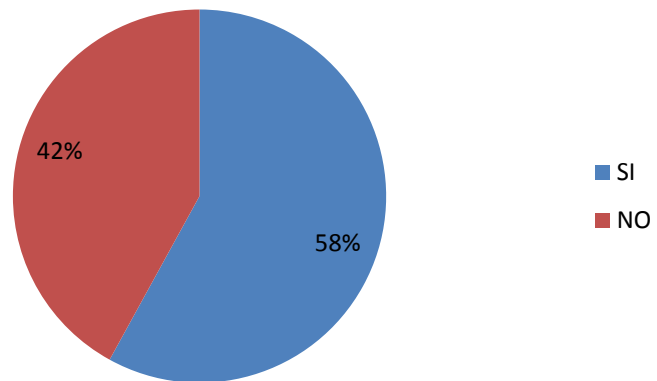


Figura 32: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La organización emplea atención telefónica?

Interpretación: En la tabla 32 y figura 32 denominada “La organización emplea atención telefónica” el 58% de los trabajadores respondieron que la organización si emplea atención telefónica.

Tabla 33 ¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	33%
NO	8	67%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

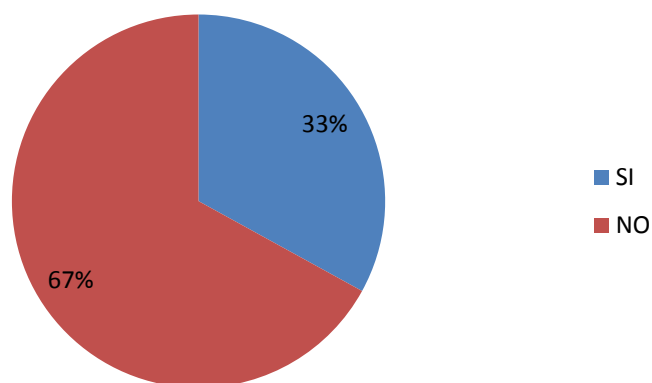


Figura 33: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?

Interpretación: En la tabla 33 y figura 33 denominada “¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica” 67% de los trabajadores encuestados respondieron que no existen riesgos en la organización.

Tabla 34 ¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	58%
NO	5	42%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

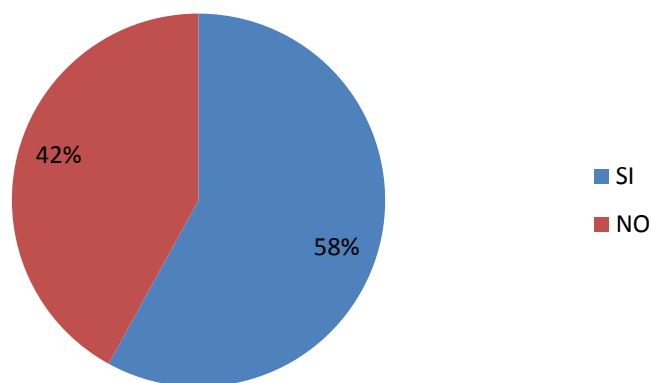


Figura 34: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?

Interpretación: En la tabla 34 y figura 34 denominada “La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio” el 58% de los trabajadores respondieron que la organización si mantiene cuentas virtuales.

Tabla 35 ¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	75%
NO	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

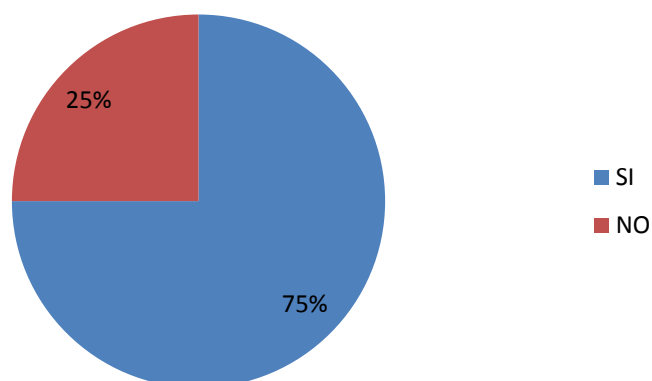


Figura 35: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?

Interpretación: En la tabla 35 y figura 35 denominada “La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial” el 75% de los trabajadores respondieron que sí.

Tabla 36 ¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

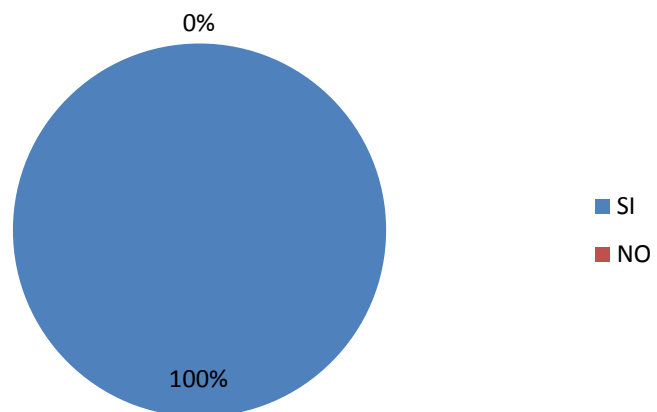


Figura 36: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?

Interpretación: En la tabla 36 y figura 36 denominada “Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes” el 100% de los trabajadores respondieron que sí son dinámicos.

Tabla 37 ¿La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

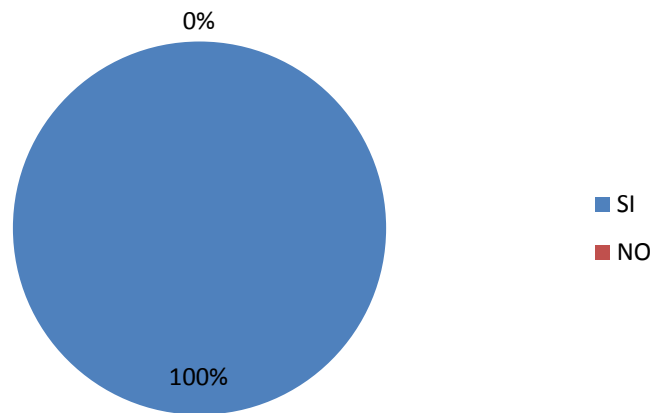


Figura 37: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?

Interpretación: En la tabla 37 y figura 37 denominada “La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes” el 100% de los trabajadores respondieron que sí aprovechan las oportunidades.

Tabla 38 ¿Dan beneficios a sus clientes concurrentes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	75%
NO	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

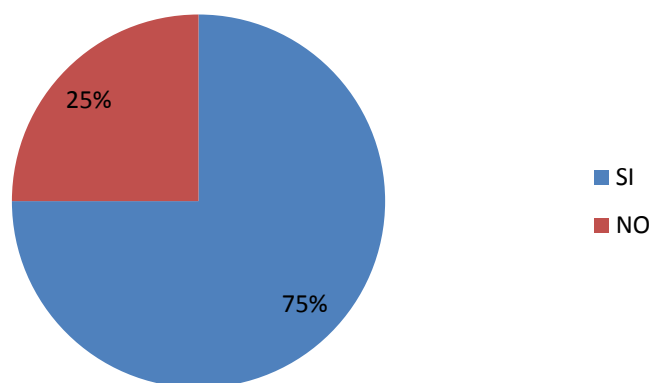


Figura 38: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Dan beneficios a sus clientes concurrentes?

