



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCION AL CLIENTE
Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOSPEDAJES
DE LA ZONA CENTRICA DE TUMBES, 2022.

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR

NAMUCHE SANDOVAL, RONNY KAROLL

ORCID: 0000-0002-5474-414X

ASESOR

MGTR. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERU

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Namuche Sandoval, Ronny Karoll

ORCID: 0000-0002-5474-414X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica los ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencia e Ingeniería, Escuela
Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. León Vigo, Maritza

Orcid: 0000-0002-1003-0372

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio

Orcid: 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. León Vigo, Maritza

Orcid: 0000-0002-1003-0372

Presidente

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio

Orcid: 0000-0002-4660-9490

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

Orcid: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme permitido lograr todo lo que me eh propuesto, por acompañarme siempre, por la salud que me ha brindado. Dios es aquel redentor que bendice es por ello que debemos tener fe, para así poder recibir sus grandes bendiciones.

A mis padres por darme la vida, por apoyarme en mis estudios y por todos sus consejos que han sabido guiarme para lograr todo lo que me eh propuesto. También a mi docente y Mgtr, Estrada Díaz, Elida Adelia que gracias a su conocimiento y ayuda pude concluir con éxito.

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto Y haberme dado salud, ser el manantial de vida y darme lo necesario para seguir adelante día a día para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres y hermanos por su invaluable apoyo, ternura y cariño que siempre me ha ofrecido.

A mi esposa e hijo por ser la razón de mi vida, porque día a día están conmigo ayudándome a seguir adelante, cuando muchas veces quis desistir ellos estuvieron ahí, quienes mucho más se sienten orgullosos de todo lo que eh podido lograr.

RESUMEN

El estudio tuvo por objeto de investigación establecer una propuesta de mejora de la Atención al Cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo de propuesta. La población para las variables atención al cliente y calidad de servicio estuvo conformada por los clientes. La muestra estuvo conformada por 385 clientes, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 18 ítems en escala de Likert, obteniendo los siguientes resultados: el 56.36% de los clientes afirma que casi siempre la atención recibida es la adecuada, el 73.25% de los clientes asevera que nunca brindan promociones, ofertas y descuentos, el 52.21% de los clientes atestiguan que los empleados muy pocas veces están capacitados para atender al cliente y el 54.03 de los clientes encuestados asegura que los empleados algunas veces están motivados al cumplir sus funciones. Se concluye que el servicio brindado cumple con las exigencias de los clientes, sin embargo, estos establecimientos no brindan promociones, ofertas y descuentos, por otro lado, la atención recibida por parte de los empleados no es la adecuada, esto es da por la poca o nula capacitación hacia los clientes por lo que realizan un deficiente trabajo debido a que no se encuentran debidamente motivados.

Palabras clave: atención al cliente, calidad de servicio, MyPes

ABSTRACT

The purpose of the study was to establish a proposal to improve Customer Service and Quality of service in Micro and small companies in the service sector, lodging category in the downtown area of Tumbes, 2022. The research was non-experimental design - transversal – descriptive of the proposal. The population for the variables customer service and quality of service was made up of customers. The sample consisted of 385 clients, the survey technique was used and an 18-item questionnaire on a Likert scale was used as an instrument, obtaining the following results: 56.36% of the clients affirm that the care received is almost always adequate, 73.25% of the clients affirm that they never offer promotions, offers and discounts, 52.21% of the clients testify that the employees are rarely trained to serve the client and 54.03% of the clients surveyed assure that the employees are sometimes motivated when fulfilling their duties. It is concluded that the service provided meets the demands of the clients, however, these establishments do not offer promotions, offers and discounts, on the other hand, the attention received by the employees is not adequate, this is due to the lack of or no training for clients, so they do a poor job because they are not properly motivated.

Keywords: customer service, quality of service, MyPes

CONTENIDO

1. Título	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas	26
2.3 Marco conceptual	37
III. Hipótesis.....	38
IV. Metodología.....	39
4.1 Diseño de la investigación.....	39
4.2 Población y muestra	40
4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	41
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
4.5 Plan de análisis	44
4.6 Matriz de consistencia	44
4.7 Principios éticos	46
V. Resultados.....	47
5.1 Resultados	47
5.2 Análisis de resultados	52
VI. Conclusiones.....	57
Aspectos complementarios.....	59
Referencias bibliograficas	68
Anexos.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del servicio al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.....	47
Tabla 2. Características de los Elementos tangibles en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.....	48
Tabla 3. Características de la Fiabilidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.	49
Tabla 4. Características de la Capacidad de respuesta en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.....	49
Tabla 5. Características de la Empatía en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022	50
Tabla 6. Características de la Seguridad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022	50
Tabla 7. Propuesta de un plan de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La atención recibida es la adecuada	87
Figura 2. El servicio brindado cumple con las expectativas	87
Figura 3. El tiempo de espera es el adecuado	88
Figura 4. Interés y disposición en resolver problemas.....	88
Figura 5. Promociones, ofertas y descuentos.....	89
Figura 6. Página web para interacción con clientes	89
Figura 7. Toman en cuenta la sugerencia de clientes.....	90
Figura 8. Brindan instalaciones modernas.....	90
Figura 9. Brindan habitaciones cómodas.....	91
Figura 10. Buena imagen para sus clientes.....	91
Figura 11. Trabajo en equipo entre los empleados	92
Figura 12. Empleados capacitados para atender al cliente.....	93
Figura 13. Cordialidad al momento de atender.....	94
Figura 14. Comunicación entre empleados y clientes	94
Figura 15. Empleados demuestran ser confiables.....	95

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en un mundo tan competitivo donde las MyPes cumplen un rol fundamental para el desarrollo social y económico de cada país desarrollando actividades económicas tales como la comercialización de bienes o la prestación de servicios que interesen y satisfagan las necesidades de sus consumidores siendo importante para nuestro país debido a que generan un significativo porcentaje del Producto Bruto Interno (PBI) peruano, así como también una de las principales fuentes de trabajo.

Por lo consiguiente en Colombia las MyPes conforman el 80% del empleo del país, lo que demuestra la importancia para el sistema productivo colombiano ya que generan dos tercios del empleo nacional además aportan al Producto Bruto Interno siendo fundamentales para el desarrollo y crecimiento de su economía, no obstante en el 2020 se liquidaron 37000 MyPes que no cuentan con el asesoramiento adecuado para la coordinación y control de los roles que se manejan dentro de la empresa así como la contratación ineficiente de personal calificado que cumpla con las tareas encomendadas brindando así una buena atención al cliente. (Vega, 2021)

Igualmente en Chile la MyPes sobresalen por ser más del 60% de empresas en dicho país, además el 70% de la mano de obra empleada es contratada solamente por las Micro y Pequeñas empresas, gracias a ello una inmensa cantidad de personas contribuyen a la economía nacional, por otra parte existen varios inconvenientes siendo uno de ellos la escasa participación de estas con los medios publicitarios siendo esto esencial para el conocimiento y concurrencia de los clientes lo que puede ser de suma importancia para una buena popularidad de nuestra empresa. (García, 2019)

De igual manera en Bolivia las MyPes se distinguen por otorgar un 83 % de empleo un gran porcentaje siendo este el porcentaje más alto después de las medianas y grandes empresas, sin embargo, en su participación en el Producto Bruto Interno establecen un 25% lo que manifiesta un mayor aporte a la generación de trabajo, con menor colaboración al PBI, por otra parte

enfrentan diversos problemas dentro del mercado tales como la competencia, ya sea debido a la falta de innovación en el servicio que se estas ofrecen y a la capacitación apropiada que tienen que tener sus colaboradores. (Olivera, 2018)

En el Perú es uno de los países más atractivos en cuanto a los maravillosos lugares que ofrece, señalado esto al ser Tumbes una zona fronteriza se estima que se realizaron alrededor de 385 mil viajes por turismo con destino a nuestro departamento, lo que representa el 0.8% del total de viajes a nivel nacional, según las estadísticas de arribos de visitantes nacionales a establecimientos de hospedajes en la región de tumbes, el año 2018 se registró un crecimiento del 8.0% comparado al año anterior. (Mincetur, 2018)

Hoy en día son más las personas que viajan con la finalidad de conocer ciertos lugares de nuestra localidad, es por ello que los servicios de hospedajes son indispensables para su funcionamiento, ya que muchos clientes ya sean locales o extranjeros se preocupan por el tipo de lugar que tomaran como alojamiento, siempre y cuando sea un servicio de hospedaje que cumpla con las expectativas que este reúna ya sea en el precio, la calidad o el servicio lo que para muchas MyPes de la región tumbes les resulta difícil ya sea por falta de conocimiento sobre los nuevos sistemas de calidad o por que los propietarios no están capacitadas para administrar un hospedaje, dado esto el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo inicio gratuitamente una serie de capacitaciones dirigidas a los propietarios de los hospedajes con la finalidad de mejorar la calidad en la prestación de este servicio, así mismo se buscó que los responsables de brindar dicho servicio implanten un proceso de mejora continua, a través de capacitación y atención para que estas apliquen buenas prácticas en la gestión del servicio (Mincetur, 2018).

Para precisar el problema se planteó la siguiente interrogante ¿Cuál es la propuesta de mejora de la Atención al Cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022? Así mismo para resolver el problema se formuló el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la Atención al Cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Y para desarrollar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Identificar las características del servicio al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Describir las características de los Elementos tangibles en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Describir las características de la Fiabilidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Conocer las características de la Capacidad de respuesta en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Definir las características de la Empatía en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Determinar las características de la Seguridad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

La presente investigación se justificó en lo práctico, porque se utilizó mecanismos que permiten conocer y encaminar la Atención al cliente y Calidad de servicio en la provincia de Tumbes. Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento de la Atención al cliente y Calidad de servicio, teniendo como base el uso de herramientas como las principales características del servicio al cliente, elementos tangibles, capacidad de respuesta, fidelización, empatía, seguridad. Se justifico metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso el servicio hospedaje. Se justifico profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el título profesional de licenciado en administración. Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a la MyPes el manejo del negocio motivándolo al cambio, para una mejor prestación de los servicios. Se justifico por convivencia porque permite conocer la realidad de la Atención al cliente

y Calidad de servicio del rubro hospedaje en el distrito de Tumbes. Promoviendo el fortalecimiento de las MyPes.

Con respecto a la metodología, la investigación fue de diseño no experimental – transversal-descriptivo – de propuesta. Se utilizó una muestra de 385 clientes, se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos, obteniendo los siguientes resultados: el 56.36% de los clientes afirma que casi siempre la atención recibida es la adecuada, el 73.25% de los clientes asevera que nunca brindan promociones, ofertas y descuentos, el 52.21% de los clientes atestiguan que los empleados muy pocas veces están capacitados para atender al cliente y el 54.03 de los clientes encuestados asegura que los empleados algunas veces están motivados al cumplir sus funciones. Se concluye que el servicio brindado cumple con las exigencias de los clientes, sin embargo, estos establecimientos no brindan promociones, ofertas y descuentos, por otro lado, la atención recibida por parte de los empleados no es la adecuada, esto es da por la poca o nula capacitación hacia los clientes por lo que realizan un deficiente trabajo debido a que no se encuentran debidamente motivados.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1. Atención al cliente

Campoverde (2021) en su investigación *Atención al cliente en el servicio de A y B del Hotel Wyndham Garden para la implementación de estrategias de fortalecimiento y bioseguridad*. Tuvo como objetivo general: analizar el servicio de calidad y bebidas del Hotel Wyndham Garden, mediante la aplicación de un instrumento técnico para el diseño de una propuesta, que atienda la necesidad detectada, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 378 clientes, se obtuvo los siguientes resultados: el 28% de encuestados afirma que el hotel se encuentra en constante actualización en cuanto al servicio brindado por el departamento de alimentos y bebidas, el 35% de encuestados indica que el personal hace buen uso de los protocolos, buen desenvolvimiento y buen manejo al resolver inconvenientes, el 29% de encuestados expresa que la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores es muy buena, el 24% de encuestados manifiesta que se sienten cómodos de la seguridad brindada por parte del establecimiento, el 28% de encuestados contempla que están de acuerdo con la empatía mostrada por los trabajadores. Llegando a la siguiente conclusión: que el fortalecimiento del talento humano es fundamental para darle sentido y viabilizar los objetivos de la empresa, así mismo debe ser considerado como una prioridad ya que la atención que brindan los empleados hacia los clientes debe ser la adecuada logrando así una buena perspectiva en su desempeño y calidad de servicio.

Corrales & Anchundia (2021) en su investigación *Análisis de la atención al Cliente con capacidades auditivas reducidas en los hoteles cuatro estrellas de la ciudad de Guayaquil para el diseño de una guía web*. Tuvo como objetivo general: identificar y examinar cuales son las

delimitantes en la atención, dando a los huéspedes con capacidades reducidas auditivas estabilidad en los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Guayaquil, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 384 clientes, se obtuvo los siguientes resultados: el 49% de encuestados son de género masculino, el 40% de encuestados están entre 21 – 28 años de edad, el 95% de encuestados son de origen nacional, el 40% de encuestados indica que existen 12 establecimiento con esta categoría, el 44% de encuestados afirma que son diversos los motivos de ir a una empresa de este rubro, el 89% conoce el funcionamiento de una página web, el 76% de encuestados está de acuerdo con una guía web hotelera sobre el servicio brindado, el 97% de encuestados si les gustaría la guía web antes mencionada, el 56% de encuestados indican que la guía web debería tener diversas opciones, el 58% de encuestados manifiesta que si tienen un familiar con algún problema de audición, el 88% de encuestados considera que si conocen alguna asociación de discapacidad auditiva, el 56% contempla que la reuniones realizada por parte de estas organizaciones son al aire libre, el 97% de encuestados asume que los hoteles deben tener personal calificado para la atención de personas con audición reducida. Llegando a la siguiente conclusión: que los establecimientos de este rubro no cuentan con un registro de personas discapacitadas por lo cual el diseño de una guía web sería muy favorable para contar una base de datos que contribuya al buen desempeño de los empleados.

López M. (2018) en su investigación *Análisis de la Gestión de Atención al cliente en los hoteles GHL Guayaquil y el perfeccionamiento del espíritu de hospitalidad como cultura organizacional en sus empleados*. Tuvo como objetivo general: describir el análisis de la Gestión de Atención al cliente en los hoteles de la cadena Grupo Hotelero Londoño (GHL) en Guayaquil, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 215 huéspedes , se tomó como muestra a 201 clientes, se obtuvo los siguientes resultados: el 56% de encuestados afirman que si perciben la calidad de servicio en el establecimiento, el 60% de encuestados manifiestan que adquieren una óptima atención por parte de sus trabajadores, el 51% de encuestados contempla que están

satisfechos con la atención que está a cargo en el servicio solicitado, el 45% de encuestados indican que reciben un buen trato, presentación y atención al cliente por parte del colaborador, el 42% de encuestados consideran que se les ofrece un servicio de calidad por parte del establecimiento, el 51% califica que la empresa refleja seguridad hacia sus clientes, el 47 % de encuestados evidencian un manejo aceptable de calidad, orden y limpieza en todas las áreas del hoteles en mención, el 48% de encuestados afirman que los alimentos brindados son de calidad, el 48% de encuestados manifiestan que el servicio brindado es eficiente, el 43% de encuestados afirma que el precio pagado no es el adecuado por el servicio brindado. Llegando a la siguiente conclusión: que la calidad de servicio recibida por el cliente impacta en la demanda y productividad de los hoteles por lo que se elaboró una propuesta de un plan de procesos a efectuarse para mejorar en las dificultades en el servicio y mantener el estándar de calidad y posicionamiento en el mercado.

Variable 2. Calidad de servicio

Suarez & Castillo (2020) en su investigación *Calidad del Servicio al Cliente en los Hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la ciudad de Panamá, república de Panamá*. Tuvo como objetivo general: analizar la calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la ciudad de Panamá, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 110 clientes, se obtuvo los siguientes resultados: el 50% de encuestados son de género masculino, el 40% de encuestados están entre 26 y 35 años, el 43% de encuestados afirma que se han asistido entre 1 a 3 veces, el 86% de encuestados indica que las instalaciones físicas que ofrece el establecimiento son atractivas, 75% de encuestado considera que los empleados de los hoteles poseen una apariencia pulcra, el 61% contemplan que la empresa muestra un sincero interés en solucionar los problemas que se hayan suscitado, el 88% de los encuestados asegura que se brindó adecuadamente el servicio la primera vez que lo visitaron, el 70% de encuestados aseveran que cumplen con sus exigencias, el 62% de encuestados afirma que

el personal si es amable con los huéspedes, el 71% indica que los trabajadores si transmiten confianza hacia los clientes, el 65% considera que los colaboradores cuentan con el conocimiento suficiente para responder a las dudas de los asistentes. Llegando a la siguiente conclusión: que la calidad en el servicio es el resultado de un proceso de evaluación al cliente donde la medición de la calidad se realiza mediante las expectativas con las que llega el mismo y la atención que recibe la empresa.