Interpretación: En la tabla 38 y figura 38 denominada “Dan beneficios a sus clientes concurrentes” el 75% de los trabajadores respondieron que sí dan beneficios.

Tabla 39 ¿La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	100%
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los trabajadores

Elaboración: Propia

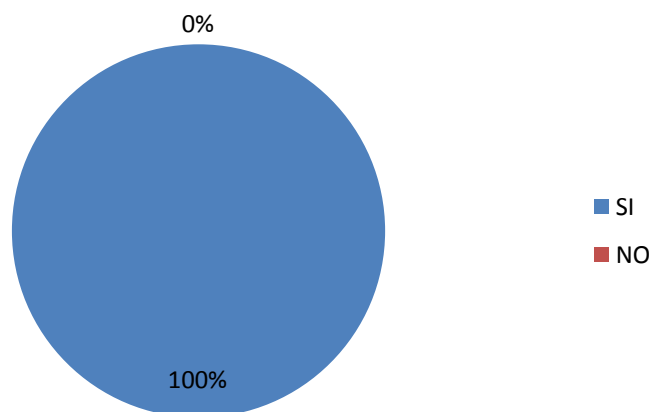


Figura 39: Grafico circular que representa a la pregunta ¿La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia?

Interpretación: En la tabla 39 y figura 39 denominada “La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia” el 100% de los trabajadores respondieron que sí tienen ofertas satisfactorias.

5.2 Análisis de resultados

Primer Objetivo Específico: Describir las necesidades de capacitación en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia Sechura, año 2018.

En la tabla 1 y figura 1 - Denominada “Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización” el 58% de trabajadores respondieron que si se tiene en cuenta los cambios. Resultado cercano con Torres (2016) que concluye que las necesidades de capacitación se dan en cuanto a cambios en las policías, técnica o métodos dentro de la organización. Como también Torres (2016) indica que las necesidades de capacitación se basan en comprender aquel vacío de los conocimientos.

Tabla 2 y grafico 2 – Denominado “Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización” el 100% de los trabajadores respondieron que si se desarrolla eficientemente los valores y creencias. Resultado discrepante con Balladares (2018) que concluyó que la mayoría de trabajadores toman sus propias decisiones en el trabajo, aunque consideran que no pueden desarrollar al máximo sus habilidades. Por otro lado, Torres (2016) expresa que las necesidades permiten comprender las actitudes de los colaboradores de una organización.

Tabla 3 y grafico 3 – Denominada “Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades” el 83% de los trabajadores respondieron que no. Resultado coincidente con Cueva y Vargas (2016) en la que concluyeron que la capacitación es importante porque influye en el desempeño que el personal brinda a los clientes. Por

consiguiente Torres (2016) expresa que estas necesidades de capacitación también permiten innovar en la rotación de las actividades.

Tabla 4 y grafico 4 – Denominada “Se da solución inmediata a los conflictos presentados” el 75% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado discrepante con Bravo (2019) concluye que no realizan capacitaciones en incentivos laborales al personal. Torres (2016) indica, que se deben analizar los percances presentados.

Tabla 5 y grafico 5 – Denominado “Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización” el 100% de los trabajadores respondieron que si le permiten cumplir con las solicitudes. Resultado coincidente con Granda (2018) donde concluye que las capacitaciones están encaminadas al desarrollo de las actitudes de los trabajadores para mejora de la empresa y personalmente. Por consiguiente Torres (2016) expresa que para poder identificar las necesidades, se debe hacer una descripción de puestos.

Tabla 6 y grafico 6 – Denominada “La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted” el 58% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado cercano a Torres (2016) que concluyó las necesidades de capacitación se dan también por solicitudes de personal. Por otro lado Torres (2016) expresa que la identificación de las necesidades es compromiso que asumen los gerentes.

Tabla 7 y grafico 7 – Denominado “La organización evalúa correctamente su desempeño” el 92% de los trabajadores respondió que si se les evalúa correctamente. Resultado coincidente con Cueva & Vargas (2016) donde concluyeron que la

capacitación influye directamente con el desempeño que el personal brinda a los clientes. Por consiguiente Torres (2016) expresa que las capacitaciones permiten evaluar el desempeño de los colaboradores.

Tabla 8 y gráfico 8 – Denominada “Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades” el 100% de los trabajadores respondió que si le permiten un mejor desempeño. Resultado cercano a Granda (2018) en la que llegó a concluir que las capacitaciones permiten desarrollar eficientemente las actitudes en los trabajadores para mejora de la empresa y personalmente. Torres (2016) expresa que la evaluación del desempeño de los trabajadores se realiza mediante entrevistas o encuestas.

Segundo Objetivo Específico: Identificar los tipos de capacitación en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018

Tabla 9 y gráfico 9 – Denominado “La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones” el 75% de los trabajadores respondió que sí. Resultado coincidente con Granda (2018) que concluyó que los tipos de capacitación están encaminados a tener de conocimiento la información de la empresa y a desarrollar las actitudes en los trabajadores. Balladares (2018) indica que la capacitación formal se desarrolla mediante programas con temas concretos.

Tabla 10 y gráfico 10 – Denominado denominada “Las capacitaciones se les brindan cada mes” el 58% de los Trabajadores respondieron que sí. Resultado discrepante con Benalcázar (2016) en la que concluyó que el personal si quiere recibir

un programa de capacitación para poder ampliar sus conocimientos. Por otro lado Balladares (2018) expresa que las capacitaciones son talleres dirigidos a los colaboradores.

Tabla 11 y grafico 11 – Denominado “Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje” el 58% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado cercano con Benalcázar (2016) concluye que el personal si quiere recibir capacitaciones para ampliar sus conocimientos. Balladares (2018) manifiesta que se debe capacitar al trabajador ya sea por dia, mes o d acuerdo al capacitador.

Tabla 12 y grafico 12 – Denominado “Se le brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones” el 75% respondió que sí. Resultado cercano con Ramos (2018) donde concluye que se tiene en cuenta temas relacionados a la atención al cliente, turismo; mejorándose la calidad de servicio y la rentabilidad. Balladares (2018) expresa que los tipos de capacitación se programan mediante temas concretos.

Tabla 13 y grafico 13 – Denominada “La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones”el 50% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado coincidente con Granda (2018) que concluyó que las capacitación están determinadas por pre ingreso, de inducción y promocional. Balladares (2018) manifiesta que las capacitaciones tienen distintas duraciones ya sea por dia, mes o de acuerdo al tipo que este se realice.

Tabla 14 y grafico 14 – Denominada “Se les brinda capacitaciones grupales” el 100% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado cercano a Granda (2018) que

concluyó que los tipos de capacitación están encaminadas a tener de conocimiento la información de la empresa y a desarrollar las actitudes en los trabajadores para mejora de la empresa y personalmente. Balladares (2018) indica, que las capacitaciones se pueden realizar mediante seminarios, talleres u otros.

Tabla 15 y grafico 15 – Denominado “Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados” el 100% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado cercano con Benalzázar (2016) que concluyó que el personal si quiere recibir un programa de capacitación, ya que solo recibieron un curso inductivo cuando ingresaron al hotel. Balladares (2018) manifiesta que las capacitaciones se desarrollan mediante orientaciones o instrucciones que plasma la organización.