Alvarado (2019) en su investigación *Análisis de la Calidad de los Servicios del Hotel Sol de Oriente para el diseño de un plan de Gestión de Calidad*. Tuvo como objetivo general: analizar la calidad de los servicios del hotel Sol de Oriente para el diseño de un plan de gestión de calidad, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 340 huéspedes, se obtuvo los siguientes resultados: el 27% de encuestados afirma que el establecimiento no cuenta con instalaciones físicas y dotación tecnológica de manera que les permita ofrecerles un mejor confort a sus clientes, el 31% de encuestados indica que la empresa no cuenta con estrategias de gestión administrativa que permita cumplir con los servicios brindados para lograr disminuir la perspectiva negativa de los huéspedes, el 34% de encuestados manifiesta que el interés, el tiempo de respuesta y la comunicación por parte de los colaboradores no es la adecuada, el 35% de encuestados expresa que la actitud, disposición y disponibilidad brindada por los empleados no es la apropiada, el 24% de encuestados considera que el hotel brinda seguridad en cuanto al servicio que ofrece. Llegando a la siguiente conclusión: que la calidad de servicio percibido se debe hacer énfasis en la forma en que este se presta (la rapidez al momento del registro, capacidad de los colaboradores para resolver problemas, la tranquilidad y limpieza de las habitaciones, infraestructura adecuada, capacitación a los empleados e invertir en nuevas tecnologías que permita prestar una mejor atención).

Villón. (2018) en su investigación *Análisis de la Calidad de servicio en el hotel Air Suites, una propuesta de mejora*. Tuvo como objetivo principal: diseñar un plan de mejora de la gestión de calidad del hotel Air Suites de la ciudad de Guayaquil, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 347 clientes, se obtuvo los siguientes resultados: que el 51% de encuestados son de procedencia extranjera, el 57% de los encuestados son de género masculino, el 52% de encuestados están entre 26 y 35 años de edad, el 68% de encuestados cuentan con instrucción académica e tercer nivel, el 60% de encuestados son de estado civil soltero, el 31% de encuestados afirma que no está satisfecho con el servicio brindado por parte del hotel, el 44% de encuestados indica que la capacidad de respuesta por parte de los empleados es regular, el 37% de encuestados califica en un término medio la profesionalidad de los colaboradores, el 29% de encuestados asegura que la calidad en comparación con la competencia es buena, el 41% de encuestados manifiesta que el servicio brindado por la cafetería es regular, el 35% de encuestados contempla que la variedad de platillos brindados al no tener variación es regular, el 58% de encuestados considera que las tarifas son muy altas, el 72% de encuestados afirma que las habitaciones si están debidamente equipadas cumpliendo con las exigencias del cliente, el 59% de encuestados indica que la ubicación es lo más importante a la hora de elegir el establecimiento, el 72% de encuestados asegura que si está dispuesto a recomendar al hotel en mención. Llegando a la siguiente conclusión: que los huéspedes que frecuentan esta empresa buscan confort y calidad de servicio sin embargo no existe un sistema de gestión lo que se propone una propuesta de mejora que ayude a subsanar la problemática que afecta el servicio que brinda el hotel.

Antecedentes nacionales

Variable 1. Atención al cliente

Mauri (2021) en su investigación *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Hospedajes: Caso Hospedaje La Mar, Distrito de Ayacucho, 2019*. Tuvo como objetivo general: describir como es la Atención al Cliente en el Hospedaje la mar en el distrito de Ayacucho, 2019, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 384 clientes, se obtuvo los siguientes resultados: que el 54% de encuestados están entre 18 a 30 años de edad, el 54% de encuestados afirma que el hospedaje en mención siempre cumple con las expectativas de los clientes, el 40% de encuestados indica que casi siempre están satisfechos con la atención brindada, el 58% de encuestados asegura que el establecimiento es un lugar seguro y discreto, el 60% de encuestados manifiesta que siempre tienen interés en atender a los huéspedes, el 60% de encuestados considera que la comunicación siempre es esencial al momento de atender, el 46% de encuestados contempla que la comunicación es casi siempre oportuna para la atención, el 76% de encuestados asevera que siempre la comunicación es rápida y efectiva, el 64% de encuestados ostenta que la publicidad de boca en boca y las promociones siempre son efectivas, el 42% de encuestados revela que el manejo de quejas por parte de los empleados siempre es el adecuado, el 32% afirma que los trabajadores casi siempre conocen el manejo de quejas y reclamos, el 42% indica que los colaboradores casi siempre entienden al momento de expresarle alguna queja, el 52% asegura que los antes mencionados siempre solucionan rápidamente las quejas o reclamos. Llegando a la siguiente conclusión: que el gran porcentaje de los clientes consideran un buen establecimiento al Hospedaje La Mar, a pesar de ello existe poco conocimiento en el manejo de quejas y reclamos por parte de los trabajadores por lo que se debe mejorar.

Ludeña (2020) en su investigación *Propuesta de mejora de Atención al Cliente para la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes caso: El Bosque, Nuevo Imperial-Cañete, 2019*. Tuvo como objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora de Atención al Cliente para la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes caso: El Bosque, Nuevo Imperial Cañete, 2019, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 5 MyPes y una muestra de 169 clientes, obtuvo los siguientes resultados: que el 44% de encuestados afirma que algunas veces la atención al cliente es rápida y eficaz, el 33% de encuestados indican que algunas veces dan una solución y resuelven sus problemas, el 43% de encuestados contempla que algunas veces cumplen con los protocolos de recibimiento y asistencia al cliente, el 34% de encuestados aseveran que casi siempre se les indica las normas de condiciones del servicio, el 39% de encuestados asegura que algunas veces se observan los precios y las tarifas, el 38% de los encuestados constata que casi siempre pueden interactúa con el hospedaje, el 43% de encuestados afirma que algunas veces confían en la integridad de los clientes, el 40% de encuestados indica que casi siempre el hospedaje brinda una buena imagen, el 36% de encuestados contempla que algunas veces los empleados muestra amabilidad, el 50% de encuestados asevera que casi siempre utilizan plan de mejora, el 70% de encuestados deduce que algunas veces las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas el 50% de encuestados señala que casi nunca participan en las capacitaciones para la mejora de calidad, el 40% de encuestados constata que algunas veces las políticas promueven la eficacia en el servicio, el 50% de encuestados asegura que casi siempre cumplen con los horarios establecido en el hospedaje, el 30% de encuestados señala que casi siempre están pendientes de los requerimientos de los clientes, el 60% de encuestado afirma que siempre los empleados reportan objetos olvidados por los clientes, el 40% de encuestados indica que siempre revisa las acciones para establecer propuestas de mejora. Llegando a la siguiente conclusión: que la propuesta de mejora planteada si influye en el hospedaje el bosque debido a que el personal de dicho establecimiento si cumple con los principios y componentes del control interno logrando resultados favorables en temas de rentabilidad

De la Cruz (2020) en su investigación *Caracterización de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y pequeña empresa del sector servicio rubro hospedajes, Caso: Hospedaje D' Campitos – Cañete, 2019*. Tuvo como objetivo general: cuales son las principales características de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y pequeña empresa del sector servicio rubro hospedajes, Caso: Hospedaje D' Campitos – Cañete, 2019, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario , con una población de 138 MyPes y una muestra de 131 clientes, obtuvo los siguientes resultados: el 79% de los encuestado afirma que casi siempre suelen recibir una atención rápida por parte del personal, el 65% de encuestados indica que casi siempre el personal que lo atendió resolvió sus dudad, el 81% de encuestados señala que casi siempre reciben un trato cordial y profesional, el 71% de encuestados asegura que casi siempre confía en la integridad del personal, el 74% de encuestados aseveran que casi siempre ha sido de su agrado el servicio brindado, el 51% de encuestados contempla que el hospedaje siempre cumple con sus expectativas. Llegando a la siguiente conclusión: que el hospedaje brinda una buena atención a sus huéspedes para que se sientan satisfechos con los servicios brindados.

Variable 2. Calidad de servicio

Villanueva (2020) en su investigación *Calidad de servicio y Satisfacción al cliente del hospedaje Servicios Turísticos el Tuity-Lamas, 2020*. Tuvo como objetivo general: describir las dimensiones de la calidad de servicio y satisfacción al cliente del hospedaje Servicios Turísticos el Tuity – Lamas, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 68 clientes, obtuvo los siguientes resultados: que el 52% de encuestados considera que las instalaciones son modernas y adecuada, el 54% de encuestados señala que el personal siempre esta correctamente vestido, el 47% de encuestados afirma que casi siempre la información brindada es adecuada y entendible, el 41% de encuestados indica que los materiales siempre son atractivos, el 52% de encuestados asegura que el personal siempre muestra interés por solucionar sus quejas o reclamos, el 67% de los encuestados muestra que la empresa si cumple con lo promocionado, el 61% de los encuestados manifiestan que los empleados siempre realizan el servicio solicitado, el 60% de los encuestados señala que siempre se le informa sobre los productos y promociones que ofrece el hotel, el 58% de los encuestados consideran que siempre están dispuestos a ayudar, el 44% de los encuestados afirma que el tiempo de espera siempre es el adecuado, el 58% de los encuestados indica que lo horarios siempre son convenientes, el 60 % de encuestados contempla que el personal siempre comprenden sus necesidades, el 52% de encuestados manifiestan que siempre hay colaboradores que ofrecen atención personalizada, el 63% de encuestados asegura que siempre sienten confianza en el personal, el 67% de encuestados considera que el personal siempre es amable, el 60% de encuestados señala que el personal siempre le ofrece información completa y detallada, el 58% de encuestados afirma que se siente satisfechos por el desempeño del personal, el 61% de encuestado indica que siempre se encuentran satisfechos con la atención recibida, el 64% de encuestados asegura que siempre están de acuerdo con los resultados obtenidos, el 50% de encuestados afirma que siempre percibe la calidad de atención que esperaba, que el 44% de encuestados indica que el servicio recibido a cubierto sus expectativas el 57% de encuestados asegura que siempre cumple con las publicidad que ofrece el 61% de encuestados

señala que siempre cumplen con sus expectativas el 55% de encuestados considera que siempre visitaría el establecimiento. Llegando a la siguiente conclusión: que la administración del hospedaje se está preocupando por brindar un servicio de calidad a sus clientes, por lo que logra satisfacer eficientemente las necesidades de los mismos.

Salas (2020) en su investigación *Calidad de servicio y su influencia en la Satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios: caso "Hospedaje Rimas", Llata – Huamalés – Huánuco, 2019*. Tuvo como objetivo general: determinar la influencia de la Calidad de servicio en la Satisfacción del cliente del Hospedaje Rimas de la ciudad de Llatas en el año 2019, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 200 clientes tomando una muestra de 35 huéspedes, obtuvo los siguientes resultados: que el 40% de encuestados afirma que está de acuerdo con la amabilidad en la atención brindada, el 51% de encuestados indica que están totalmente de acuerdo con la calidad de atención, el 31% de encuestados asegura que está de acuerdo con la satisfacción de sus necesidades, el 40% de encuestados señala que está de acuerdo con el cumplimiento de sus necesidades, el 34% de encuestados contempla que está de acuerdo en cuanto la confianza que inspira, el 42% de encuestados asevera que está de acuerdo en cuanto al porcentaje de errores, el 37% de encuestados considera que están totalmente de acuerdo en cuanto a la seguridad brindada, el 45% de encuestados manifiesta que está totalmente de acuerdo con la amabilidad brindada, el 40% de encuestados declara que está de acuerdo con en cuanto a la disponibilidad al momento de brindar información, el 57% de encuestados revela que está totalmente de acuerdo con la capacidad para solucionar problemas. el 48% de encuestados ostenta que está totalmente de acuerdo en cuanto al conocimiento sobre sus necesidades, el 80% de encuestados afirma que está totalmente de acuerdo con la satisfacción brindada, el 34% de encuestados indica que no está ni acuerdo ni desacuerdo con en cuanto a la prioridad en los servicios al cliente, el 57% de encuestados señala que está totalmente de acuerdo con el cuidado con el servicio al cliente, el 60% de encuestados asegura que están totalmente de acuerdo con la necesidad de tener nuevos clientes, el 40% de encuestados asevera que está de acuerdo con la

amabilidad brindada, el 51% de encuestados contempla que está totalmente de acuerdo con la informaciones necesarias del trabajo, el 54% de encuestados declara que está totalmente de acuerdo con la calidad de atención siendo del agrado de los clientes. Llegando a la siguiente conclusión: que existe un resultado positivo en cuanto a calidad servicio brindada ya que esto es reconocido por sus clientes así mismo se propone mejorar en la capacitación de su personal y una mejora mediante la innovación de sus instalaciones.

Choy & Pozada (2019) en su investigación *Evaluación de la Calidad de Servicio del establecimiento de hospedaje Lucky Star del Distrito de Chiclayo – Lambayeque, 2018*. Tuvo como objetivo general: evaluar la Calidad de Servicio del establecimiento de hospedaje Lucky Star del Distrito de Chiclayo – Lambayeque, la metodología utilizada fue de tipo y nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 20 huéspedes, obteniendo como resultado que el 35% de los clientes que se alojaron en este establecimiento tienen entre 45 y 54 años, así mismo se observa que el 50% de estos son de sexo masculino, también se observó que 75% de huéspedes alojados son de procedencia nacional, además se identificó que el 40% de ellos son de la ciudad de Lima, del mismo modo se conoció que el 70% de usuarios visitaron la ciudad por tema de negocios, siendo el 65% quienes se alojaron por primera vez y el 40% los cuales no pernotaron más de 2 noches, por otra parte el 60% de clientes afirman que el establecimiento en mención no cuenta con equipamiento moderno de acuerdo a su rubro, también se contempló que el 70% de asistentes aseguran que la empresa no cuenta con una cultura de calidad, así mismo se supo que el 65% de ellos expresan que los colaboradores no detallan las condiciones del servicio que se ofrece, sin embargo el 70% menciona que ofrecen un servicio seguro donde el huésped pueda confiar en los colaboradores, por último el 60% afirma que la MyPe no cuenta con una buena atención al cliente, concluyendo que el hospedaje Lucky Star no cumple con las especificaciones tangibles planteadas por el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, además los colaboradores necesitan de la capacitación respectiva para satisfacer las necesidades de su huéspedes y superar sus expectativas

Antecedentes regionales

Variable 1. Atención al cliente

Zapata (2021) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al cliente de la MyPes, sector servicio, rubro restaurant: caso Bahía Lounge del distrito de tumbes, 2021*. Tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al cliente de la MyPes, sector servicio, rubro restaurant: caso Bahía Lounge del distrito de tumbes, 202, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo con una población muestral de 16 clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, obtuvo los siguientes resultados: que el 100% de encuestados afirma que siempre es importante tomar en cuenta las sugerencia y recomendaciones del cliente, el 62% de encuestados asevera que casi siempre se explica el proceso de servicio de atención al cliente que se brinda, el 100% de encuestados atestigua que el tipo de control de calidad que utiliza para medir el servicio que brinda en su restaurante siempre es el apropiado, el 68% de encuestados testifica que el tipo de proceso utilizado para tener una buena administración casi siempre es el adecuado, el 56% de encuestados indica que el personal siempre recibe capacitación, que el 93% de encuestados revela que el protocolo de bienvenida que ofrece su personal de atención al cliente siempre es el adecuado, el 75% de encuestados muestra que el servicio que brinda en su negocio casi siempre es calificado de buena calidad, el 62% de encuestados asegura que el servicio que le brinda siempre va de acuerdo a lo que pagan, el 75% de encuestados manifiesta que casi siempre la empresa se preocupa por el servicio que brinda y el 75% de encuestados exhibe que casi siempre el personal está en el momento que es necesario. Llegando a la conclusión que existe un alto nivel de gestión de calidad en relación con la atención al cliente que imparten los trabajadores, mostrando empatía, asertividad y compromiso hacia al cliente; y que los propietarios de los establecimientos de restaurantes se preocupan por las condiciones y necesidades laborales de los trabajadores.

Tinedo (2019) en su investigación *Caracterización de Gestión de calidad y Atención al cliente de las MyPes, sector servicio, rubro hoteles, distrito de Zorritos, 2018*. Tuvo como objetivo general: determinar las Características de Gestión de calidad y Atención al cliente de las MyPes, sector servicio, rubro hoteles, distrito de Zorritos, 2018, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 7 MyPes y una muestra de 68 clientes, obteniendo como resultado que el 44% de encuestados afirma que es más o menos largo el tiempo de espera por el servicio, el 44% de encuestados indica que más o menos escuchan los problemas de los clientes, el 31% de encuestados aclara que la información brindada es la correcta, el 34% de encuestados aseguran que no tanto ayudan a los clientes, el 28% de encuestados asevera muy rápidamente tienen la capacidad de ayudar, el 31% de encuestados menciona que están muy informados, el 32% de encuestados testifica que la información proporcional no es muy clara, el 46% de encuestados muestra que el servicio es muy útil, el 38% de encuestados revela que esperaban algo mejor en cuanto a la experiencia con los representantes y el 59% de encuestados atestiguan que si recomendarían a la empresa. Llegando a la siguiente conclusión: que la atención a la cliente brindada por los hoteles no es tan rápida ni tan lenta, así mismo como el tiempo de espera por parte de los clientes considerando que está dentro del promedio.

Rosales (2018) en su investigación *Caracterización de la Atención al cliente y Competitividad de las MyPes, sector servicio, rubro venta de teléfonos móviles en el cercado de Tumbes, 2017*. Tuvo como objetivo general: determinar la caracterización de la atención al cliente y la competitividad de las MyPes, sector servicio rubro venta de teléfonos móviles en el cercado de Tumbes, 2017, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo con una población de 10 MyPes y una muestra de 68 clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, obtuvo los siguientes resultados: que el 75% de encuestados afirma que califica como buena la atención que se les brinda, el 75% de encuestados indica que la actitud del personal si es la adecuada, el 100% de encuestados asegura que el espacio físico donde se atiende al cliente si es el adecuado, el 100% de encuestados señala que si existe empatía en la empresa,

el 75% de encuestados contempla que el servicio al cliente si es el adecuado, el 75% de encuestados asevera que la empresa si atiende sus quejas y reclamos, el 100% de encuestados considera que la comunicación cliente – vendedor si es buena, el 75% de encuestados manifiesta que si existe iniciativa entre el personal de las tiendas de venta de celulares, el 68% de encuestados declara que si satisface sus necesidades de compra , el 75% de encuestados revela que la calidad de los productos que brindan estas empresas si es buena, el 75% de encuestados ostenta que si valoran el servicio que brindan las empresas, el 50% de encuestados afirma que si les pareció excelente la variedad de los productos y accesorios , el 100% de encuestados indica que la calidad de los productos que brindan si es buena, el 75% de encuestados señala que si brindan promociones, el 100% de encuestados asegura que la entrega de los productos si es la correcta, el 100% de encuestados asevera que la distribución de los productos en las tiendas de venta de celulares si es adecuada, el 75% de encuestados contempla que la rapidez de entrega de los productos que se dan en estas empresas si es óptima, el 50% de encuestados declara que los precios de los productos que ofrecen las MyPes si son bajo, el 100% de encuestados señala que los precios que brindan las empresas de tiendas de venta de celulares si son acorde al mercado, el 100% de encuestados contempla que los productos que ofrece la empresa si son competitivos, el 100% de encuestados asevera que la empresa si orienta sobre las características de los productos les brinda a sus empleados, el 100% de encuestados considera que las técnicas de calidad de ventas que aplica la empresa si son correctas, el 100% de encuestados manifiesta que si existe variedad de productos que tienen estas tiendas de venta de celulares, el 100% de encuestados declara que las empresas si se adaptan a los cambios, el 100% de encuestados revela que si ofrecen descuentos al momento de la compra, el 100% de encuestados ostenta que la garantía que ofrecen las empresas respecto a sus equipos si es buena, el 100% de encuestados afirma que los productos que ofrece la empresa si son competitivos, el 100% de encuestados indica que la empresa si utiliza bien sus canales de distribución, el 100% de encuestados señala que una MyPe si necesita canales de distribución para sus ventas, el 60% de encuestados asegura que las empresas si monitoreen su producto y marca, el 100% de encuestados asevera que los canales de distribución si centralicen decisiones básicas en la comercialización, el 70% de encuestados contempla que los canales de

distribución si permiten vender los productos en lugares de poco acceso, el 100% de encuestados declara que la utilización de canales de distribución si genera elevados costos para las MyPes, el 100% de encuestados afirma que si es importante colocar el producto en un lugar de fácil acceso y el 50% de encuestados indica que la relación existente entre clientes y vendedores si es adecuado. Llegando a la conclusión: que las características de atención al cliente están enfocadas a que las MyPes disponen de un adecuado espacio físico, además existe empatía entre trabajadores y clientes permitiendo ofrecer todos los beneficios de los productos, existe una buena comunicación entre clientes y trabajadores, logrando satisfacer sus necesidades en donde los trabajadores presentan iniciativa, cabe indicar que es necesario indicar que si atienden las quejas y reclamos lo cual genera una buena atención al cliente

Variable 2. Calidad de servicio

Salazar (2021) en su investigación *Calidad de servicio y publicidad en las MyPes del sector servicio, rubro cabinas de internet Lan Center (Gamers) en el distrito de Tumbes 2019*. Tuvo como objetivo general: determinar las características Calidad de servicio y publicidad 26 en las MyPes del sector servicio, rubro cabinas de internet Lan Center (Gamers) en el distrito de Tumbes 2019, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 68 clientes, obtuvo los siguientes resultados: que el 58% de encuestados afirma que ambiente donde usted juega esta siempre limpio y tiene la comodidad para jugar, el 55% de encuestados indica que Los equipos de cómputo siempre son rápidos para jugar de acuerdo a su información recibida, el 50% de encuestados asegura que cuándo se tiene problemas en el juego o con la computadora, siempre hay solución inmediata, el 61% de encuestados señala que siempre se siente seguro y confiable cuando juega con su cuenta sin perderla, el 52% de encuestados cree que el dueño del negocio siempre entiende las necesidades de los jugadores y los satisface, el 41% de encuestados asevera que la información que le dan con respecto a los equipos de cómputo y los juegos siempre es precisa y exacta, el 73% de encuestados considera que cuándo llega al negocio siempre lo atienden

inmediatamente, el 76% de encuestados manifiesta que siempre hay respeto y buen trato hacia los clientes, el 52% de encuestados declara que siempre cumplen con el horario de atención al momento de abrir y cerrar el negocio, el 44% de encuestados revela que siempre son comunicados cuando hay eventos y actualizaciones de los juegos, el 50% de encuestados ostenta que siempre es visible y creativo el catálogo de los juegos que existen en este negocio, el 41% de encuestados afirma que siempre están capacitados e informados para manejar este tipo de negocio, el 67% de encuestados indica que siempre brindan ayuda o asesoría ante algún problema cuando juega, el 54% de encuestados señala que siempre utiliza la publicidad en las redes sociales, el 51% de encuestados asegura que siempre reparte volantes publicitarios este negocio, el 30% de encuestados asevera que siempre necesita hacer publicidad en radio o televisión para atraer más clientes, el 76% de encuestados contempla que los carteles publicitarios que se encuentran en la parte externa del negocio siempre son llamativos , el 58% de encuestados declara que los juegos que utilizan siempre están actualizados, el 69% de encuestados señala que la información que brinda este negocio van acorde con lo que usted juega o conoce, el 64% de encuestados contempla que este negocio es original, llamativo y capta la atención del cliente, el 66% de encuestados asevera que siempre comunican sobre las novedades o nuevos juegos que van a instalarse y el 66% de encuestados considera que siempre se siente a gusto de jugar aquí. Llegando a la conclusión: que, si transmite algún tipo de publicidad y que las características de la publicidad están presentes, las cuales componen los elementos básicos sobre el que se establece la medida de la efectividad publicitaria.

Estrada (2021) en su investigación *Calidad de servicio y Satisfacción al cliente, en las MyPes sector servicio, rubro restaurante en el distrito de la Cruz – Tumbes, año 2021*. Tuvo como objetivo general: determinar Calidad de servicio y Satisfacción al cliente, en las MyPes sector servicio, rubro restaurante en el distrito de la Cruz – Tumbes, año 2021, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 5 MyPes y una muestra de 68 clientes, obteniendo como resultado: que el 62% de encuestados afirma que está satisfecho en cuanto a satisfacción al cliente,

el 63 % de encuestados indican que respecto a la dimensión empatía es la adecuada, el 54 % de encuestados asegura que respecto a la dimensión seguridad es la adecuada, el 65 % de encuestados asevera que respecto a la dimensión capacidad de respuesta es la adecuada, el 53 % de encuestados ostenta que respecto a la dimensión elementos tangibles es la adecuada, el 59 % de encuestados revela que respecto a la dimensión accesibilidad es la adecuada, el 51 % de encuestados testimonia que respecto a la dimensión confiabilidad es la adecuada, el 79 % de encuestados afirma que están satisfechos respecto a la dimensión fiabilidad, el 71 % de encuestados indica que están satisfechos respecto a la dimensión expectativa, el 60 % de encuestados aseguran que están satisfechos respecto a la dimensión fidelización, el 66 % de encuestados aseguran que están satisfechos respecto a la dimensión producto adecuado y el 62 % de encuestados aseguran que están satisfechos respecto a la dimensión calidad técnica. Llegando a la conclusión: que la calidad de servicio; los clientes indican que el personal es agradable, conoce y comprende al cliente, cumplen con la seguridad del establecimiento; respecto a la satisfacción, los clientes están satisfechos, reciben atención e información oportuna, los productos son los requeridos por su calidad y confianza, lo recomiendan por ser clientes constantes.

Yangua (2020) en su investigación *Calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: caso "Playa Hermosa" – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020*. Tuvo como objetivo general: determinar el nivel de Calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes: caso "Playa Hermosa" – Puerto Pizarro – Tumbes, año 2020, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 1 MyPe y una muestra de 68 clientes, obteniendo como resultado: que el 60% de encuestados señala que la empresa brinda si brinda un buen servicio de calidad. Llegando a la conclusión: que los aspectos satisfactorios en cuanto a lo que precisa cada trabajador ha evidenciado y demostrado que existen niveles altos del factor satisfactorio ya que cada trabajador emplea empatía como ser puntual, mostrar disposición, muestran atención y compromiso.

Antecedentes locales

Variable 1. Atención al cliente

Bayona (2020) en su investigación *Caracterización de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las MyPes del sector servicio, rubro hospedajes en la urbanización José Lisner Tudela, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinación la Caracterización de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de las MyPes del sector servicio, rubro hospedajes en la urbanización José Lisner Tudela, 2018, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo con una población de 8 MyPes y una muestra de 68 huéspedes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, obtuvo los siguientes resultados; que el 76% de encuestados afirma que la empresa no considera al cliente como prioridad, el 100% de encuestados asegura que la empresa no evalúa sus indicadores que compra, el 100% de encuestados ostenta que no consideran que la empresa está comprometida con ofrecer productos de calidad, el 94% de encuestados indica que no consideran que la cultura organizacional que ofrece la empresa busca comprender las necesidades del cliente, el 84% de encuestados revela que la empresa no ha innovado sus productos, el 100% de encuestados asevera que la empresa no utiliza medios tecnológicos para orientar correctamente al cliente, el 90% de encuestados testifica que la empresa no utiliza término correctos de acuerdo a su nivel de comunicación oral, el 91% de encuestados manifiesta que la empresa no ofrece beneficios, promociones, ofertas y descuentos, el 100% de encuestados muestra que el personal de ventas si muestra asertividad al momento de la atención al cliente, el 100% de encuestados exhibe que el personal de ventas lo informa correctamente respecto a los equipos y sus características, el 100% de encuestados afirma que el personal si muestra cordialidad en la atención, el 100% de encuestados asegura que el personal si es comunicativo y respetuoso al momento de realizar la venta, el 68% de encuestados ostenta que el personal si ofrece soluciones ante cualquier controversia, el 100% de encuestados indica que las empresas si cumplen al ofrecer los servicios que presentan los equipos al momento de la orientación, el 96% de encuestados revela que las empresas si cubren cada una de sus necesidades

de Compra y el 96% de encuestados asevera que si consideran que las empresas ofrecen una adecuada calidad en atención al cliente. Llegando a la conclusión: que el personal ofrece soluciones ante cualquier controversia, además concluyo que las distribuidoras cumplen y ofrecen los servicios que presenta los equipos al momento de la orientación, por consiguiente, los hospedajes cubren cada una de sus necesidades de compra, por último, los hospedajes ofrecen una adecuada calidad en atención al cliente.

Quinde (2018) en su investigación *Caracterización de la Atención al cliente y financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro hospedajes en el Centro de Tumbes, 2018*. Tuvo como objetivo general: determinar la Caracterización de la Atención al cliente y financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro hospedajes en el centro de tumbes, 2018, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 7 MyPes y una muestra de 68 clientes, obteniendo como resultado que el 100% de encuestados afirma que la información brindada en las redes sociales si son comprensibles, el 72% de encuestados asevera que la empresa si utiliza publicidad televisiva, el 95% de encuestados asegura que el personal no comunica la información adecuada al momento de la venta, el 95% de los encuestados manifiesta que el personal no ofrece las características optimas de los productos, el 95% de los encuestados menciona que el personal no muestra empatía al momento de la atención, el 95% de encuestados indica que el personal de ventas no lo informa correctamente, el 88% de los encuestados revela que el personal si muestra cordialidad en la atención, 91% de encuestados ostenta que el personal si se compromete con orientar al cliente, el 100% de encuestados exhibe que la empresa si utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado, el 100% de encuestados muestra que la empresa si utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero, el 85% de encuestados afirma que la empresa si utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio, el 85% de encuestados asegura que las tasas de interés que brindan las empresas financieras si son las adecuadas, el 100% de encuestados testifica que la empresa si utiliza financiamiento para invertir, el 71% de encuestados indica que la empresa si utiliza

contrato por un periodo de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo, el 71% de encuestados revela que la empresa si utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato leasing por el mismo equipo y el 100% de encuestados manifiesta que la empresa si a utilizado el warrant como una opción de comprar. Llegando a la siguiente conclusión: que el personal que labora en estos establecimientos muestra cordialidad en la atención, comprometiéndose con la empresa al momento de orientas a los huéspedes.

Variable 2. Calidad de servicio

Lojas (2021) en su investigación *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en las MyPes, sector servicio rubro hospedajes, en el centro poblado Andrés Araujo Moran, 2021*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las MyPes, sector servicio, rubro hospedajes en el centro poblado Andrés Araujo Moran, 2021. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 68 clientes, obteniendo como resultado que el 45% de los clientes están en desacuerdo con la variable calidad de servicio y el 35% están poco satisfechos con la satisfacción del cliente de los hospedajes del centro poblado Andrés Araujo Moran, 2021. Se concluyo que, para la calidad de servicio, los clientes no están de acuerdo con la imagen que ofrecen las MyPes del rubro hospedajes incumpliendo con sus expectativas.

Estupiñán (2020) en su investigación *Calidad de servicio y captación de huéspedes de las MyPes, sector servicio rubro hospedajes en el barrio San José del distrito de Tumbes,2020*. Tuvo como objetivo general: determinar la calidad de servicio y captación de huéspedes de las MyPes, sector servicio rubro hospedajes en el barrio San José del distrito de Tumbes,2020. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de 5 MyPes y una muestra de 68 clientes, obteniendo como resultado que el 77% de los huéspedes afirmar que los hospedajes si se

preocupan por los intereses de los clientes cumpliendo con las expectativas esperadas por los mismos, concluyendo que la calidad de servicio ofrecido por las MyPes del rubro hospedajes es buena ofreciendo un servicio confiable, con precios accesibles y buena atención por parte de su personal, sin embargo las instalaciones brindadas por estos establecimientos es deficiente.

Neyra (2019) en su investigación *Caracterización de la Calidad de servicio en las MyPes del sector servicio en las MyPes del sector servicio, rubro restaurantes: “Caso Pizza - LA” en el Distrito de Tumbes, año 2019*. Tuvo como objetivo general: determinar la Calidad de servicio en las MyPes del sector servicio en las MyPes del sector servicio, rubro restaurantes: “Caso Pizza - LA” en el Distrito de Tumbes, año 2019. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población de MyPe y una muestra de 68 clientes, obteniendo como resultado que el 77% de los huéspedes afirmar que los hospedajes si se preocupan por los intereses de los clientes cumpliendo con las expectativas esperadas por los mismos, concluyendo que la empresa los trabajadores entre ellos mozos y cocineros no cumple con lograr cumplir los objetivos de la empresa, que los productos alimentarios no están bien orientados a sus gustos y preferencias, es por ello que no se ofrecen productos de calidad que pueda influenciar en la decisión de compra de los comensales, pero cabe indicar que los comensales en promedio logran solucionar algún inconveniente que pueda acarrear en la degustación de los platos ofrecidos, pero en materia de atención existe un nivel promedio alto frente al personal de orientación.

2.2 Bases teóricas

Variable 1. Atención al cliente

En la actualidad la Atención al cliente es muy importante dentro de las micro y pequeñas empresas ya que, mediante el buen trato ofrecido por parte de estas, permitirá que el consumidor final se lleve una buena impresión del servicio o producto que está adquiriendo cabe resaltar que el cliente es el pilar primordial de toda empresa, no obstante son actividades que se dan con el beneficio de poder satisfacer a una persona en común, con un servicio que se le va a brindar y luego saber si esta buena o mala. (Mauri, 2021)

Mayormente cuando hablamos de atención al cliente se nos viene a la mente, el saber buscar la manera adecuada o la estrategia correcta para convencer a una persona que el producto o servicio que le estas ofreciendo sea de su agrado finalizando con la venta de este, sin embargo existen organizaciones que desarrollan actividades que buscan identificar la necesidades básicas de los clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de manera que puedan cubrir esas expectativas que cada consumidor pueda tener para conseguir su fidelización y la repetición de su compra. (Lopez, 2020)

Normalmente las Micro y pequeñas empresas que tratan de ofrecer una buena atención al cliente tratan tener a su lado un grupo de colaboradores que sepan tratar y atender a los usuarios entablando un dialogo que sea de su agrado al momento de atender sus consultas, sugerencias o reclamos, no obstante, merecen el mejor trato buscando fidelizar a sus clientes, logrando la satisfacción de estos para que regresen a comprar sus productos o servicios.