Tabla 16 y grafico 16 – Denominado “Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura” el 100% de los trabajadores respondieron que las capacitaciones si les permite tener una preparación segura. Resultado coincidente con Cueva & Vargas (2016) concluyeron que se evidencia un grado de calidad en cuanto al servicio. Por lo consiguiente Balladares (2018) expresa que estas capacitaciones son importantes en todas las organizaciones.

Tabla 17 y grafico 17 – Denominado “Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores” el 100% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado coincidente con Granda (2018) que concluyó que los tipos de capacitación están determinadas a desarrollar las actitudes en

los trabajadores para mejora de la empresa y personalmente. Balladares (2018) indica que estas capacitaciones permiten orientar a los trabajadores.

Tercer Objetivo Específico: Describir las diferentes estrategias en la atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018.

Tabla 18 y gráfico 18 – Denominado “Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados” el 72% de clientes encuestados respondieron que la organización si establece procedimientos adecuados. Resultado Coincidente con Carranza (2018) que concluyó que si brindan un servicio adecuados al cliente haciéndolo sentir confortable con su estadía. Por otro lado Castillo (2018) manifiesta que para brindar un buen servicio se debe establecer procedimientos.

Tabla 19 y grafico 19 – Denominada “La organización se preocupa por brindar un buen servicio” el 61% de los clientes respondieron que si brindan un buen servicio. Resultado coincidente con Bances (2018) concluyó que el desempeño del personal cumple con sus tareas y atiende con amabilidad a los clientes otorgando un nivel eficiente de satisfacción. Castillo (2018) indica que al brindar un buen servicio se genera más valor a la empresa.

Tabla 20 y grafico 20 – Denominada “Reconoce la originalidad planteada del hospedaje La distingue de los demás” el 63% de los clientes respondieron que si las distingue de los demás. Resultado cercano con Acha (2019) en la que concluye, que el personal continuamente se capacita en pata lograr los estándares de calidad en el servicio

y sostener a los clientes fidelizados. Por consiguiente Castillo (2018) manifiesta que el buen servicio hace distinguir a la organización de la competencia.

Tabla 21 y grafico 21 – Denominada “El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía” el 56% de los clientes respondieron que la estadía si es confortable. Resultado cercano con Cahuaya & Ñahuincopa (2016) en la que concluyen que la fiabilidad infuye en la satisfacción del cliente. Castillo (2018) indica que la originalidad de la empresa hace sentir satisfecho al cliente.

Tabla 22 y grafico 22 – Denominada “La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio” el 60% de los clientes respondieron que si cuentan con personal adecuado. Resultado coincidente con Bances (2018) donde concluyó que el desempeño del personal del hotel es cumplidor en sus tareas y se atiende con amabilidad a los clientes otorgando un nivel eficiente de satisfacción. Castillo (2018) expresa que se debe buscar al personal con vocación de servir y brindar atención de calidad.

Tabla 23 y grafico 23 – Denominada “El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda” el 59% respondió que sí. Resultado discrepante con Quiróa (2014) que concluyó los clientes no se sienten satisfechos por servicio que les brindan. Castillo (2018) indica que el trato directo con el cliente es muy importante.

Tabla 24 y grafico 24 – Denominado “Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice” el 57% de los clientes respondieron que si depende del pago. Resultados coincidente con Carranza (2018) concluye que el servicio va de acuerdo al pago para sentirse confortable en su estadía. Por otra lado Castillo (2018)

indica que la organización debe tener condiciones adecuadas para que el cliente apruebe de la mejor manera el servicio.

Tabla 25 y gráfico 25 – Denominada “condiciones acordadas” del 100% de clientes encuestados el 71% respondieron que sí reconocen que las condiciones acordadas por empresa son eficientes. Resultado cercano a Cahuaya & Ñahuincopa (2016) que concluyó que la empatía, la fiabilidad, capacidad y la seguridad influyen en la satisfacción del cliente donde indica que la correlación es positiva alta percibida por los huéspedes. Castillo (2018) expresa que al tener condiciones adecuadas los clientes se sienten satisfechos.

Tabla 26 y gráfico 26 – Denominado “Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio” el 80% de los clientes afirma que los colaboradores si están comprometidos en brindar el servicio. Resultado coincidente con Acha (2019) llegó a concluir que los empleadores si capacitan al personal antes de desempeñar el puesto asignado, y lograr los estándares de calidad en el servicio y sostener a los clientes fidelizados. Por consiguiente Castillo (2018) expresa que el compromiso asumido por parte de los colaboradores es muy importante.

Tabla 27 y gráfico 27 – Denominada “El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía” el 57% de los clientes respondieron que si hay compromiso de la organización. Resultado cercano con Bances (2018) en la que concluyó, que el personal es cumplidor con sus tareas y con la amabilidad otorga un

nivel de satisfacción ante el cliente. Castillo (2018) expresa que el compromiso asumido por los trabajadores, genera opiniones positivas por parte de los clientes.

Tabla 28 y grafico 28 – Denominada “En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio” el 62% de los clientes respondieron que si se les toma en cuenta sus opiniones respecto al servicio. Resultado discrepante con Quiróa (2014) concluye que varios clientes no se encuentran satisfechos por el servicio que les brindan de tal modo no son clientes frecuentes. Por otro lado Castillo (2018) manifiesta que se deben evitar las negaciones, para que los clientes se sientan satisfechos.

Tabla 29 y gráfico 29 – Denominado “El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped” el 72% respondió que los hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped. Resultado discrepante con Granados (2017) donde concluye que no hay énfasis en su mantenimiento, conservación y mejora de los mismos, lo cual influye directamente con la difusión de la imagen del establecimiento de hospedaje. Como también Castillo (2018) indica que plantear estrategias de nuevos canales de atención al cliente que estén con la tecnología, capacitar al personal de las organizaciones ya que son parte del desarrollo fundamental para que brinde un buen servicio.

Cuarto Objetivo Específico: Identificar los tipos de atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura, año 2018.

Tabla 30 y grafico 30 – Denominada “Se presentan interrupciones al momento de la atención” el 83% de los trabajadores respondieron que no se presentan interrupciones.

Resultado discrepante con Quiróa (2014) concluye que varios clientes no se encuentran satisfechos por el servicio que les brindan de tal modo no son clientes frecuentes. Villalobos (2019) opina que la atención presencial es muy importante, ya que refleja la imagen de la organización y la impresión del receptor.

Tabla 31 y grafico 31 – Denominado “Considera que la atención presencial es más eficiente” el 100% de los trabajadores respondió que sí es más eficiente. Resultado cercano con Carranza (2018) donde concluyó que la atención al cliente, es el primer elemento de la diferenciación la empresa de hoteles, asimismo la orientación al trabajo hace sentir confortables al cliente. Villalobos (2019) expresa que este tipo de atención es muy importante, ya que refleja la imagen de la organización y la impresión del receptor.

Tabla 32 y grafico 32 – Denominada “La organización emplea atención telefónica” el 58% de los trabajadores respondieron que la organización si emplea atención telefónica. Resultado cercano con Acha (2019) que considera importante actualizarse continuamente para lograr los estándares de calidad en el servicio y sostener a los clientes fidelizados. Por consiguiente Villalobos (2019) manifiesta que este tipo de atención exige cumplir con una serie de requisitos para lograr la satisfacción del cliente.