(Izquierdo, 2019) Definitivamente brindar una buena atención al cliente es indispensable, cuanto más eficiente sea mejor será la aceptación del producto o servicio que se ofrece, logrando crear una buena relación con él, lo que genera una mayor asistencia por parte de la clientela lo que generara un aumento de tus ingresos, no obstante son el conjunto de actuaciones las cuales una

empresa gestiona mediante la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de adquirir el producto logrando la satisfacción más alta en el cliente. (Ariza J & Ariza F, 2017)

Elementos de la atención al cliente

la atención al cliente es un factor indispensable para el día a día en una organización ya que es aquella persona que adquiere los servicios para satisfacer sus necesidades a cambio de un pago por lo que deben contar con los siguientes elementos tal como lo afirma Tarodo (2015)

a) Entorno.

Este se basa en todos los elementos físicos y elementos accesorios que son puestos en funcionamiento para que los clientes tengan una buena sensación del ambiente que los rodea.

b) Organización.

Este se basa en todos los elementos intangibles los cuales son utilizados con la finalidad de satisfacer a los clientes.

c) Empleados.

Este se basa en aquellas personas que se relacionan con los clientes y que forman parte de la empresa

Fases de la atención al cliente

Las fases que se debe tener en cuenta para tener un conocimiento más amplio que determinara la experiencia de la adquisición de un producto por parte de los clientes, tal como lo afirma Tarodo (2015)

a) Acogida. Esta fase consiste en acoger al cliente teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- La buena imagen que brinde la empresa hacia su clientela
- El trato que se le brinda al cliente debe ser el adecuado, lo que implica que tenemos que ser amables, empáticos, etc.

- la atención que se le ofrece para que se sienta cómodo, informándose previamente del tipo de cliente que es.
- b) Seguimiento. Esta fase se basa en la espera que realiza el cliente hasta que sea atendido por lo que debemos tener en cuenta los siguientes aspectos.
- Al momento de la espera se le tiene que comunicar quien lo va a atender, el tiempo que deberá esperar y la razón por la que debe esperar.
 - Cuando la espera es muy larga, el empleado debe estar pendiente de él dialogando con él y preguntando si necesita algo.
- c) Gestión. Esta fase se basa en atender las necesidades del cliente para ello la persona que se encarga de eso deberá escucharlo con mucho cuidado para absolver cualquier duda o consulta que tenga.
- d) Despedida. Esta fase se basa en culminar con la atención brindada habiendo resultado todas las dudas con la finalidad de que el cliente se retire satisfecho.

Tipos de atención al cliente

Es importante el tipo de atención al cliente que brindas a tus consumidores ya que esto puede determinar la lealtad hacia tu empresa, existen varios tipos esto en función a las distintas maneras de interacción con nuestro cliente, por su parte Da silva (2015) señala que los tipos de atención al cliente son:

- Atención presencial:

Este tipo se produce cuando existe una interacción física frente a frente entre el cliente y el colaborador, aquí es donde el dialogo que brindan los trabajadores deber ser el mejor para convencerlo de adquirir el producto o servicio.

- Atención telefónica

Para este tipo de atención se deben cumplir una serie de normas ya que no podemos acceder a las reacciones que muestra el receptor, por lo que debemos de tener en cuenta la actitud que entablamos en la comunicación, debido a que es muy diferente a la presencial

- Atención virtual

Este tipo de atención es muy utilizado últimamente gracias al comercio electrónico, aquí el consumidor evalúa la atención recibida a través del buen funcionamiento de la página, métodos de pago y sobre todo en la rápida respuesta ante algunas dudas por parte de sitios web que ofrecen productos

- Atención proactiva

Este tipo de atención se basa en tratar de buscar y motivar al cliente para la adquisición de un producto o servicio sin que este lo necesite, comunicándonos directamente, sin esperar a que él lo haga, sin embargo, tenemos que estar preparados ante un posible rechazo por parte del consumidor.

- Atención reactiva

Este tipo de atención se logra cuando el cliente busca directamente al comprador con la finalidad de adquirir un producto o servicio y que resaltar la necesidad de este para comprarlo, totalmente lo contrario al tipo de atención antes mencionado.

Dimensión 1. Servicio al cliente

Cuando hablamos de servicio al cliente nos referimos a todas las acciones implementadas por parte de la empresa para los clientes, antes durante y después de la adquisición del producto o servicio, así como el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con la finalidad que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado el cual satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa. (Arenal, 2019).

por otro lado, podemos decir que un buen servicio al cliente es esencial para que tener un buen margen de ventas ya que, al estar pendiente de tus compradores, incluso identificándote con ellos hará que estos adquieran mucho más de tu producto o servicio, lo que permitirá que tu marca se haga más conocida así mismo se dice que el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además

del producto o servicio que se ofrece generar una buena imagen y reputación del mismo. (Aguilar, 2019)

Por otra parte, vemos que el servicio al cliente se basa en la relación que existe entre el proveedor del producto o servicio y aquellos consumidores que adquieren o utilizan estos, también se refiere a la comprensión de los clientes en el pasado presente y futuro, de las características y beneficios y el proceso transaccional del conocimiento de un cliente hasta la satisfacción después de su compra. (Llano, 2018)

Para mejorar el servicio al cliente debemos tener en cuenta la imagen que brindamos al ofrecer el servicio, sobre todo en la reputación de este, por lo que es importante que ante la demanda de los ciudadanos debemos facilitar de forma rápida y personalizada la información necesaria que se requiere para hacer que dicho servicio sea adquirido siendo finalidad de la empresa solucionar cualquier duda o inquietud logrando acercar más a las MyPes con los clientes. (Ramos, 2014).

Por otro lado, el uso de estrategias es fundamental al momento de dar un buen servicio al cliente tales como son los descuentos, la publicidad, promociones etc. las cuales son importantes para atraer a nuevos clientes que estén en busca de un buen servicio que cumpla con todas las expectativas a un cómodo precio accesible para un público de bajos recursos. (Lira, 2009).

Indicadores

Servicio.

El servicio es toda aquella actividad brindada a una persona con la finalidad de satisfacer sus necesidades, es de suma importancia recalcar que un servicio es una adquisición más no se puede archivar o almacenar, es por ello que un servicio se origina de las necesidades de sus consumidores lo que hace que las empresas satisfagan sus necesidades o deseos a través de estos. (Quiroga, 2020)

Por otro lado, se puede decir que los servicios son intangibles o por lo menos substanciales, por lo que se pueden intercambiar entre el productor y el usuario, así mismo se afirma que cualquier

actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra es esencialmente intangible y no se puede poseer. (Collins, 2006)

Normalmente las empresas usan métodos para que sus servicios sean adquiridos por sus clientes, lo que contribuye en los ingresos de estas, lo que hará que sean más competitivas en el mercado, contribuyendo con el desarrollo económico del país. (Gonzales, 2020)

Tiempo

El tiempo para las micro y pequeñas empresas es muy importante y en el rubro de hospedajes no es la excepción pues para los clientes el tiempo de espera no es mucho de su agrado sin embargo esto se puede contrarrestar teniendo un personal despierto que este al tanto del comportamiento del asistente para poder ser la respuesta inmediata que ellos esperan porque de lo contrario el cliente se sentiría incomodo lo que causaría que pierda la iniciativa de concurrir a este establecimiento debido a que no es atendido con el interés correspondiente o a la mala información que se le brinda. (Rodríguez, 2021).

Problema

Definitivamente existen diversos tipos de problemas que agobian a las micro y pequeñas empresas, el cómo solucionarlo es una tarea difícil pero no complicada ya una buena capacitación por parte de los colaboradores hará que manejar distintas situaciones sean manejadas eficientemente, sin embargo, hay gran cantidad de empresas que no dan solución a estos inconvenientes, causando que los clientes se fastidien y no quieran retornar a estos establecimientos lo que generaría una baja rentabilidad. (Pérez, 2021)

Fidelizar

La fidelización consiste en retener a un determinado grupo de personas que son aquellos clientes que adquieren tu producto o servicio seguidamente gracias a una buena gestión y relación que existe entre la empresa y su clientela, un cliente fiel regresa muchas veces con la finalidad de seguir adquiriendo el servicio, además recomienda la marca a más personas has puede tolerar un

inconveniente en la atención hacia el mismo todo esto debido a una excelente relación entre las partes. (Cabrera, 2013)

Establecimiento

Es indispensable contar con un buen establecimiento que porque ayudará a mejorar la imagen de la empresa, siempre y cuando este cumpla con los protocolos de limpieza, mantenimiento y mejora tecnológica con un personal totalmente capacitado para poder ofrecer un buen servicio lo que atraerá a nuevos clientes logrando así satisfacer su necesidades y a la vez generando más ingresos lo que permitirá una mejor posición en el mercado. (Gil, 2019).

Variable 2: Calidad de servicio

Definitivamente la calidad de servicio busca envolver y superar las expectativas que tiene un cliente sobre un producto o servicio, cabe resaltar que este es un factor determinante para el éxito de toda empresa, es por ello que aplicar un servicio de calidad es imprescindible para hacerle frente a otras empresas, mediante la mejora continua día tras día mediante procesos y actividades. (Arenal, 2018).

Es importante conocer las necesidades y expectativas que tienen los clientes para poder ser satisfechas es por ello que para lograr una calidad de servicio debemos evaluar si estamos cumpliendo con lo que requieren los clientes, dependiendo si tal servicio cumple o excede sus niveles de excelencia. (Pizzo, 2016).

Muchas micro y pequeñas empresas creen que siguiendo las normas ISO tendrán una calidad de servicio, pero no comprenden lo complicado que es la medición de la calidad, debido a que va más lejos que solo lograr el cumplimiento de sus actividades y fines de la organización, sino que busca más que satisfacer las exigencias del cliente. (Vargas, 2016).

Objetivo de la calidad de servicio

La calidad de servicio forma gran parte de un proceso social intangible, ya que no podemos tocarlo, por lo que es necesario el apreciarlo siendo su finalidad lograr una impresión positiva del servicio por parte de los consumidores generando una satisfacción por parte de estos aportando valor y una mayor concurrencia de clientes para la empresa. (Álvarez, 2006)

Así mismo este autor menciona una serie de metas y objetivos a alcanzar tales como:

- Satisfacer las expectativas de los consumidores y estimular nuevas necesidades.
- Excluir deficiencias en todo el proceso de producción.
- Atender y responder a todos los requisitos de los consumidores.
- Disfrutar de categorías comerciales que compiten con la excelencia.

Importancia de la calidad de servicio

A través del tiempo la competencia entre las empresas va en crecimiento y la calidad de servicio es un detalle no menor la cual puede distinguir una empresa de la otra por lo que su importancia es indispensable al momento de brindar una experiencia que diferencia tu establecimiento lo que lograra que los asistentes prefieran adquirir tu servicio cumpliendo con las expectativas de los clientes debido a que ellos son los que tienen la decisión final. (Urbina, 2015)

Dimensión 1. Elementos tangibles

Son aquellos elementos que pueden ser percibidos con alguno de los 5 sentidos, es decir los materiales que se pueden observar tales como las instalaciones, la apariencia de los trabajadores, equipos, etc. Todo ello contribuirá a lograr la satisfacción del cliente, no obstante, todo lo que perciba debe estar en perfectas condiciones lo que genera una buena impresión e imagen de la organización. (Matsumoto, 2019)

Indicador: Infraestructura

La infraestructura en los hospedajes es fácil de comprender como las instalaciones van a influir de forma decisiva sobre el cliente y sobre la gestión empresarial de los empleados y directivos del hotel, de ahí la importancia de un buen diseño y mantenimiento de las mismas. buen servicio de los empleados del establecimiento hotelero influye de forma crucial en el 41 cliente, y a su vez en el cuidado y mantenimiento de las infraestructuras e instalaciones. (Ruiz, 2018).

Dimensión 2. fiabilidad

La fiabilidad está relacionada con el desempeño y es de suma importancia para generar una buena imagen de las empresas para que los consumidores confíen en la mismas se debe tener una buena coordinación entre sus operación y ventas, cabe resaltar que este es un factor determinante que lo clientes tienen en cuenta al momento de adquirir sus productos o servicios. (Orama, 2019).

Indicador: Desempeño

Cuando hablamos de desempeño laboral nos estamos refiriendo a la calidad del servicio o del trabajo que realiza el empleado dentro de la organización. Aquí entran en juego desde sus competencias profesionales hasta sus habilidades interpersonales, y que incide directamente en los resultados de la organización. (Pedraza, 2010)

Dimensión 3. Capacidad De Respuesta

Se basa en la rápida atención de brinda una organización a sus cliente o consumidores al ofrecerles sus productos o servicios, para ello es imprescindible tener un personal netamente calificado que sepa abordar a lo clientes con un trato adecuado con la finalidad de que este se sienta cómodo y sintiéndose a gusto con el servicio que está adquiriendo. (Lojas, 2021)

Indicador Atención rápida

El tiempo de las personas suele ser reducido, siempre estamos con apuros y mucho más cuando estamos de viajes familiares o de trabajo. Siempre queremos optimizar el tiempo. Por ello es indispensable brindar un servicio ágil, rápido y sin perdidas. Esto puede lograrse usando herramientas tecnológicas como un software hotelero que te permite gestionar de forma rápida las reservas de las habitaciones para garantizar cero errores y perder el mínimo tiempo posible

Dimensión 4. Empatía

Consiste en la habilidad que tienen las personas y que forma parte de la inteligencia emocional y permite el contacto con otras personas para comprender su realidad, emociones, vivencias, etc. Y trata de conocerlos para que podamos ayudarlos en el futuro. (García, 2019)

Indicador: Amabilidad

Es importante en todas las circunstancias posibles usar un trato amigable y familiar. Garantiza siempre que el huésped se sienta a gusto y evitar los disgustos en lo más posible. Cuando un huésped requiera de su asesoría, ayuda o atención, bríndele una respuesta positiva y asertiva, hágale saber que está para solucionar los inconvenientes desde que este a su alcance. Esta técnica

de servicio al cliente es muy satisfactoria para el cliente y muy positiva para su experiencia. (Flores, 2020)

Dimensión 5. Seguridad

Esta dimensión abarca el grado de confianza que muestran las micro y pequeñas empresas hacia sus clientes de la misma manera busca tratar con cortesía lo que los hace sentir cómodos en un ambiente agradable y, lo más importante, les hace sentir seguros. (Izaguirre, 2014)

Indicador: Confianza

Generar confianza no es un trabajo de un día. Es una parte integral de la forma en que se realiza un negocio. Si observas algunas de las marcas más poderosas del mundo, encontrarás que su primera prioridad son siempre los clientes. Confianza puede referirse a varias cosas: la seguridad en nosotros mismos, la esperanza de que algo se desarrolle conforme nuestras expectativas, o la familiaridad que tenemos en el trato con alguien.

MyPes

La importancia de las MyPes para el Perú era de gran magnitud, dada las limitaciones de su economía y la extensión de la pobreza, así en 1997, la contribución de las microempresas y pequeñas empresas en la generación de empleo representaba el 75.9% por ciento del total de la población económicamente activa (PEA). De ese 75.9%, el 95% de la generación de empleo se concentraba en establecimiento pequeños denominados microempresas, y sólo el 5.0% se concentraba en las pequeñas empresas (Herrera, 2014).

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (citado por Sánchez, 2014) las Micro y pequeñas empresas tienen una gran importancia ya que contribuyen con un 40% al PBI y con un 80% de la oferta laboral.

2.3 Marco Conceptual

Atención al cliente

Es el conjunto de estrategias que una empresa plantea para satisfacer, mejor que su competencia, las necesidades y expectativas de sus clientes externos, por lo que deducimos que una buena atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (Serna, 2020)

Calidad de servicio

Es la percepción que genera en un cliente o consumidor acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionadas con una serie de elementos secundarios, 44 cuantitativos, cualitativos, de un producto o servicio principal recibido. (Atencio & Gonzales, 2019)

MyPes

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente que tiene como propósito desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Alvarado & Angulo, 2019)

Hospedaje

Es una empresa que se dedican de manera profesional y habitual a prestar un servicio de hospedaje o residencia, mediante el precio, a aquellas personas que lo adquieran, con o sin prestación de otros servicios complementarios. (García & Olmos, 2011)

III. HIPÓTESIS

Según Hernández & Mendoza (2018) afirman que las Hipótesis son explicaciones tentativas del fenómeno o problema investigado formuladas como proposiciones o afirmaciones y constituyen las guías de un estudio. Aseguran lo que tratamos de probar, es decir toman la estafeta de parte del planteamiento del problema para determinar el curso de la indagación en la ruta cuantitativa. No siempre se debe establecer hipótesis ya que depende del planteamiento del problema por lo que las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son solamente aquellas que tienen un alcance correlacional o explicativo, o aquellas que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra, un dato o un hecho.

En la presente investigación titulada Atención al cliente y Calidad de servicio en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 no se planteó hipótesis por ser de nivel descriptivo de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Se utilizó el diseño de investigación: no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta.

No experimental

para Hernández y Mendoza (2018) las investigaciones no experimentales se realizan sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

La investigación fue no experimental, debido a que no se manipularon deliberadamente las variables Atención al cliente y Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Transversal

para Hernández y Mendoza (2018) en las investigaciones transversales se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, siendo su propósito analizar la incidencia de determinadas variables, así como su interrelación en un momento, lapso o periodo.

La investigación fue transversal, debido a que el estudio titulado: Propuesta de mejora en la Atención al cliente y Calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, habiendo un punto de inicio y un fin.

Descriptiva

Para Hernández & Mendoza (2018) las investigaciones descriptivas intentan especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos, conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar.

La investigación fue de nivel descriptivo ya que solo se describió las principales características de las variables Atención al cliente y Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

De propuesta

Para Hernández & Mendoza (2018) las investigaciones de propuesta pretender especificar las características, las propiedades, y los perfiles de personas, comunidades, grupos, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con la finalidad de establecer su comportamiento o estructura.

La investigación fue de propuesta debido a que se realizó un plan de mejora a los resultados obtenidos de la investigación titulada: Propuesta de mejora en la Atención al cliente y Calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

4.2 Población y muestra

Población

Para Pino (2018) la población es un grupo de elementos que tienen una investigación la cual no todos tienen la oportunidad de participar en la recolección de información de las variables Atención al cliente y Calidad de servicio, establece un proceso indispensable en la investigación debido a que determino el número de personas que pueden participar en la presente investigación.

Así mismo para las variables Atención al cliente y Calidad de servicio se utilizó una población infinita de clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Muestra

Para Pino (2018) la muestra es una parte o cantidad pequeña pero representativa de la población, que revela escenarios los cuales se pueden intervenir de manera selectiva y voluntaria, con lo que

se podrá alcanzar los objetivos, aplicando métodos estadísticos y matemáticos que contribuirán al investigador en el desarrollo de la investigación.

Por lo consiguiente para las variables atención al cliente y Calidad de servicio se utilizó una muestra de 385 clientes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedaje de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Formula de población infinita para hallar la muestra:

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

Donde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z = 1.645) p = probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q = 1- p) q = 0.5%

e = error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera

$$n = \frac{1.96^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}{(0.25)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot (0.25)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385 \text{ clientes}$$

Criterios de inclusión

Atención al cliente y Calidad de servicio

- Clientes

Criterios de exclusión

Atención al cliente y Calidad de servicio

- Representantes
- Trabajadores

4.3 Definición y Operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición
Atención al Cliente	es muy importante dentro de las micro y pequeñas empresas ya que, mediante el buen trato ofrecido por parte de estas, permitirá que el consumidor final se lleve una buena impresión del servicio o producto que está adquiriendo cabe resaltar que el cliente es el pilar primordial por lo que merecen ser tratados de la mejor forma buscando fidelizar a sus clientes, logrando la satisfacción de estos para que regresen a comprar sus productos o servicios (Izquierdo, 2019)	Servicio al Cliente	El servicio al cliente abarca un conjunto de actividades que ofrece una empresa con el único fin de hacer que sus clientes adquieran este producto o servicio, en un tiempo determinado resolviendo todas sus dudas, alcanzando a satisfacer las necesidades y expectativas de su consumidores logrando que estos visiten frecuentemente sus establecimientos consiguiendo captar a nuevos clientes, mantenerlos satisfechos, consiguiendo su lealtad, mejorando en el margen de venta generando una mayor rentabilidad (Oracle, 2020)	Servicio	1. ¿La atención recibida por parte del recepcionista de las MyPes del rubro hospedaje es la adecuada? 2. ¿El servicio brindado por parte de las MyPes rubro hospedajes cumple con sus expectativas?	Clientes	Likert
				Tiempo	3. ¿El tiempo de espera para el registro de datos es el apropiado?		
				Problema	4. ¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran interés y están dispuestos en resolver cualquier tipo de problema suscitado en su estadía?		
				Post Venta	5. ¿Las MyPes del rubro hospedajes brindan promociones, ofertas y descuentos?		
					6. ¿las MyPes del rubro hospedajes cuentan con página web para interactuar con sus clientes		
				Fidelizar	7. ¿Es importante tomar en cuenta las sugerencias de los clientes de las MyPes del rubro hospedajes?		
				Establecimiento	8. ¿Las MyPes del rubro hospedajes cuentan con instalaciones modernas que Proporcionen una buena estadía?		
		Elementos Tangibles		Infraestructura	9. ¿las MyPes del rubro hospedajes brindan habitaciones cómodas que cumplan con la exigencia del cliente? 10. ¿las MyPes del rubro hospedaje brinda una buena imagen para sus clientes		

Calidad de Servicio	Es esencial dentro de las micro y pequeñas empresas ya que es el reflejo que tienen los clientes al sentir una necesidad. Si los clientes quedan conforme con el producto o servicio, sin duda volverán a adquirirlo ya que la calidad está directamente relacionada con la satisfacción y la lealtad por lo que se busca integrar aspectos que manera constante para satisfacer al cliente a través del entendimiento y comprensión de sus necesidades y expectativas (Morocho, 2019)	Fiabilidad	La calidad de servicio se basa en un conjunto de estrategias y acciones que tratan de mejorar el servicio que se le brinda al cliente ampliando la relación entre una empresa y su consumidor identificándose con ellos lo que permitirá que la empresa sea más reconocida siempre y cuando las expectativas de los clientes y sus deseos sean los mismos en función a la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (requena & serrano, 2007)	Desempeño	11. ¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes están realmente capacitado para atender al cliente?		
		Capacidad de Respuesta		Atención rápida	12. ¿Los empleados de las MyPes están realmente motivados al cumplir con sus funciones?		
		Empatía		Amabilidad	13. ¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran cordialidad, al momento de atender? 14. ¿La comunicación entre clientes y empleados de las MyPes rubro hospedajes es buena?		
		Seguridad		Confianza	15. ¿Lo empleados de las MyPes de rubro hospedajes demuestran ser confiables en la atención recibida?		

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para el desarrollo de datos se utilizó como técnica la encuesta. Para Salas (2020) señala que es la técnica más empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales, así mismo se utilizó para recolectar información de personas respecto a características.

Instrumento

El instrumento que se utilizó fue un cuestionario el cual está conformado por 18 preguntas que se observaron en el anexo 3, siendo las 8 primeras preguntas que estuvieron dirigidas a la variable Atención al cliente mientras que las otras 7 últimas preguntas están dirigidas a la variable calidad del servicio el cual será aplicado a los clientes de las MyPes del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022. Según Leo (2021) señala que el cuestionario permite recoger información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en una investigación.

4.5 Plan de análisis

Para Fresno (2019) el plan de análisis de datos consiste en someter los datos a la ejecución de operaciones, esto se realiza con el propósito de obtener conclusiones exactas que contribuirán a alcanzar nuestros objetivos, después del recojo de los datos mediante la técnica de la encuesta, se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo con cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes se usó el programa de hojas de cálculo, Excel. También se utilizó a Microsoft Word para la redacción digital de trabajo de investigación, además se utilizó el programa PDF para presentar el trabajo de investigación final, asimismo se utilizó el programa Turnitin para verificar que no existió plagio en la investigación, finalmente se utilizó el programa Power Point para la presentación de la ponencia.

4.6 Matriz de consistencia

Titulo	Enunciado del Problema	Objetivos	Variables	Población Y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan De Análisis
Propuesta de mejora de la atención al cliente y calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022	¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente y calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022?	<p>Objetivo general:</p> <p>Establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente y calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022</p> <p>Objetivo Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 2. Describir las características de los elementos tangibles en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 3. Conocer las características de la capacidad de respuesta en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 4. Describir las características de la fiabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 5. Definir las características de la empatía en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 6. Determinar las características de la seguridad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 7. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la atención al cliente y calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 	<p>Variable 1:</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Variable 2:</p> <p>Calidad de servicio</p>	<p>Población:</p> <p>Estuvo conformada por las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes.</p> <p>Muestra:</p> <p>Se trabajo con una muestra de 385 clientes</p>	<p>Diseño:</p> <p>No Experimental - Transversal - descriptivo de propuesta</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Se utilizo los siguientes programas informáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Word - Excel - Power point - Turnitin

4.7 Principios éticos

Los principios éticos se emplearon en el presente trabajo de investigación, en base al código de ética para la investigación de la ULADECH Católica, aprobado por acuerdo del consejo universitario.

- **Protección de la persona**

En esta investigación se utilizó desde el inicio hasta el final de desarrollo de las encuestas donde se respetó la opinión de todas las personas, además se protegió su identidad y confidencialidad.

- **Libre participación y derecho a estar informado**

Este principio se aplicó con la finalidad de que los participantes en esta investigación ofrezcan información voluntariamente y de forma libre ya que previamente se le comunicó e informó acerca del objetivo de la información obtenida.

- **Beneficencia no mal eficiencia**

Este principio se aplicó al momento de recoger toda la información ya que sirvió en beneficio de la investigación y para futuras investigaciones que les sirvió como referencia gracias al apoyo de todos los participantes

- **Justicia**

Este principio se aplicó al momento de respetar la opinión e información que nos brinda cada uno de los participantes para el beneficio de la investigación la cual se realizó responsablemente

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1. Características del servicio al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Servicio al cliente	n	%
Atención recibida es la adecuada		
Siempre	111	28.83
Casi siempre	217	56.36
Algunas veces	57	14.81
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00
Servicio brindado cumple con sus expectativas		
Siempre	218	56.62
Casi siempre	95	24.68
Algunas veces	72	18.70
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00
Tiempo de espera es el apropiado		
Siempre	193	50.13
Casi siempre	132	34.29
Algunas veces	60	15.58
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00
Interés y disposición en resolver problemas		
Siempre	146	37.92
Casi siempre	133	34.55
Algunas veces	106	27.53
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00
Brindan promociones, ofertas y descuentos		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	103	26.75
Nunca	282	73.25
Total	385	100.00
Página web para interacción con clientes		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	35	9.09
Nunca	350	90.91
Total	385	100.00

Continua...

Tabla 1. Características del servicio al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Servicio al cliente	n	%
Toman en cuenta sugerencia de clientes		
Siempre	372	96.62
Casi siempre	13	3.38
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00
Brindan instalaciones modernas		
Siempre	205	53.25
Casi siempre	100	25.97
Algunas veces	80	20.78
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00

Nota: datos adquiridos del cuestionario aplicado a los clientes de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes de la zona céntrica de tumbes.

Tabla 2. Características de los Elementos tangibles en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Elementos tangibles	n	%
Brindan habitaciones cómodas		
Siempre	282	73.25
Casi siempre	103	26.75
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00
Brindan una buena imagen para sus clientes		
Siempre	160	41.56
Casi siempre	150	38.96
Algunas veces	75	19.48
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	100	100.00

Nota: datos adquiridos del cuestionario aplicado a los clientes de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes de la zona céntrica de tumbes.

Tabla 3. Características de la Fiabilidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

fiabilidad	n	%
Empleados capacitados para atender al cliente		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	86	22.34
Muy pocas veces	201	52.21
Nunca	98	25.45
Total	385	100.00

Nota: datos adquiridos del cuestionario aplicado a los clientes de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes de la zona céntrica de tumbes.

Tabla 4. Características de la Capacidad de respuesta en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Capacidad de respuesta	n	%
Empleados motivados al cumplir sus funciones		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	208	54.03
Muy pocas veces	109	28.31
Nunca	68	17.66
Total	100	100.00

Nota: datos adquiridos del cuestionario aplicado a los clientes de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes de la zona céntrica de tumbes.

Tabla 5. Características de la Empatía en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

Empatía	n	%
Cordialidad al momento de atender		
Siempre	310	80.52
Casi siempre	75	19.48
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00
Comunicación entre empleados y clientes		
Siempre	355	92.21
Casi siempre	30	7.79
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00

Nota: datos adquiridos del cuestionario aplicado a los clientes de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes de la zona céntrica de tumbes.

Tabla 6. Características de la Seguridad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

Seguridad	n	%
Empleados demuestran ser confiables		
Siempre	253	65.71
Casi siempre	90	23.38
Algunas veces	42	10.91
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	385	100.00

Nota: datos adquiridos del cuestionario aplicado a los clientes de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes de la zona céntrica de tumbes.

Tabla 7. Propuesta de un plan de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

INDICADORES	PROBLEMAS ENCONTRADOS	CAUSAS DE PROBLEMA	CONSECUENCIA DEL PROBLEMA	ACCION DE MEJORA	RESPONSABLES
Servicio	El 56.36% casi siempre la atención que recibe es la adecuada	Los propietarios no cuentan con el debido conocimiento para brindar una buena atención al cliente	Los clientes dejarían de asistir a estos establecimientos debido a la mala experiencia percibida al momento de ser atendidos	asistir a cursos sobre gestión empresarial para que pueda aplicar una buena atención al cliente	Propietario y colaboradores
Post Venta	El 73.25% nunca brindan promociones o descuentos para su retorno	Los propietarios no cuentan con una página web donde brinden la información, promociones o descuentos que necesitan saber los clientes	Los huéspedes tendrían poca información sobre el establecimiento, además de desconocer de las promociones o descuentos que puedan brindar	Implementar una página web que pueda brindar información sobre tarifas, promociones, descuentos que sirva como guía para los huéspedes	
Desempeño	El 52.21 % muy pocas veces están capacitados para atender al cliente	Los trabajadores carecen de conocimientos sobre como atender a los huéspedes que asisten al establecimiento	los colaboradores no cumplirían con la exigencia de los clientes lo que generaría quejas y reclamos por parte de los asistentes	Brindar capacitaciones al personal para que cumpla con lo que exige los clientes logrando la satisfacción de estos	
Atención rápida	El 54.03 % algunas veces están motivados al cumplir sus funciones	Los trabajadores nunca reciben charlas de motivación, tampoco se les brinda incentivos o algún bono.	los trabajadores realizarían sus actividades ineficientemente lo que los llevaría a renunciar debido a que se encuentran desmotivados	Brindar incentivos a los trabajadores con la finalidad de motivarlos logrando un desempeño eficiente	

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1 Características del servicio al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

La Atención recibida por parte del recepcionista es la adecuada: El 56.36% de los clientes señala que casi siempre la atención recibida por parte del recepcionista es la adecuada, estos coinciden con la investigación de Mauri (2021) donde señalo que el 40.00% de encuestados indica que casi siempre están satisfechos con la atención brindada, por ende cuando hablamos de servicio al cliente nos referimos a todas las acciones implementadas por parte de la empresa para los clientes, antes durante y después de la adquisición del producto o servicio así como el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con la finalidad que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado el cual satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa

El servicio brindado cumple con sus expectativas: el 56.62% de los clientes afirma que siempre el servicio brindado por parte de las MyPes rubro hospedajes cumple con sus expectativas estos concuerdan con la investigación de Mauri (2021) donde señalo que el 54.00% de encuestados indicaron que el hospedaje La Mar siempre cumple con sus expectativas; por ende las expectativas son aquellas pretensiones que una persona desea cumplir al momento de elegir un servicio, así mismo aquellos que acuden a estos establecimiento de hospedaje buscan estar satisfechos lo que genera que puedan volver a adquirir el servicio brindado por esta MyPes.

El tiempo de espera es el adecuado: el 50.13% de los clientes aseveran que el tiempo de espera para el registro de datos algunas veces es el apropiado estos concuerdan con la investigación de Tinedo (2019) donde señalo que el 44.00% de encuestados manifestaros que algunas veces es largo el tiempo de espera por el servicio; por ende es importante optimizar el tiempo de espera ya que para algunos clientes su tiempo es reducido por lo que es indispensable ofrecer un servicio rápido ágil utilizando herramientas como un software que contribuya a una rápida atención al cliente

Interés y disposición en resolver problemas: el 37.92% de los clientes señalaron que algunas veces los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran interés y están dispuestos en resolver cualquier tipo de problema suscitado en su estadía estos concuerdan con la investigación de Ludeña (2020) donde señalo que el 33.00% de encuestados afirmaron que algunas veces están disponibles para responder y resolver cualquier problema al cliente; por ende el interés y la disposición por parte de los empleados debe ser efectiva ya que contribuye a que los clientes se sientan seguros con sus pertenencias y puedan hospedarse tranquilamente.

brindan promociones, ofertas y descuentos: el 73.25% de clientes manifestaron que las MyPes del rubro hospedajes nunca brindan promociones, ofertas y descuentos estos concuerdan con la investigación de Bayona (2020) donde señalo que el 91.00% considero que la empresa nunca ofrece beneficios, promociones, ofertas y descuentos; por ende, otorgar estos beneficios son importantes para los clientes haciendo que estos asistan mas a menudo sin embargo si no se plantean estos buscaran otra opción que se asemeje a su economía.

página web para interactuar con sus clientes: el 90.91% de clientes afirmaron que las MyPes del rubro hospedajes nunca cuentan con página web para interactuar con sus clientes estos discrepan con la investigación de De la cruz (2021) donde señalo que el 90.00% los hoteles siempre cuentan con tarjetas, internet, página web o red social (Facebook) en donde brinda información precisa; por ende las páginas web son necesarias para toda empresa ya que permitirá estar en contacto con tus clientes, generando una buena relación con aquellos que ya se han hospedado antes logrando compromiso y fidelización.