Tabla 33 y grafico 33 – Denominado “Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica” 67% de los trabajadores encuestados respondieron que no existen riesgos en la organización. Resultado cercano con Quiróa (2014) es por eso que concluyó que es importante establecer correctamente el servicio al cliente, porque es un factor determinante en la imagen y prestigio de la empresa hotelera. Villalobos

(2019) indica, que se debe cumplir una serie de requisitos para lograr la satisfacción del cliente.

Tabla 34 y grafico 34 – Denominada “La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio” el 58% de los trabajadores respondieron que la organización si mantiene cuentas virtuales. Resultado cercano con Cabrol (2018) donde concluye que existe un mínimo desarrollo de redes sociales, donde solo uno de los cinco hoteles realiza publicidad, en su caso en un medio digital como google, el resto no realiza ningún tipo de publicidad. Villalobos (2019) expresa, que este tipo de atención, facilita el servicio y evita hacer grandes filas.

Tabla 35 y grafico 35 – Denominada “La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial” el 75% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado cercano con Granados (2017) en la cual concluye que el hospedaje cuenta con buena infraestructura hotelera, en vista que la mayoría de ellas son modernas y actuales. Asimismo Villalobos (2019) manifiesta que a pesar de ser un medio más rápido es preferible la atención presencial.

Tabla 36 y grafico 36 – Denominado “Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes” el total del 100% de los trabajadores respondieron que si son dinámicos. Resultado cercano con Cahuaya & Ñahuincopa (2016) donde concluyeron que la empatía, la fiabilidad, capacidad y la seguridad influyen en la satisfacción del cliente donde indica que la correlación es positiva alta percibida por los

huéspedes. Por otro parte Villalobos (2019) expresa que este tipo de atención exige mucha paciencia al fracaso, ya que las respuestas pueden ser positivas y negativas.

Tabla 37 y grafico 37 – Denominado “La empresa aprovecha las oportunidades para atraer nuevos cliente” el 100% de los trabajadores respondió que si aprovecha las oportunidades. Resultado cercano con Bances (2018) la cual concluyó que el desempeño del personal del hotel es cumplidor en sus tareas y se atiende con amabilidad a los clientes otorgando un nivel eficiente de satisfacción. Por otro lado Villalobos (2019) indica que empresa siempre busca al cliente o se acerca para ofrecerle beneficios o darle a conocer un nuevo servicio.

Tabla 38 y grafico 38- Denominada “Dan beneficios a sus clientes concurrentes” el 75% de los trabajadores respondieron que sí. Resultado coincidente con Quiróa (2014) donde concluyó que es importante establecer correctamente el servicio al cliente. Por consiguiente Villalobos (2019) determina que este tipo de atención surge cuando el cliente tiene contacto con la organización por diferentes motivos.

Tabla 39 y grafico 39 – Denominado “La empresa tiene ofertas satisfactorias diferenciándose de la competencia” el 100% de los trabajadores respondió que si tiene estas ofertas. Resultado cercano con Acha (2019) donde concluyó que al optimizar el desempeño esperado por el empleador y sostener a los clientes fidelizados. Villalobos (2019) expresa que toda organización tiene la obligación de responder a los llamados del cliente.

VI. CONCLUSIONES

En las MYPE rubro hospedajes en el centro de la Provincia Sechura, si cumple con las características de la capacitación y atención al cliente, con un porcentaje alto positivo generando confianza en los trabajadores para realizar sus funciones y en los clientes generando confianza ante el servicio.

Las necesidades de capacitación identificadas en los hospedajes en el centro de la Provincia Sechura son; los cambios culturales, solicitudes de personal y la evaluación de desempeño, donde desarrollan eficientemente los valores y creencias de la organización; como también se les evalúa correctamente el desempeño permitiendo un mejor desarrollo proactivo en las MYPE.

Con respecto a los tipos de capacitación se identifican; la capacitación informal, dado que se brindan capacitaciones grupales y presenciales generando resultados eficientes y obteniendo experiencias positivas para desempeñarse en sus labores; asimismo la capacitación formal permite brindar las capacitaciones por personal especializado brindando los materiales adecuados.

Las estrategias identificadas en las MYPE del rubro hospedajes son; el compromiso de los trabajadores al brindar el servicio; los procedimientos adecuados direccionados al buen servicio; la escucha ya que se mantienen estrategias tecnológicas para la atención del cliente; por consiguiente se identifica las condiciones adecuadas con seguimientos continuos y de innovación.

Los tipos de atención al cliente identificados en los hospedajes en centro de la Provincia Sechura son; la atención presencial, la atención proactiva y la atención reactiva, ya que se muestran dinámicos aprovechando las oportunidades para la atracción de nuevos clientes y dan beneficios a los clientes concurrentes, como son las ofertas que hace que se diferencien de la competencia.

RECOMENDACIONES

Las MYPE de rubro hospedajes en centro de la Provincia de Sechura deben realizar más capacitaciones haciendo que el trabajador se sienta en confianza para que así dé a conocer sus problemas y puedan orientarlo para que no tenga dificultades al realizar sus actividades, como también brinde una buena atención al huésped obteniendo resultados satisfactorios tanto para el cliente el trabajador y la organización.

Estas MYPE deben tener un horario establecido para que así todos los trabajadores puedan asistir a estas capacitaciones ya que les permitirá obtener más conocimientos en el desarrollo y manejo de sus tareas asignadas mostrando seguridad al momento de brindar la atención del cliente.

Los hospedajes también deben tener en cuenta las opiniones del cliente para que así reduzca los fallos presentados ya que el cliente es quién da valor y permanencia en el mercado competitivo, por consiguiente, debe plasmar originalidad en el servicio para que se diferencie de la competencia consiguiendo la preferencia del cliente cuando recurra a estos servicios.

Los representantes de las MYPES deben tener emplear atenciones virtuales para que así se aprovechen las oportunidades en atraer y generar experiencias positivas en lo clientes haciendo que se fidelicen ante el servicio que la empresa brinda, obteniendo de dicho modo un valor resaltante.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acha, S. (2019). “Caracterización de la Capacitación y atención al cliente de las MYPER rubro Hoteles una estrella del centro Piura, año 2017”, Piura-Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10205/CAPACITACION_ATENCION_AL_CLIENTE_ACHA_CALLE_SEGUNDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Achieve global, (03, 04, 2017). La importancia de la Atención al Cliente [Aneki Marketing Relacional] recuperado de <http://www.aneki.es/aneki-noticia-fidelizacion-la-importancia-de-la-atencion-al-cliente-119>
- Archivo del Blog (2016). “*Equipos y maquinas necesarios para la buena operación del hotel*”. Editorial: Equipos y Maquinas necesarios en un hotel. Recuperado de: <http://equiposymaquinasdeunhotel.blogspot.com/>
- Balladares, F. (2018). “*Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación de las MYPES, en el sector servicio rubro hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017*” Tumbes, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3849/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BALLADARES_PAREDES_FLORINDA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ballón, S. (2016). *Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay*, Surco, Perú:

Universidad ESAN. Recuperado de:
http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bances, E. (2018). *Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura)*, 2018, Piura, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAYRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bardales, E (2018) “*Las mypes y las Tic: mitos y verdades sobre su uso y efectos para las empresas*”. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/mypes-tic-mitos-verdades-efectos-empresas-233245-noticia/>

Barón, J. (2014). *El servicio al cliente en los hoteleros es la clave para el negocio, pero, ¿Si se cumple?*, Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granda. Recuperado de:
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13379/EL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20EN%20LOS%20HOTELES%20ES%20LA%20CLAVE%20PARA%20EL%20NEGOCIO.pdf;jsessionid=AB863D2303DBCFEBA52846AA21B5ACDE?sequence=1>

Benalcázar, K. (2016). *Programa de capacitación para mejorar la calidad del hotel San Francisco, Cantón Daule, Provincia del Guayas, Guayaquil, Ecuador:*

Universidad de Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10160/1/TESIS%20FINAL%20KENYA%20BENALCAZAR%202016.pdf>

Bermúdez, L. (2015). *Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las mypes*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/666/66638602001.pdf>

Blog El Insignia (2016). “*Capacitación general dentro de un hotel*”. Capacitación general. Recuperado de: <https://blog.elinsignia.com/2016/11/10/capacitacion-general-dentro-hotel/>

Bravo, A (2019). “*Capacitación en incentivos laborales en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles del Distrito de Huaraz, 2016*”, Huaraz, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10445/MYPES_CAPACITACION_DEL_PERSONAL_BRAVO-AMADO-ABEL_GINES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bravo, M (2015). “*8 de cada 10 Mypes no utilizan las tecnologías de la Información*”. La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/economia/196694-8-de-cada-10-mypes-no-utilizan-las-tecnologias-de-la-informacion/>

Cabrol, A. (2018). “*Aplicación de planes de marketing en hoteles independientes de cuatro estrellas en San Nicolás, CABA*”. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de la Plata. Recuperado de:

file:///C:/Users/JOSE/Desktop/Downloads/Cabrol.%20Aplicaci%C3%B3n%20de%20planes%20de%20marketing%20en%20hoteles%20independientes%20de%20cuatro%20estrellas%20en%20San%20Nicol%C3%A1s,%20CABA%20(1).pdf

Cahuaya, R. & Ñahuincopa, P. (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015*, Huancayo, Perú: Universidad Nacional del Centro del Perú. Recuperado de: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1288/TESIS%20CAHUAYA-%C3%91AHUINCOPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carranza, X. (2018). *Características de la competitividad y atención al cliente servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2018*, Sullana, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4514/ATENCION%20AL%20CLIENTE%20_COMPETITIVIDAD_CARRANZA_GARCIA_XIOMARA_STIFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castillo, R. (2018). *Estrategias en servicio y atención al cliente*. Gestipolis. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/10-estrategias-servicio-atencion-al-cliente/>

Chapoñan, Ch. (2017). *“Implementación de la metodología Kaizen para mejorar el abastecimiento de materiales en el área de operaciones de la empresa Colegios Peruanos S.A., 2016”*. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1416/Chapo%C3%B1an_TCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chumacero, R. (2018). “*Caracterización de la capacitación y la atención al cliente en las MYPES del rubro comercialización de calzado del mercado modelo central de Piura, 2018*”, Piura, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3739>

Cueva, E. & Vargas, M. (2016). *Programa de capacitación en servicios Hoteleros para incrementar la rentabilidad del Hostal El Recuerdo, Chepén 2015*, Pimentel, Perú: Universidad Señor de Sipán. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3139/TESIS%20EDUARDO%20CUEVA-MANUEL%20VARGAS.pdf;jsessionid=C725D303DD45C246C3BC62AFF4E27002?sequence=1>

Escalante, E. (2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley mype y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Mi empresa propia. Recuperado de <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Fuente, M (2017). “*Las 5M de Ishikawa*”. Editorial: Ingeniería, Consultoría y Desarrollo de Negocio. Recuperado de: <http://mariofuenteleon.com/archivos/180>

Granados, L. (2017). “*Efectos de la calidad de servicio de los establecimientos de Hospedajes y la satisfacción de los turistas en el distrito de San Ramón en el*

2017”, Lima – Perú: Universidad Inca Garcilaso De La Vega. Recuperado de:
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2190/TESIS%20DE%20GRANADOS%20BALBIN%20LOURDES.pdf?sequence=3&isAllowed=y&fbclid=IwAR3xnMbYb-nddhRHpq2J8ZrRrZjY1dS0tap35slyKwHW5iLvmq8iRuJvVdg>

Granda, Y. (2018). *Caracterización de la competitividad y la capacitación de las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de pariñas, provincia de Talara, año 2018*, Piura, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4516/COMPETITIVIDAD_CAPACITACION_GRANDA_ORTIZ_YENCI_MARLENI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huaruco, (14, 10, 2014) *Menos del 20% de mypes acceden a capacitación* [Gestión] Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/20-mypes-acceden-capacitacion-cofide-76649>

Indecopi (2017). *Precio exhibidos en sus listas debe incluir el IGV y recargos al consumo* [Indecopi]. Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/noticias/-/asset_publisher/E4hIS8IHZWs9/content/el-indecopi-recuerda-a-los-restaurantes-y-hoteles-que-el-precio-exhibido-en-sus-listas-debe-incluir-el-igv-y-demas-recargos-al-consumo?inheritRedirect=false

Luna, (24, 08, 2016) *Mypes aportan el 21,6% de la producción del país, pero son informales* [La Republica] Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/966696-mypes-aportan-el-216-de-la-produccion-del-pais-pero-el-831-son-informales>

Mincetur, (09, 06, 2015) *Establecimientos de hospedaje* [Ministerio de Comercio Exterios y Turismo] Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/funciones-y-normatividad-2/normatividad/>

Montero, L. (2017). *Caracterización de la gestión de marketing con el uso del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicio – rubro ópticas del distrito de Sullana año 2017*, Piura, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4767>

Orihuela,E. (2018). *Caracterización de la capacitación y desempeño laboral de las MYPE comerciales, rubro calzado en el mercado central de Piura, año 2018*, Piura, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3408/CAPACITACION_DESEMPENO_LABORAL_ORIHUELA_APONTE_ELIANA_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Parra, B. (2017). *Gestión administrativa e implementación de las tics en el Instituto María Rosario Araoz Pinto, San Miguel, 2017*. Perú: Universo César Vallejo. Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9058/Parra_RBI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quiróa, D. (2014). *Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos*, Quetzaltenango, Guatemala: Universidad Rafael Landívar. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Quiroa-Dorys.pdf>

Ramos, C (2018). *Programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la rentabilidad del Hotel El Edén EIRL. Bagua Grande – 2017*. Chiclayo-Perú: Universidad César Vallejo. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29916/Ramos_SC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Recursos Humanos, (12, 09, 2017). Características de la capacitación [Homepage] Recuperado de <http://www.losrecursoshumanos.com/caracteristicas-de-la-capacitacion/>

Rodríguez (14, 05, 2018) *Mypes representan el 98% de empresas que venden al Estado* [El Comercio] Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/mypes-representan-98-empresas-venden-noticia-519925>

Rodríguez, C (2014) “Equipos y elementos necesarios para un hotel”. Editorial: PYMES Y liderazgo. Recuperado de: https://es.slideshare.net/Camilo_Rodriguez/equipos-y-elementos-necesarios-para-nuestro-hotel

Saavedra, (02, 12,2016) *Los impresionantes números del sector informal peruano* [INEI el comercio] Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/inei-impresionantes-numeros-sector-informal-peruano-229623>

Sales, G. (2016). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*, Huaraz, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/MYPE_CAPACITACION_SALES_MARCHENES_GABY_OLINDA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Toubes, N. (2016). *Turismo colaborativo, una alternativa de hospedajes. Caso estudio La Plata*, Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de la Plata. Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/61171/Documento_completo.%20Turismo%20colaborativo.pdf-PDFA2u.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres, Y. (2016). *Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE turísticas-rubro hospedajes, distrito Sullana, año 2016*, Piura, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1077/FINAN>

CIAMIENTO_CAPACITACION_TORRES_MIRANDA_YESENIA_LISE
T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torroella, H (2015). “5 Estrategias Eficaces de Marketing para los Hoteles de hoy”.