Tomar en cuenta sugerencia de clientes: el 96.62% de los clientes señalaron que siempre es importante para las MyPes del rubro hospedaje tomar en cuenta las sugerencias de los clientes estos concuerdan con la investigación de Zapata (2021) donde señalo que el 100.00% de encuestados afirmaron que siempre es importante tomar en cuenta las sugerencias y recomendaciones del cliente; por ende es muy importante las sugerencias que puedan tener nuestros clientes ya que esto nos ayudara a identificar en que estamos fallando, que podemos

mejorar y sobre todo podremos saber lo que quieren nuestros clientes para que sean fieles al servicio brindado.

Instalaciones modernas: el 53.25% de los clientes manifiestan que las MyPes del rubro hospedajes siempre cuentan con instalaciones modernas que proporcionen una buena estadía, estos concuerdan con la investigación de Villanueva (2020) donde señalo que el 52.90% considero que las instalaciones del hospedaje Tuity siempre son modernas y adecuadas; por ende, contar con instalaciones modernas puede generar un interés positivo por parte de los clientes ya que les resulta más seductor hospedarse en un lugar con todas las comodidades que los establecimiento de este rubro puedan brindar.

Tabla 2 Características de los Elementos tangibles en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

habitaciones cómodas que cumplan con la exigencia del cliente: el 73.25% de los clientes afirma que siempre las habitaciones son cómodas llegando a cumplir con las exigencias del cliente estos concuerdan con la investigación de Villon (2018) donde señalo que el 72.00% de encuestados afirmaron que las habitaciones siempre están debidamente equipadas cumpliendo con las exigencias del cliente, por ende contar con habitaciones cómodas hace que los clientes se sientas satisfechos logrando cumplir con sus exigencias y satisfacer sus necesidades

Brinda una buena imagen para sus clientes: el 41.56% de los clientes aseveran que siempre las MyPes del rubro hospedaje brindan una buena imagen para sus clientes, estos concuerdan con la investigación de Ludeña (2020) donde señalo que el 40.00% de encuestados indicaron que siempre el hospedaje tiene una buena imagen; por ende una buena imagen contribuye a que una empresa brinde confianza y de la idea de que ofrece un servicio de calidad lo que genera que los clientes se intriguen más por conocerla sobre todo de probar o adquirir ese servicio, así mismo una buena imagen también te pueden distinguir de la competencia

Tabla 3 Características de la Fidelización en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Empleados capacitados para atender al cliente: el 52.21% de los clientes afirmaron que muy pocas veces los empleados de las MyPes del rubro hospedajes están realmente capacitado para atender al cliente, estos concuerdan con la investigación de Zapata (2021) el 56.00% de encuestados indicaron que el personal muy pocas veces recibe capacitación por parte de la empresa; por ende contar con personal realmente capacitado contribuye a brindar un buen servicio en atención al cliente logrando la plena satisfacción de estos.

Tabla 4 Características de la Capacidad de respuesta en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Empleados motivados al cumplir sus funciones: el 54.03% de clientes manifestaron que algunas veces los empleados de las MyPes del rubro hospedajes están motivados al cumplir sus funciones, estos concuerdan con la investigación de Neyra (2019) donde señalo que el 55.00% considera que algunas veces se encuentran motivados los trabajadores de la empresa; por ende el trabajo en equipo es indispensable en las empresas ya que contribuye a generan un ambiente laboral sano donde todos puedan participar en las diversas funciones encomendadas.

Tabla 5 Características de la Empatía en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

Cordialidad al momento de atender: el 80.52% de los clientes atestiguan que los empleados de las MyPes del rubro hospedajes siempre muestran cordialidad, al momento de atender, estos concuerdan con la investigación De la Cruz (2020) donde afirma que 81.70% de clientes respondieron que siempre suelen recibir un trato cordial y profesional por parte de los empleados; por ende la cordialidad son muestras de afecto, estar atento y servicial prácticas que deben tener presente los empleados al momento de ofrecer el servicio siendo clave para el retorno de su consumidores

comunicación entre clientes y empleados: el 92.21% de los clientes demostraron que siempre la comunicación entre clientes y empleados de las MyPes rubro hospedajes es buena, estos concuerdan con la investigación De la Cruz (2020) donde afirma que el 100.00% de clientes respondieron que los trabajadores siempre son comunicativos y asertivos con los clientes en el servicio que se le solicita; por ende entablar una buena comunicación es primordial para que los clientes se sientan más cómodos con el personal adaptándose así a un ambiente laboral entre los trabajadores.

Tabla 6 Características de la Seguridad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

Los empleados demuestran ser confiables en la atención recibida: el 65.71% de clientes demostraron que siempre los empleados de las MyPes de rubro hospedajes demuestran ser confiables en la atención recibida estos concuerdan con la investigación de Choy & Pozada (2019) donde el 70.00% mencionaron que siempre ofrecen un servicio seguro donde el huésped pueda confiar en los colaboradores; por ende brindar un servicio seguro hace que los clientes puedan estar tranquilo y confiar en la empresa que le está brindando el servicio.

VI. CONCLUSIONES

Se determinó que la mayoría de los clientes encuestados consideraron que el servicio brindado por las MyPes del rubro hospedaje siempre cumple con las expectativas de estos, debido a que cuenta con instalaciones modernas al tomar en cuenta las sugerencias y recomendaciones de los clientes siendo atendidos rápidamente al asistir a estos establecimientos sin embargo la atención al clientes no es la adecuada además de no contar una página web que permita la interacción con los visitantes ya que desconocen sobre la información del lugar en que se hospedarán aparte de no brindar promociones, ofertas ni descuentos.

Se pudo conocer que la mayoría de los clientes encuestados aseguraron que las MyPes del rubro hospedajes brindan un buen servicio, siendo las habitaciones muy cómodas y agradables del gusto de los clientes por un precio accesible llegando a cumplir con las exigencias de los clientes además de brindar una buena imagen que permitirá sus visitantes que acudan simultáneamente a estos establecimientos.

Se comprobó que la mayoría de los clientes encuestados manifestaron que los empleados de las MyPes del rubro hospedajes no están debidamente capacitados en atender a los clientes ya que existe un turbio ambiente laboral debido a que desconoces de buenas prácticas de trabajo en equipo lo que genera que la productividad del personal se vea reflejado en el deficiente servicio que realizan que es atender de la mejor manera al cliente.

Se evidencio que la mayoría de los clientes encuestados ostentaron que los empleados de las MyPes del rubro hospedajes se encuentran totalmente desmotivados para realizar su trabajo eficientemente, lo que reduce la motivación que tienen debido a que no se les brinda la confianza incentivos necesarios que se les debe otorgar lo que causa a disminuir su desempeño individual lo que puede conllevar a la renuncia de estos.

Se demostró que la mayoría de los clientes encuestados afirmaron que los empleados de las MyPes rubro hospedajes son muy amables cordiales y respetuosos al momento de relacionarse con los clientes siendo muy cuidadosos con la exigencia de los clientes utilizando un léxico el cual guste y sea del agrado de estos haciendo que los clientes se sientan cómodos, satisfaciendo sus necesidades

Se conoció que la mayoría de los clientes encuestados declararon que los empleados de las MyPes rubro hospedajes brindar un servicio seguro que hace que los clientes puedan estar tranquilo y la plena confianza en la empresa que le está brindando el servicio lo que genera afianzar la relación entre el cliente y la empresa y así lograr que estos regresen a estos establecimientos.

Con respecto a los resultados obtenidos en la investigación se elaboró una propuesta de un plan de mejora que tiene como finalidad brindar herramientas, estrategias y técnicas administrativas a las MyPes de la zona céntrica de tumbes que contribuyan a mejorar en la atención al cliente para otorga una calidad de servicio generando concurrencia en el servicio ofrecido satisfaciendo las necesidades de los huéspedes.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Asistir a cursos sobre gestión empresarial por parte de los propietarios de las MyPes del rubro hospedajes con la finalidad de aplicar lo aprendido proponiendo un servicio de calidad desempeñando eficientemente con las normas y sistemas de calidad abordando la exigencia y satisfacción de sus clientes

- Implementar una página web por parte de los propietarios de las MyPes del rubro hospedajes que pueda brindar información sobre la empresa y del servicio que se está ofreciendo además de las tarifas, promociones, descuentos que sirva como guía para los huéspedes lo que generara más asistencia de huéspedes

- Brindar capacitación a los trabajadores de las MyPes del rubro hospedajes además de brindar incentivos a los trabajadores con la finalidad de motivarlos logrando un desempeño eficiente contribuyendo al cumplimiento de los objetivos de la empresa

PLAN DE MEJORA PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOSPEDAJES DE LA ZONA CÉNTRICA DE TUMBES, 2022

1. Datos generales:

Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

Dirección: zona céntrica de Tumbes

Historia:

Los hospedajes de la zona céntrica de Tumbes han conseguido tener gran protagonismo para nuestro distrito debido a la gran cantidad de población de diversos niveles económicos entre los que destacan turistas de distintas partes del Perú y del extranjero que nos visitan con la finalidad de conocer las atracciones turísticas de esta región. La mayoría de hospedajes son negocios familiares que buscan satisfacer las necesidades de sus consumidores, gran parte de los propietarios son netos de esta ciudad, personas emprendedoras con las ganas de salir adelante que pretenden brindar un servicio de alojamiento de calidad, con buena atención y sobre todo con precios accesibles para todo tipo de clientes.

2. Misión:

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes aplicando estrategias innovadoras y de calidad que garanticen la eficiencia, la eficacia, la efectividad, la responsabilidad y el compromiso con un equipo de colaboradores completamente capacitados para ofrecer un buen servicio acorde al de la exigencia de sus consumidores

3. Visión:

Ser una empresa líder en el campo hotelero, capaz de ofrecer a sus clientes un servicio de calidad que permita brindar la confianza de sentirse cómodos y seguros a los consumidores que adquieren este servicio, buscando expandir su marca a diversas ciudades del Perú y del mundo, garantizando una excelente experiencia de alojamiento.

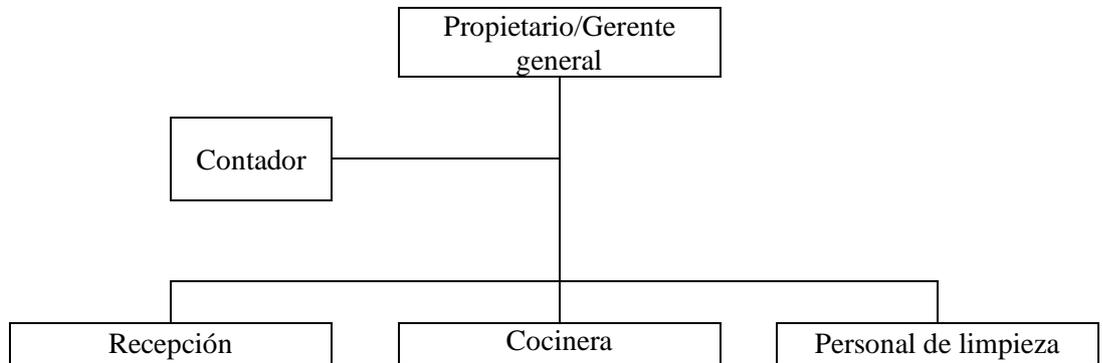
4. Objetivos estratégicos:

- Mejorar la calidad de servicio a través de estrategias de atención al cliente
- Mejorar el nivel de satisfacción de los clientes
- Mejorar la productividad de la empresa incrementando sus concurrencia e ingresos

5. Productos y/o servicios:

Las MyPes del sector servicio, rubro hospedajes se dedican a ofrecer servicios de alojamiento, otorgando además servicios adicionales tales como alimentación, lavandería y servicio turístico en algunos casos.

6. Organigrama de la empresa:



6.1. descripción de funciones

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
Gerente general	<ul style="list-style-type: none">• Licenciado en la carrera de administración.• Experiencia en el cargo de 1 a 3 años.• Capacitaciones sobre atención al cliente y calidad de servicio.	<ul style="list-style-type: none">• Planificar y coordinar actividades y procesos administrativos.• verificar que el personal cumpla con las funciones designadas.• Interactuar con los clientes

		<ul style="list-style-type: none"> • Motivar al personal.
Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en la carrera de Contabilidad. • Experiencia en el cargo de 1 a 3 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los libros contables de la empresa • Brindar asesoría financiera y tributaria. • Presentar informes sobre los ingresos y egresos.
Recepción	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios técnicos en secretaria • Experiencia en el cargo de 1 a 3 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abordar y atender a los clientes • Brindar información sobre el servicio. • Verificar el ingreso y salidas de los huéspedes • Gestionar las reservar y comprobar datos.
Cocinera	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios técnicos en gastronomía • Experiencia en el cargo de 1 a 3 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el menú del día y platos a la carta
Personal de limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el cargo de 1 a 3 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que las instalaciones se encuentren en buen estado • Realizar la limpieza respectiva de todas las habitaciones y demás instalaciones

7. Diagnostico general:

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
<p>Factores externos</p> <p>Factores internos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - O1. Aumento del turismo en la región. - O2. Nuevas temáticas a implementar - O3. Capacitación por parte del estado 	<ul style="list-style-type: none"> - A1. alto nivel de competencias - A2. incremento de precios - A3. ausencia por temor a la pandemia
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - F1. Buena ubicación del establecimiento - F2. Se mantiene en el mercado - F3. Precios acordes al servicio 	<p>F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar la visita de turistas para tener más acogida debido a la buena ubicación del establecimiento (F1, O1). - Aplicar nuevas temáticas en las habitaciones con diversos precios dependiendo del gusto del cliente (F3, O2). 	<p>F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantener buenos precios a los huéspedes que no ofrezca la competencia por el servicio otorgado (F3, A1). - Aprovechar la posición en el mercado para generar seguridad a la clientela y así perder temor y asistir al hospedaje (F2, A3).
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - D1. No cuentan con publicidad - D2. Personal incapacitado para atender al cliente - D3. Falta de conocimiento sobre gestión de calidad 	<p>D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementar y promocionar las nuevas temáticas para atraer más clientela (D1, O2). - Aprovechar las capacitaciones que brinda el Mincetur para ampliar el conocimiento sobre gestión de calidad (D3, O3) 	<p>D-A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementar campañas publicitarias y promociones que diferencien nuestra empresa con la competencia (D1, A1). - Capacitar a los trabajadores en la atención al cliente generando más concurrencia de clientes un precio accesible (D2, A2)

8. Indicadores de gestión

INDICADORES	PROBLEMAS ENCONTRADOS	CAUSAS DEL PROBLEMA	CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA
Servicio	El 56.36% casi siempre la atención que recibe es la adecuada	Los propietarios no cuentan con el debido conocimiento para brindar una buena atención al cliente	Los clientes dejarían de asistir a estos establecimientos debido a la mala experiencia percibida al momento de ser atendidos
Post Venta	El 73.25% nunca brindan promociones o descuentos para su retorno	Los propietarios no cuentan con una página web donde brinden la información, promociones o descuentos que necesitan saber los clientes	Los huéspedes tendrían poca información sobre el establecimiento, además de desconocer de las promociones o descuentos que puedan brindar
Desempeño	El 52.21 % muy pocas veces están capacitados para atender al cliente	Los trabajadores carecen de conocimientos sobre como atender a los huéspedes que asisten al establecimiento	los colaboradores no cumplirían con la exigencia de los clientes lo que generaría quejas y reclamos por parte de los asistentes
Atención rápida	El 54.03 % algunas veces están motivados al cumplir sus funciones	Los trabajadores nunca reciben charlas de motivación, tampoco se les brinda incentivos o algún bono.	los trabajadores realizarían sus actividades ineficientemente lo que los llevaría a renunciar debido a que se encuentran desmotivados

9. Problemas

PROBLEMAS ENCONTRADOS	SURGIMIENTO DEL PROBLEMA
El 56.36% casi siempre la atención que recibe es la adecuada	Los propietarios no cuentan con el debido conocimiento para brindar una buena atención al cliente
El 73.25% nunca brindan promociones o descuentos para su retorno	Los propietarios no cuentan con una página web donde brinden la información, promociones o descuentos que necesitan saber los clientes
El 52.21 % muy pocas veces están capacitados para atender al cliente	Los trabajadores carecen de conocimientos sobre como atender a los huéspedes que asisten al establecimiento
El 54.03 % algunas veces están motivados al cumplir sus funciones	Los trabajadores nunca reciben charlas de motivación, tampoco se les brinda incentivos o algún bono.