Editorial: Blog marketing hotelero. Recuperado de:
<https://www.hotelerum.com/5-estrategias-de-marketing-para-hoteles/>

Turismo (2018). “Normas existentes para hoteles ecológicos”. Recuperado de:

<https://turismoonline.com/hoteles/normas-para-hoteles-ecologicos>

Valladares, Z. (2015). *Competitividad y mercadotecnia en las MYPE comerciales rubro*

calzado del mercado modelo La Parada – Talara, año 2015, Talara, Perú:

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/863/MERCADOTECNIA_COMPETITIVIDAD_VALLADARES_RUJEL_ZAYRA_MERCEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Varas, S. (2016). *Caracterización del financiamiento y la productividad en las MYPE*

rubro – zapatería del mercado modelo de Piura, año 2016, Piura, Perú:

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1264/FINANCIAMIENTO_VARAS_CRUZ_SANDRA_JACKELINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vila & Marcelo, (11, 01, 2016) *¿Qué tan importantes son las MYPES para la economía del país?* [Altavoz] Recuperado de: <https://altavoz.pe/2016/01/11/13329/que-tan-importantes-son-las-mypes-para-la-economia-del-pais-francisco-marcelo/>

Villalobos, C (2019). Tipos de servicio al cliente. Servicio al cliente. Recuperado de: https://blog.hubspot.es/service/tipos-servicio-cliente?fbclid=IwAR315kqGP_yk4Wm4SsxX8gNTd1PrOuhW-H8ooWtrxX1cVaRbC5AuDM_I33g

Violante, (27,06, 2015) Características del buen servicio al cliente [Entrepreneur Staff]
Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/268543>

ANEXOS

EVIDENCIA DE VALIDACIONES POR EXPERTOS DE JUICIO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo: Victor Helio Patiño Nino identificado con DNI 02860873

MAGISTER en: Administración

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación (los) Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario elaborado por: Numma Pazó Lihiana M. 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 EN LAS MYPE RUBRO HOSPEDAJES EN CENTRO DE LA PROVINCIA SECHURA, AÑO 2018, que se encuentra realizando.

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

Piura 13 junio 2019.


Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

Firma – sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO

Orden	Variables	¿Es perteneciente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso equiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Capacitación								
1	¿Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?	X			X	X			X
2	¿Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización?	X			X	X			X
3	¿Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?	X			X	X			X
4	¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?	X			X	X			X
5	¿Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?	X			X	X			X
6	¿La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted?	X			X	X			X
7	¿La organización evalúa correctamente su desempeño?	X			X	X			X
8	¿Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?	X			X	X			X
9	¿La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?	X			X	X			X
10	¿Las capacitaciones se les brinda cada mes?	X			X	X			X
11	¿Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?	X			X	X			X
12	¿Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?	X			X	X			X
13	¿La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?	X			X	X			X
14	¿Se les brinda capacitaciones grupales?	X			X	X			X
15	¿Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?	X			X	X			X
16	¿Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?	X			X	X			X



 Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

REG. N.º 07328

17	¿Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?	X			X		X		X
Atención al cliente									
18	¿Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?	o			X		X		X
19	¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?	o			X		o		X
20	¿Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?	o			X		X		X
21	¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?	o			o		X		X
22	¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?	X			X		X		X
23	¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda?	o			o		X		X
24	¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice?	o			o		X		X
25	¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?	X			o		X		X
26	¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?	X			o		X		X
27	¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía?	X			X		X		X
28	¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio?	o			X		X		X
29	¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?	o			o		o		X
30	¿Se presentan interrupciones al momento de la atención?	o			o		X		X
31	¿Considera que la atención presencial es más eficiente?	o			X		X		X
32	¿La organización emplea atención telefónica?	o			X		X		X
33	¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?	X			X		X		X
34	¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?	X			X		X		X
35	¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?	X			X		X		X



 Mo. VICTOR BELIO PATIÑO NIÑO

36	¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?	X			X		X		X
37	¿La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?	X			X		X		X
38	¿Dan beneficios a sus clientes concurrentes?	X			X		X		X
39	¿La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia?	X			X		X		X



 Mg. VICTOR FELIX PATIÑO NIÑO

 RUC: CIAD-92348

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo: David Armando Ortega identificado con DNI 02638937
MAGISTER en: Gerencia Empresarial

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación (los) Instrumentos de recolección de datos: Questionario elaborado por: Neomisa Pazos Llanos 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 EN LAS MYPE RUBRO HOSPEDAJES EN CENTRO DE LA PROVINCIA SECHURA, AÑO 2018, que se encuentra realizando.

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

Piura 13 Junio 2019.


V. Lic. Adm. Artemiza García Arismendi
CLAD. 03141

Firma - sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO

Orden	Variables	¿Es perteneciente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso equiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Capacitación								
1	¿Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?	✓			✓		✓		✓
2	¿Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización?	✓			✓		✓		✓
3	¿Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?	✓			✓		✓		✓
4	¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?	✓			✓		✓		✓
5	¿Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?	✓			✓		✓		✓
6	¿La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted?	✓			✓		✓		✓
7	¿La organización evalúa correctamente su desempeño?	✓			✓		✓		✓
8	¿Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?	✓			✓		✓		✓
9	¿La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?	✓			✓		✓		✓
10	¿Las capacitaciones se les brinda cada mes?	✓			✓		✓		✓
11	¿Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?	✓			✓		✓		✓
12	¿Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?	✓			✓		✓		✓
13	¿La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?	✓			✓		✓		✓
14	¿Se les brinda capacitaciones grupales?	✓			✓		✓		✓
15	¿Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?	✓			✓		✓		✓
16	¿Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

17	¿Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?	✓			✓		✓		✓	
Atención al cliente										
18	¿Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?	✓			✓		✓		✓	
19	¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?	✓			✓		✓		✓	
20	¿Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?	✓			✓		✓		✓	
21	¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?	✓			✓		✓		✓	
22	¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?	✓			✓		✓		✓	
23	¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda?	✓			✓		✓		✓	
24	¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice?	✓			✓		✓		✓	
25	¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?	✓			✓		✓		✓	
26	¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?	✓			✓		✓		✓	
27	¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía?	✓			✓		✓		✓	
28	¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio?	✓			✓		✓		✓	
29	¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?	✓			✓		✓		✓	
30	¿Se presentan interrupciones al momento de la atención?	✓			✓		✓		✓	
31	¿Considera que la atención presencial es más eficiente?	✓			✓		✓		✓	
32	¿La organización emplea atención telefónica?	✓			✓		✓		✓	
33	¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?	✓			✓		✓		✓	
34	¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?	✓			✓		✓		✓	
35	¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?	✓			✓		✓		✓	


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

36	¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?	✓			✓		✓		✓
37	¿La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?	✓			✓		✓		✓
38	¿Dan beneficios a sus clientes concurrentes?	✓			✓				✓
39	¿La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hector Orjando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo: Hector Orlando Arica Clavijo identificado con DNI 02786302

MAGISTER en: DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación (los) Instrumentos de recolección de datos: QUESTIONARIO elaborado por: NUNURA PAZO SILIANA H. a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación: CARACTERIZACION DE LA CAPACITACION Y ATENCION AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO HOSPEDAJES EN CENTRO DE LA PROVINCIA SECHURA, AÑO 2018, que se encuentra realizando.

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

Piura 13 de JUNIO 2019.



Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma – sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO

Orden	Variables	¿Es perteneciente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso equiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Capacitación								
1	¿Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?	✓			✓		✓		✓
2	¿Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización?	✓			✓		✓		✓
3	¿Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?	✓			✓		✓		✓
4	¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?	✓			✓		✓		✓
5	¿Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?	✓			✓		✓		✓
6	¿La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted?	✓			✓		✓		✓
7	¿La organización evalúa correctamente su desempeño?	✓			✓		✓		✓
8	¿Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?	✓			✓		✓		✓
9	¿La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?	✓			✓		✓		✓
10	¿Las capacitaciones se les brinda cada mes?	✓			✓		✓		✓
11	¿Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?	✓			✓		✓		✓
12	¿Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?	✓			✓		✓		✓
13	¿La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?	✓			✓		✓		✓
14	¿Se les brinda capacitaciones grupales?	✓			✓		✓		✓
15	¿Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?	✓			✓		✓		✓
16	¿Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

17	¿Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?	✓			✓		✓		✓
Atención al cliente									
18	¿Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?	✓			✓		✓		✓
19	¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?	✓			✓		✓		✓
20	¿Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?	✓			✓		✓		✓
21	¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?	✓			✓		✓		✓
22	¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?	✓			✓		✓		✓
23	¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda?	✓			✓		✓		✓
24	¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice?	✓			✓		✓		✓
25	¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?	✓			✓		✓		✓
26	¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?	✓			✓		✓		✓
27	¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía?	✓			✓		✓		✓
28	¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio?	✓			✓		✓		✓
29	¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?	✓			✓		✓		✓
30	¿Se presentan interrupciones al momento de la atención?	✓			✓		✓		✓
31	¿Considera que la atención presencial es más eficiente?	✓			✓		✓		✓
32	¿La organización emplea atención telefónica?	✓			✓		✓		✓
33	¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?	✓			✓		✓		✓
34	¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?	✓			✓		✓		✓
35	¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

36	¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?	✓			✓		✓		✓
37	¿La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?	✓			✓		✓		✓
38	¿Dan beneficios a sus clientes concurrentes?	✓			✓				✓
39	¿La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hector Orjando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246



Instrucciones

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (X) la alternativa que considere correcta de acuerdo con la siguiente escala de valoración. Muchas gracias.

Nº	Pregunta	SI	NO
1	¿Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?		
2	¿Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización?		
3	¿Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?		
4	¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?		
5	¿Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?		
6	¿La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted?		
7	¿La organización evalúa correctamente su desempeño?		
8	¿Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?		
9	¿La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?		
10	¿Las capacitaciones se les brindan cada mes?		
11	¿Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?		
12	¿Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?		
13	¿La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?		
14	¿Se les brinda capacitaciones grupales?		
15	¿Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?		
16	¿Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?		
17	¿Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?		
18	¿Se presentan interrupciones al momento de la atención?		
19	¿Considera que la atención presencial es más eficiente?		
20	¿La organización emplea atención telefónica?		
21	¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?		
22	¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?		
23	¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?		
24	¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?		
25	¿La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?		
26	¿Dan beneficios a sus clientes concurrentes?		
27	¿La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia?		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Instrucciones

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (X) la alternativa que considere, correcta de acuerdo con la siguiente escala de valoración. Muchas gracias

Nº	Pregunta	SI	NO
1	¿Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?		
2	¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?		
3	¿Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?		
4	¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?		
5	¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?		
6	¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda?		
7	¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice?		
8	¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?		
9	¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?		
10	¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía?		
11	¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio?		
12	¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?		

MATRIZ DE RESULTADOS

Matriz de Resultados N° 01: CAPACITACIÓN

NECESIDADES			
INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO
1. Cambios culturales en políticas.	¿Se tiene en cuenta los cambios planteados por la organización?	58%	42%
	¿Se desarrolla eficientemente los valores y creencias de la organización?	100%	0%
2. Conflictos laborales.	¿Existen desacuerdos al momento que se asignan actividades?	17%	83%
	¿Se da solución inmediata a los conflictos presentados?	75%	25%
3. Solicitudes de personal	¿Considera que las capacitaciones le permiten cumplir con las solicitudes expuestas por la organización?	100%	0%
	¿La organización les brinda facilidades ante algún pedido expuesto por usted?	58%	42%
4. Evaluación de desempeño.	¿La organización evalúa correctamente su desempeño?	92%	8%
	¿Considera que las capacitaciones le permiten un mejor desempeño en sus actividades?	100%	0%

Matriz de Resultados N° 02

TIPOS			
INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO
6. Capacitación formal	¿La organización contrata personal especializado para dictar las capacitaciones?	75%	25%
	¿Las capacitaciones se les brindan cada mes?	58%	42%
	¿Considera que las capacitaciones le facilitan su aprendizaje?	58%	42%
	¿Se les brinda el material adecuado al momento de las capacitaciones?	75%	25%
7. Capacitación informal	¿La empresa toma en cuenta el horario de los colaboradores para brindar las capacitaciones?	50%	50%
	¿Se les brinda capacitaciones grupales?	100%	0%
	¿Considera que las capacitaciones presenciales generan eficientes resultados?	100%	0%
	¿Las capacitaciones solo le permiten tener una participación segura?	58%	42%
	¿Considera que las capacitaciones grupales generan experiencias positivas para desempeñarse en sus labores?	100%	0%