10. Establecer soluciones

INDICADOR	PROBLEMAS ENCONTRADOS	ACCIONES DE MEJORA
Servicio	El 56.36% casi siempre la atención que recibe es la adecuada	asistir a cursos sobre gestión empresarial para que pueda aplicar una buena atención al cliente
Post Venta	El 73.25% nunca brindan promociones o descuentos para su retorno	Implementar una página web que pueda brindar información sobre tarifas, promociones, descuentos que sirva como guía para los huéspedes
Desempeño	El 52.21 % muy pocas veces están capacitados para atender al cliente	Brindar capacitaciones al personal para que cumpla con lo que exige los clientes logrando la satisfacción de estos
Capacidad de respuesta	El 54.03 % algunas veces están motivados al cumplir sus funciones	Brindar incentivos a los trabajadores con la finalidad de motivarlos logrando un desempeño eficiente

11. Recursos para implementación de estrategias

N°	ESTRATEGIAS	HUMANOS	ECONOMICOS	TECNOLOGICOS	TIEMPO
1	asistir a cursos sobre gestión empresarial para que pueda aplicar una buena atención al cliente	Propietario y colaboradores	S/. 5000.00	- Computadora - Uso de las TICS	1 mes
2	Implementar una página web que pueda brindar información sobre tarifas, promociones, descuentos que sirva como guía para los huéspedes	Propietario y colaboradores	S/. 5000.00	- Computadora - Uso de las TICS - Uso de software	1 mes
3	Brindar capacitaciones al personal para que cumpla con lo que exige los clientes logrando la satisfacción de estos	Propietario y colaboradores	S/. 5000.00	- Computadora - Uso de las TICS - Informes y encuestas	1 mes
4	Brindar incentivos a los trabajadores con la finalidad de motivarlos logrando un desempeño eficiente	Propietario y colaboradores	S/. 5000.00	- Computadora - Uso de las TICS	1 mes

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado, k. (2019). Análisis de la Calidad de los Servicios del Hotel Sol de Oriente para el diseño de un plan de Gestión de Calidad. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46489/1/An%C3%A1lisis%20de%20la%20calidad%20de%20los%20servicios%20del%20Hotel%20Sol%20de%20Oriente%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20un%20plan%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad..pdf>
- Arenal, C. (2019). Atención básica al cliente. MF1329. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/105977>
- Campoverde, S. (2021). Atención al cliente en el servicio de A y B del Hotel Wyndham Garden para la implementación de estrategias de fortalecimiento y bioseguridad. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/55986/1/Atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20en%20el%20servicio%20de%20AyB%20del%20hotel%20Wyndham%20Garden%20para%20la%20implementaci%C3%B3n%20de%20estrategias%20de%20fortalecimiento%20y%20bioseguridad.pdf>
- De la cruz, G. (2020). Caracterización de la Atención al Cliente para la Gestión de Calidad en las Micro y pequeña empresa del sector servicio rubro hospedajes, Caso: Hospedaje D' Campitos – Cañete, 2019. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/25614/ATENCION_CALIDAD_DE_LA_CRUZ_PRADO_GULIANA_ISABEL.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Fresno, C. (2019). Metodología de investigación: así de fácil. El Cid Editor <https://elibro.net/es/ereader/uladech/98278>
- Garrido, J. (2020). Los 5 pasos definitivos para solucionar problemas. Herramientas de Gestión. <https://www.garridofreshmentoring.com/5-pasossolucionar-problemas/>

- González, R. R. y Becerra, L. A. (2021). MYPES en América Latina: clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 2(1), 570-608.
<https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.100>
- Hernández, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Educación.
<http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>
- Izquierdo, F. A. (2019). Atención al cliente en el proceso comercial. IC Editorial.
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/113432>
- Lopez, M (2018). Análisis de la Gestión de Atención al cliente en los hoteles GHL Guayaquil y el perfeccionamiento del espíritu de hospitalidad como cultura organizacional en sus empleados.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28720/1/TESIS%20APROBADA%202018.pdf>
- Ludeña, K. (2020). Propuesta de mejora de Atención al Cliente para la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro hospedajes caso: El Bosque, Nuevo Imperial-Cañete, 2019.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/18895/ATENCI%c3%93N_CLIENTE_GESTI%c3%93N_CALIDAD_HOSPEDAJE_LUDE%c3%91A_GUTIERREZ_KATHERINE_JOHANA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Mateos de Pablo, M. Á. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO. IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/124251>
- Mauri, H. (2021). Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Hospedajes: Caso Hospedaje La Mar, Distrito de Ayacucho, 2019.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/18895/ATENCI%c3%93N_CLIENTE_GESTI%c3%93N_CALIDAD_HOSPEDAJE_LUDE%c3%91A_GUTIERREZ_KATHERINE_JOHANA.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Ortega, C. (2017). ¿Cuál es la importancia de las MyPes en la economía colombiana? <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/mundo-pyme/laimportancia-de-las-pymes-en-colombia>
- Pérez, E. (2019). Atención al cliente en el proceso comercial: operaciones administrativas comerciales. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/127101>
- Rumín, J. M. (2019). Atención al cliente en el proceso comercial. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/127111>
- Salas, D. (2020). La encuesta y el cuestionario. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Sánchez, J. (2014). Las MyPes En Perú. Su Importancia Y Propuesta Tributaria. *Quipukamayoc*, 13(25), 127. <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>
- Torres, C. A. (2018). Gestión de la atención al cliente/consumidor. IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/113435>
- Villalobos, C. (2018). La importancia de las MyPes en Colombia. <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>
- Villanueva, J. (2020). Calidad de servicio y Satisfacción al cliente del hospedaje Servicios Turísticos el Tuity-Lamas, 2020. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/22123/CALIDAD_DEL_SERVICIO_SATISFACCION_DEL_CLIENTE_VILLANUEVA_ALEGRIA_JAIR_F_RANCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villon, S. (2018). Análisis de la Calidad de servicio en el hotel Air Suites, una propuesta de mejora. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35010/1/TESIS%20SHIRLEY%20LISSETT%20VILL%20QUIM%20c3%93N%20QUIM%20c3%8d.pdf>

Anexos

Anexos 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2022								Año 2022						
		Mes I				Mes II				Mes III				Mes IV		
		JULIO				AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del Proyecto	X														
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X	X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X											
5	Mejora del marco teórico					X										
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X									
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X								
8	Ejecución de la metodología								X							
9	Resultados de la investigación									X						
10	Conclusiones y recomendaciones										X					
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X				
12	Reacción del informe final												X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X	
15	Redacción de artículo científico															X

Anexos 2. Presupuesto

Categoría	Base	% 0 Numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	20.00	3	65.00
• Fotocopias	10.00	7	70.00
• Empastado	25.00	3	75.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	20.00	3	60.00
• Lapiceros	2.00	1	2.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			272.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	5.00	10	50.00
Sub total			50.00
Total, de presupuesto desembolsable			372.00
Categoría	Base	% 6 Numero	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			37,852

Anexos 3. Cuadro de sondeo

N°	RAZON SOCIAL
01	HOSPEDAJE "LAS LOMAS"
02	HOSPEDAJE "LOS ANDES"
03	HOSPEDAJE "AMAZONAS"
04	HOSPEDAJE "FLORIAN"
05	HOSPEDAJE "TOLOA"

Anexos 4. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El cuestionario se aplicará a los clientes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Hospedajes de la Zona Céntrica de Tumbes, 2022.

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas y lo invitamos a participar expresando su opinión personal marcando con un aspa (X) en la hoja de respuesta de acuerdo a su punto de vista en las alternativas planteadas.

NUNCA (1)	MUY POCAS VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)					
N°	ITEMS				ALTERNATIVA				
V1: ATENCION AL CLIENTE									
D1: SERVICIO AL CLIENTE (SERVICIO, TIEMPO, PROBLEMA, PST VENTA, FIDELIZAR, ESTABLECIMIENTO)									
1	¿La atención recibida por parte del recepcionista de las MyPes del rubro hospedaje es la adecuada?				1	2	3	4	5
2	¿El servicio brindado por parte de las MyPes rubro hospedajes cumple con sus expectativas?				1	2	3	4	5
3	¿El tiempo de espera para el registro de datos es el apropiado?				1	2	3	4	5
4	¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran interés y están dispuestos en resolver cualquier tipo de problema suscitado en su estadía?				1	2	3	4	5
5	¿Las MyPes del rubro hospedajes brindan promociones, ofertas y descuentos?				1	2	3	4	5
6	¿las MyPes del rubro hospedajes cuentan con página web para interactuar con sus clientes?				1	2	3	4	5
7	¿Es importante tomar en cuenta las sugerencias de los clientes de las MyPes del rubro hospedajes?				1	2	3	4	5
8	¿Las MyPes del rubro hospedajes cuentan con instalaciones modernas que Proporcionen una buena estadía?				1	2	3	4	5
V2: CALIDAD DE SERVICIO									
D1: ELEMENTOS TANGIBLES (INFRAESTRUCTURA)									
9	¿las MyPes del rubro hospedajes brindan habitaciones cómodas que cumplan con la exigencia del cliente?				1	2	3	4	5
10	¿las MyPes del rubro hospedaje brinda una buena imagen para sus clientes?				1	2	3	4	5
D2: FIABILIDAD (DESEMPEÑO)									
11	¿Existe trabajo en equipo entre los empleados de las MyPes del rubro hospedajes?				1	2	3	4	5
D3: CAPACIDAD DE RESPUESTA (ATENCION RAPIDA)									
12	¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes están realmente capacitado para atender al cliente?				1	2	3	4	5
D4: EMPATIA (AMABILIDAD)									

13	¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran cordialidad, al momento de atender?	1	2	3	4	5
14	¿La comunicación entre clientes y empleados de las MyPes rubro hospedajes es buena?	1	2	3	4	5
D5: SEGURIDAD (CONFIANZA)						
15	¿Lo empleados de las MyPes de rubro hospedajes demuestran ser confiables en la atención recibida?	1	2	3	4	5

Anexos 5. Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 y es dirigido por Namuche Sandoval Ronny Karoll, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del N° de celular: 964926506. Si desea, también podrá escribir al correo ronny_n13@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Henry Morchán Preciado

Fecha: 28/08/2022

Correo electrónico: henrymorchan532@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Hospedaje "las horas"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 y es dirigido por Namuche Sandoval Ronny Karoll, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del N° de celular: 964926506. Si desea, también podrá escribir al correo ronny_n_13@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: SARITA GUZMAN ATOCHE

Fecha: 28-08-2022

Correo electrónico: saga@hotmail.com

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Hospedaje "Toba"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 y es dirigido por Namuché Sandoval Ronny Karoll, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del N° de celular: 964926506. Si desea, también podrá escribir al correo ronny_n_13@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Piero Ruiz Ejunto Talledo

Fecha: 28/08/2024

Correo electrónico: Piero01@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Hospedaje "Los Andes"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 y es dirigido por Namuche Sandoval Ronny Karoll, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del N° de celular: 964926506. Si desea, también podrá escribir al correo ronny_n_13@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Miriam Aleman Cruz
Fecha: 28/08/2022
Correo electrónico: mica.25@hotmail.com
Firma del participante: [Firma]
Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Hospedaje "Aragoos"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022 y es dirigido por Namuche Sandoval Ronny Karoll, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de la Atención al cliente y Calidad de servicio en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del N° de celular: 964926506. Si desea, también podrá escribir al correo ronny_n_13@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Sebastián Vargas Contreras
Fecha: 28/08/2022
Correo electrónico: Sebastian-150@gmail.com
Firma del participante: [Firma]
Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Hospedaje "Floriano"

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Edita Jerid Periche Castro

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licenciada en Administración

1.4. Institución donde labora: Instituto Superior Tecnológico Publico de Tumbes

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Namuche Sandoval Ronny

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		observación
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio al cliente							
¿La atención recibida por parte del recepcionista de las MyPes del rubro hospedaje es la adecuada?	X		X		X		
¿El servicio brindado por parte de las MyPes rubro hospedajes cumple con sus expectativas?	X		X		X		
¿El tiempo de espera para el registro de datos es el apropiado?	X		X		X		
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran interés y están dispuestos en resolver cualquier tipo de problema suscitado en su estadía?	X		X		X		
¿Las MyPes del rubro hospedajes brindan promociones, ofertas y descuentos?	X		X		X		

¿Las MyPes del rubro hospedajes cuentan con página web para interactuar con sus clientes	X		X		X		
¿Es importante tomar en cuenta las sugerencias de los clientes de las MyPes del rubro hospedajes?	X		X		X		
¿Las MyPes del rubro hospedajes cuentan con instalaciones modernas que Proporcionen una buena estadía?	X		X		X		
Dimensión 2: Elementos tangibles							
¿Las MyPes del rubro hospedajes brindan habitaciones cómodas que cumplan con la exigencia del cliente?	X		X		X		
¿Las MyPes del rubro hospedaje brinda una buena imagen para sus clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Fiabilidad							
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes están realmente capacitado para atender al cliente?	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
¿Los empleados de las MyPes están realmente motivados al cumplir con sus funciones?	X		X		X		
Dimensión 5: Empatía							
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran cordialidad, al momento de atender?	X		X		X		
¿La comunicación entre clientes y empleados de las MyPes rubro hospedajes es buena?	X		X		X		
Dimensión 6: Seguridad							
¿Lo empleados de las MyPes de rubro hospedajes demuestran ser confiables en la atención recibida?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



 Mg. Lic. Adm. Edith Joriche Castro
 CLAD - 04038
 Firma

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 41799958

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional de Tumbes

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Namuche Sandoval Ronny

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		observación
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio al cliente							
¿La atención recibida por parte del recepcionista de las MyPes del rubro hospedaje es la adecuada?	X		X		X		
¿El servicio brindado por parte de las MyPes rubro hospedajes cumple con sus expectativas?	X		X		X		
¿El tiempo de espera para el registro de datos es el apropiado?	X		X		X		
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran interés y están dispuestos en resolver cualquier tipo de problema suscitado en su estadía?	X		X		X		
¿Las MyPes del rubro hospedajes brindan promociones, ofertas y descuentos?	X		X		X		
¿las MyPes del rubro hospedajes cuentan con página web para interactuar con sus clientes	X		X		X		

¿Es importante tomar en cuenta las sugerencias de los clientes de las MyPes del rubro hospedajes?	X		X		X		
¿Las MyPes del rubro hospedajes cuentan con instalaciones modernas que Proporcionen una buena estadía?	X		X		X		
Dimensión 2: Elementos tangibles							
¿las MyPes del rubro hospedajes brindan habitaciones cómodas que cumplan con la exigencia del cliente?	X		X		X		
¿las MyPes del rubro hospedaje brinda una buena imagen para sus clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Fiabilidad							
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes están realmente capacitado para atender al cliente?	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
¿Los empleados de las MyPes están realmente motivados al cumplir con sus funciones?	X		X		X		
Dimensión 5: Empatía							
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran cordialidad, al momento de atender?	X		X		X		
¿La comunicación entre clientes y empleados de las MyPes rubro hospedajes es buena?	X		X		X		
Dimensión 6: Seguridad							
¿Lo empleados de las MyPes de rubro hospedajes demuestran ser confiables en la atención recibida?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mg. Darwin Aguilar Chuquizuta
CLAP 11825
DOCENTE TUTOR

Firma

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 43812667

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Cristhian sosa orellana

1.2. **Grado Académico:** Magister

1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración

1.4. **Institución donde labora:** ULADECH

1.5. **Cargo que desempeña:** Coordinador de la escuela de Administración

1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario

1.7. **Autor del instrumento:** Namuche Sandoval Ronny

1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		observación
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio al cliente							
¿La atención recibida por parte del recepcionista de las MyPes del rubro hospedaje es la adecuada?	X		X		X		
¿El servicio brindado por parte de las MyPes rubro hospedajes cumple con sus expectativas?	X		X		X		
¿El tiempo de espera para el registro de datos es el apropiado?	X		X		X		
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran interés y están dispuestos en resolver cualquier tipo de problema suscitado en su estadía?	X		X		X		
¿Las MyPes del rubro hospedajes brindan promociones, ofertas y descuentos?	X		X		X		
¿las MyPes del rubro hospedajes cuentan con página web para interactuar con sus clientes	X		X		X		

¿Es importante tomar en cuenta las sugerencias de los clientes de las MyPes del rubro hospedajes?	X		X		X		
¿Las MyPes del rubro hospedajes cuentan con instalaciones modernas que Proporcionen una buena estadía?	X		X		X		
Dimensión 2: Elementos tangibles							
¿las MyPes del rubro hospedajes brindan habitaciones cómodas que cumplan con la exigencia del cliente?	X		X		X		
¿las MyPes del rubro hospedaje brinda una buena imagen para sus clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: Fiabilidad							
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes están realmente capacitado para atender al cliente?	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
¿Los empleados de las MyPes están realmente motivados al cumplir con sus funciones?	X		X		X		
Dimensión 5: Empatía							
¿Los empleados de las MyPes del rubro hospedajes muestran cordialidad, al momento de atender?	X		X		X		
¿La comunicación entre clientes y empleados de las MyPes rubro hospedajes es buena?	X		X		X		
Dimensión 6: Seguridad							
¿Lo empleados de las MyPes de rubro hospedajes demuestran ser confiables en la atención recibida?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



 Mgtr.Lic.Adm. CRISTIHAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
 MAGISTER EN FINANZAS
 Firma

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 00373944

Anexo 7: Figuras

Características del servicio al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

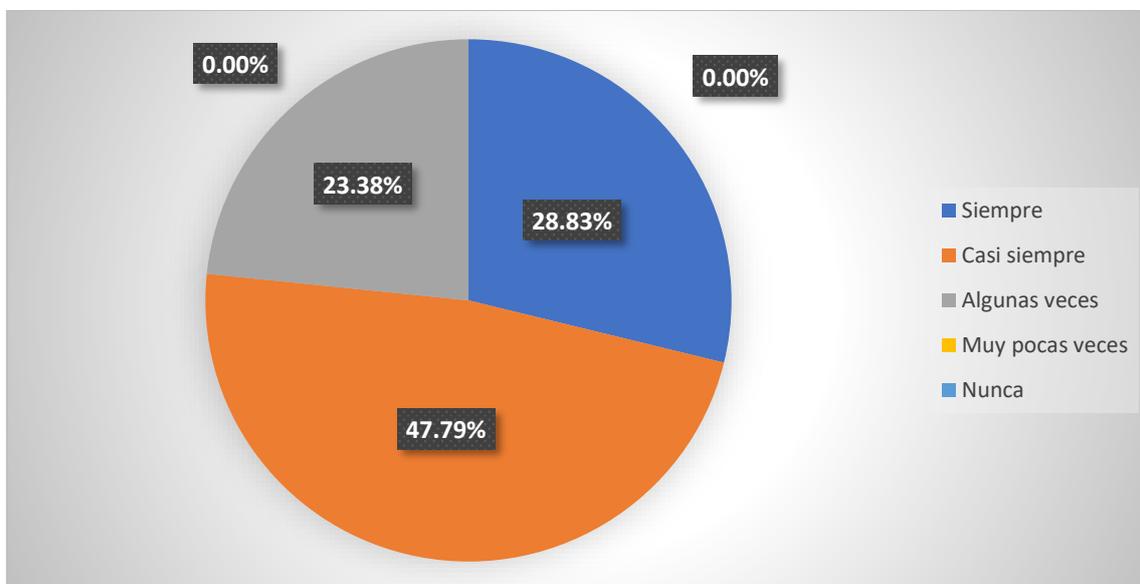


Figura 1. La atención recibida es la adecuada

Fuente. Tabla 1.