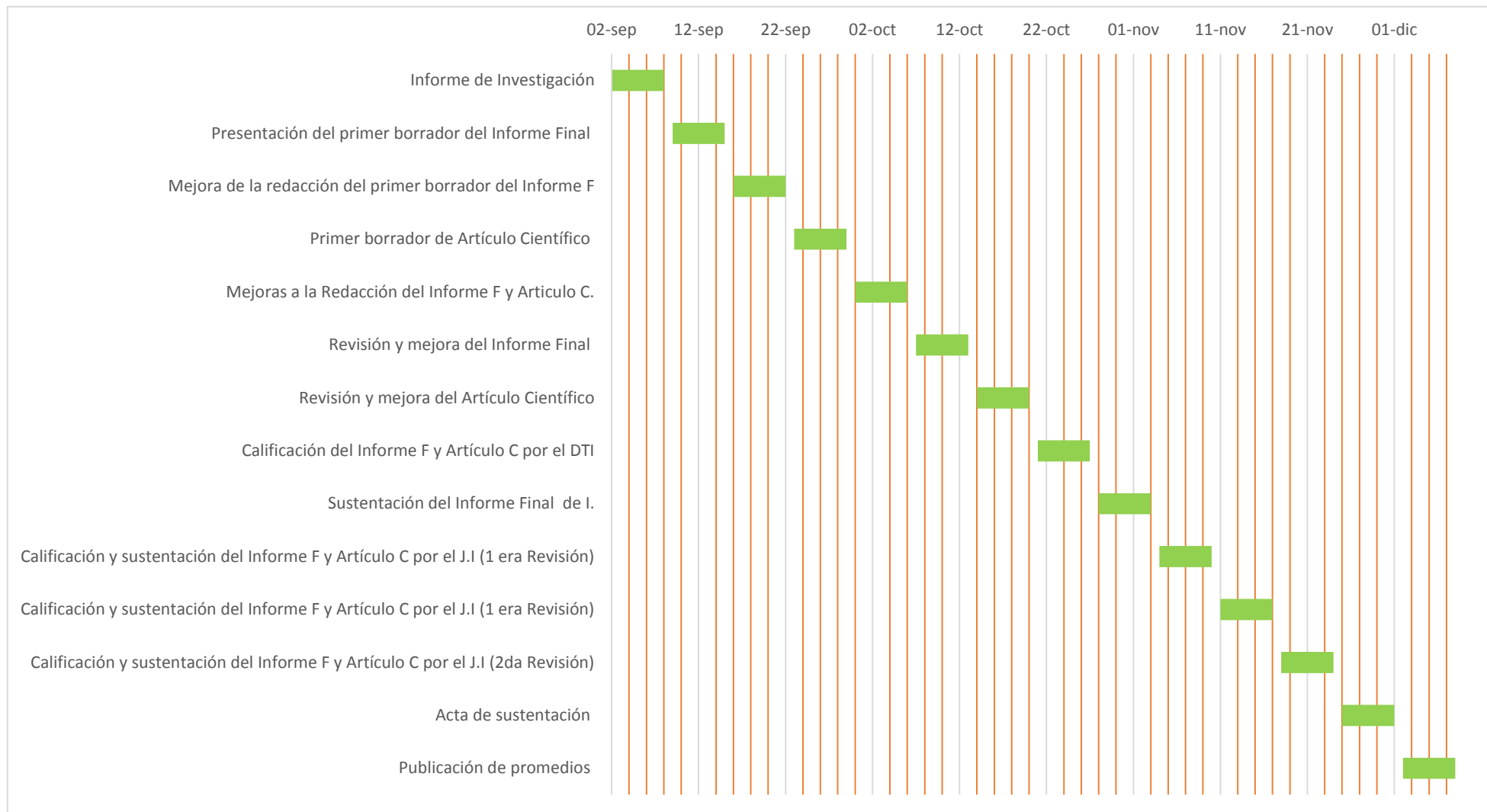
Matriz de Resultados N° 03: Atención al cliente

ESTRATEGIAS			
INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO
8. Procedimientos	¿Considera que la organización (hospedaje) establece procedimientos adecuados?	72%	28%
	¿La organización se preocupa por brindar un buen servicio?	61%	39%
9. Originalidad	Reconoce la originalidad planteada del hospedaje ¿La distingue de los demás?	63%	37%
	¿El servicio brindado lo hace sentir confortable con su estadía?	56%	44%
10. Personal con vocación	¿La empresa cuenta con personal adecuado para brindar el servicio?	60%	40%
	¿El personal de servicio está en el momento que usted necesite de su ayuda?	59%	41%
11. Condiciones adecuadas	¿Considera que para un mejor servicio depende del pago que usted realice?	57%	43%
	¿Reconoce que las condiciones acordadas por la empresa son eficientes?	71%	29%
12. Compromiso	¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar el servicio?	80%	20%
	¿El compromiso de la organización lo hace sentir confiable para su estadía?	57%	43%
13. Escucha	¿En la empresa se le toma en cuenta sus opiniones con respecto al servicio?	62%	38%
	¿El hospedaje mantiene estrategias tecnológicas para la atención del huésped?	72%	28%

Matriz de Resultados N° 4

TIPOS			
INDICADOR	PREGUNTA	SI	NO
14. Atención presencial	¿Se presentan interrupciones al momento de la atención?	17%	83%
	¿Considera que la atención presencial es más eficiente?	100%	0%
15. A. telefónica	¿La organización emplea atención telefónica?	58%	42%
	¿Considera que existen ciertos riesgos mediante la atención telefónica?	33%	67%
16. A. virtual	¿La empresa mantiene cuentas virtuales para reservar el servicio?	58%	42%
	¿La atención virtual da mejores resultados que la atención presencial?	75%	25%
17. A. proactiva	¿Es dinámico ante la atención para la atracción de nuevos clientes?	100%	0%
	¿La empresa aprovecha las oportunidades para atraer a nuevos clientes?	100%	0%
18. A. reactiva	¿Dan beneficios a sus clientes concurrentes?	75%	25%
	¿La empresa tiene ofertas satisfactorias a diferenciándose de la competencia?	100%	0%

CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD



PRESUPUESTO
(expresado en soles)

RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	SUBTOTAL
BIENES DE CONSUMO				
Lapiceros	10		0.50	S/5.00
USB	1		28	S/.28.00
Lápiz	5		0.50	s/ 2.50
Hijas Dina A4	1	Millar	20	S/.20.00
II SERVICIOS				
Anillado	1		15	S/.15.00
Internet	360	Horas	1	S/.360.00
Energía eléctrica		Horas		S/556
Pasajes			120	s/120.00
Refrigerio			80	s/ 80.00
Impresiones	150	Unidad	0.50	S/.75.00
Fotocopias	50	Unidad	0.10	S/5.00
Varios			150	S/.150.00
Turnitin			50	S/50.00
TOTAL				S/ 1,466.50

Evidencia de la aplicación del instrumento de recolección de datos



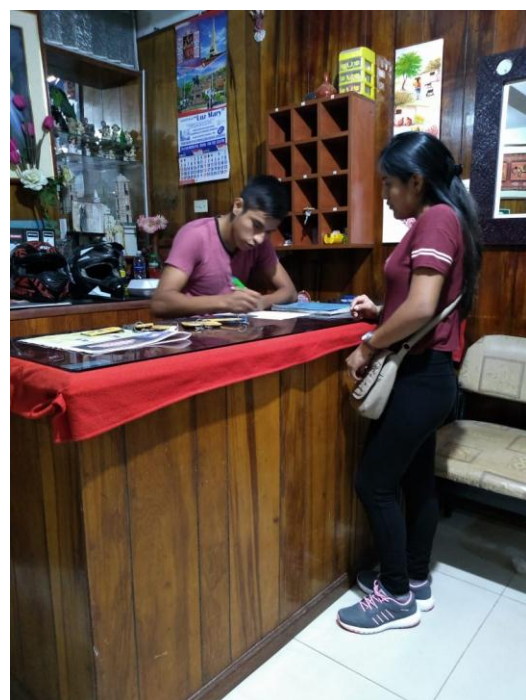
Hospedaje Girasol



Hospedaje Claritza



Hospedaje San Martin



Hospedaje Luz Mary