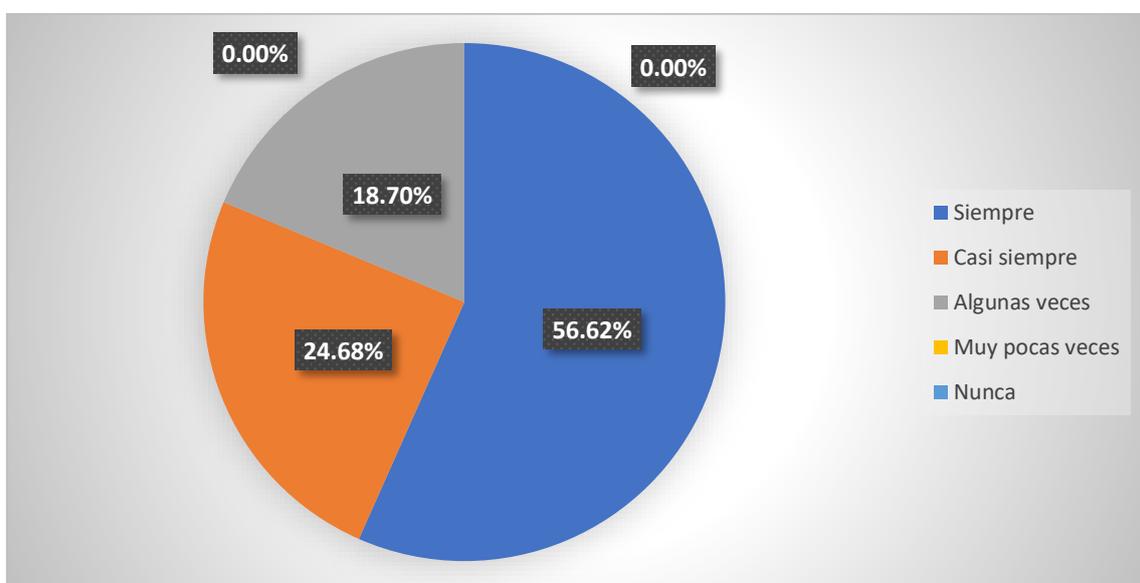


Figura 2. El servicio brindado cumple con las expectativas

Fuente. Tabla 1.

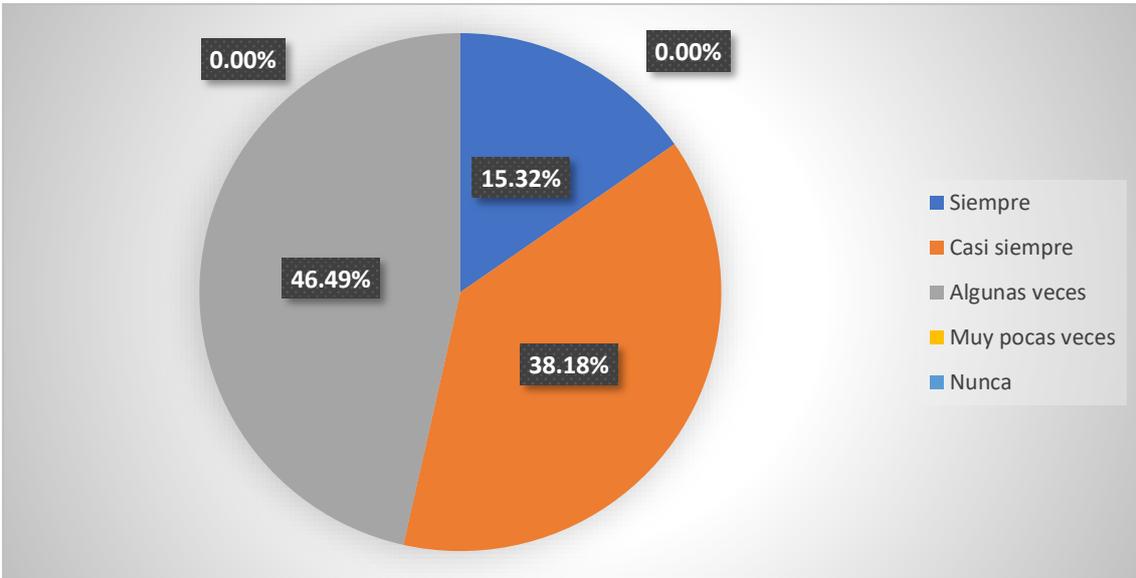


Figura 3. El tiempo de espera es el adecuado

Fuente. Tabla 1.

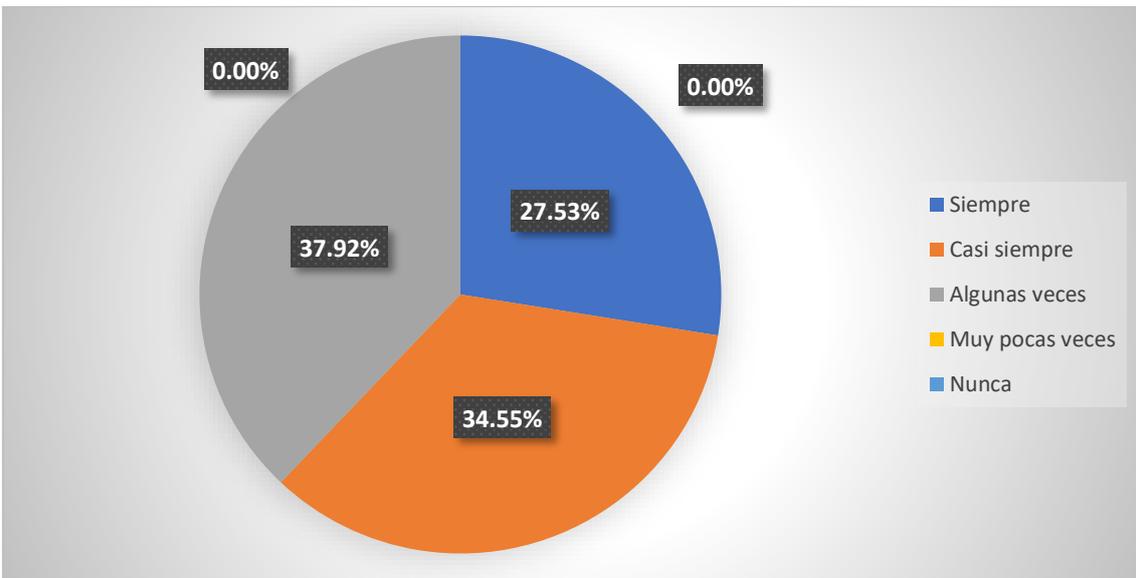


Figura 4. Interés y disposición en resolver problemas

Fuente. Tabla 1.

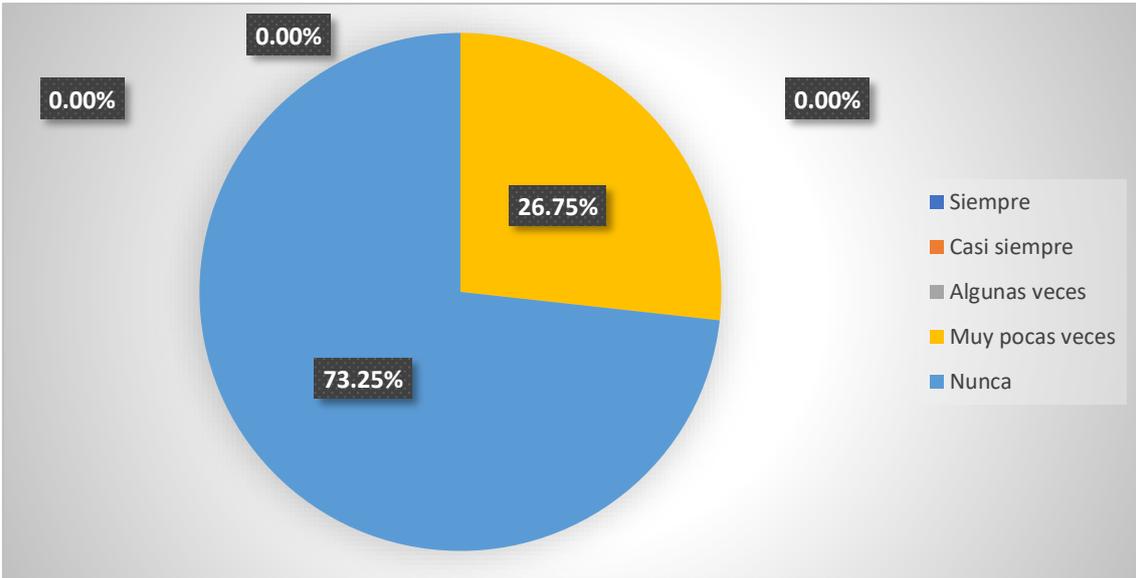


Figura 5. Promociones, ofertas y descuentos

Fuente. Tabla 1.

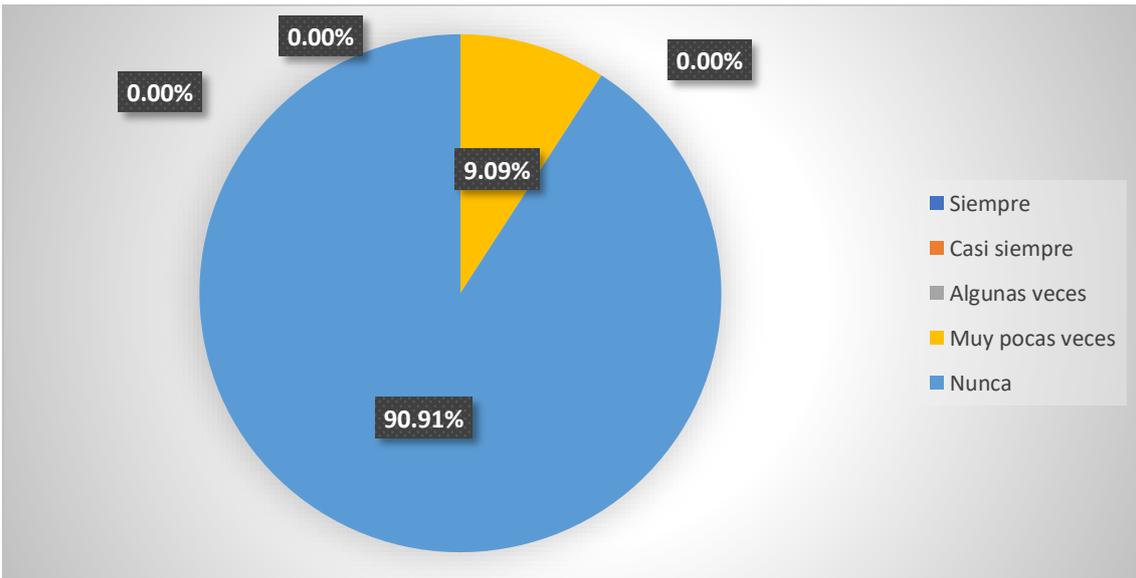


Figura 6. Página web para interacción con clientes

Fuente. Tabla 1.

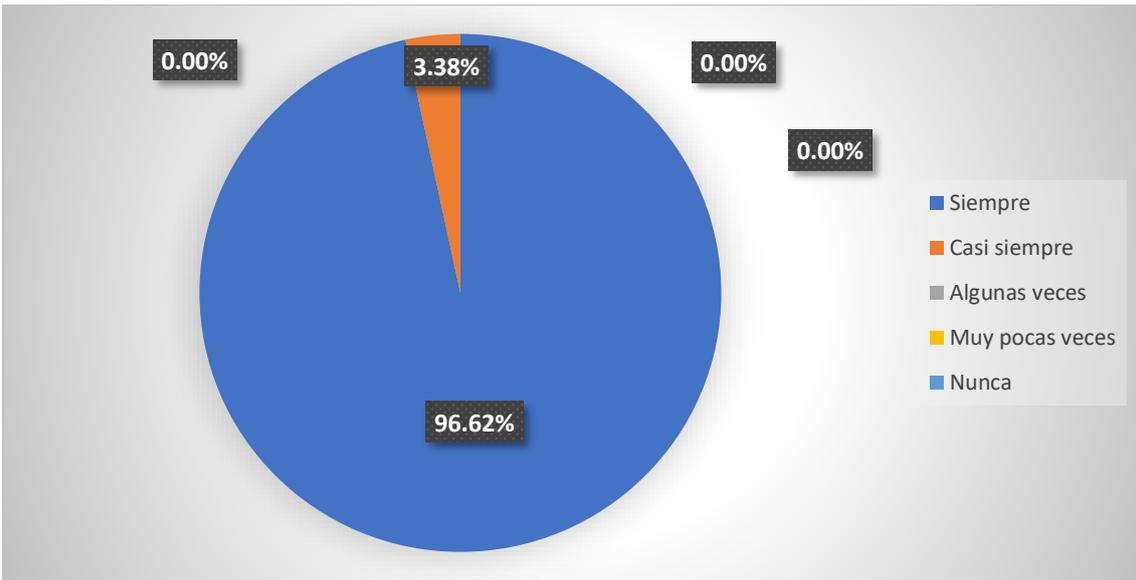


Figura 7. Toman en cuenta la sugerencia de clientes

Fuente. Tabla 1.

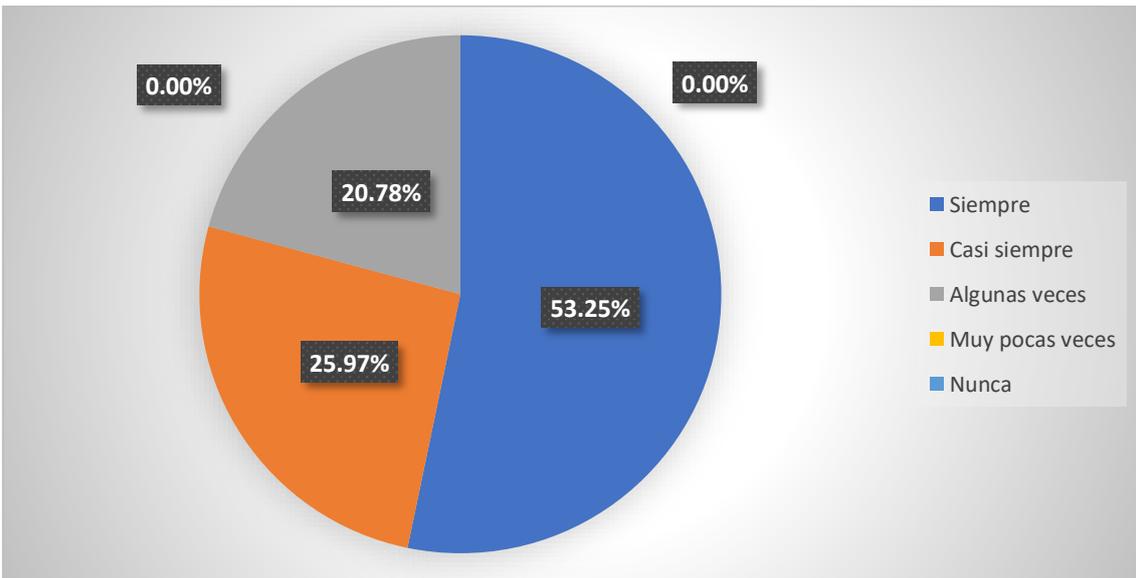


Figura 8. Brindan instalaciones modernas

Fuente. Tabla 1.

Características de los Elementos tangibles en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

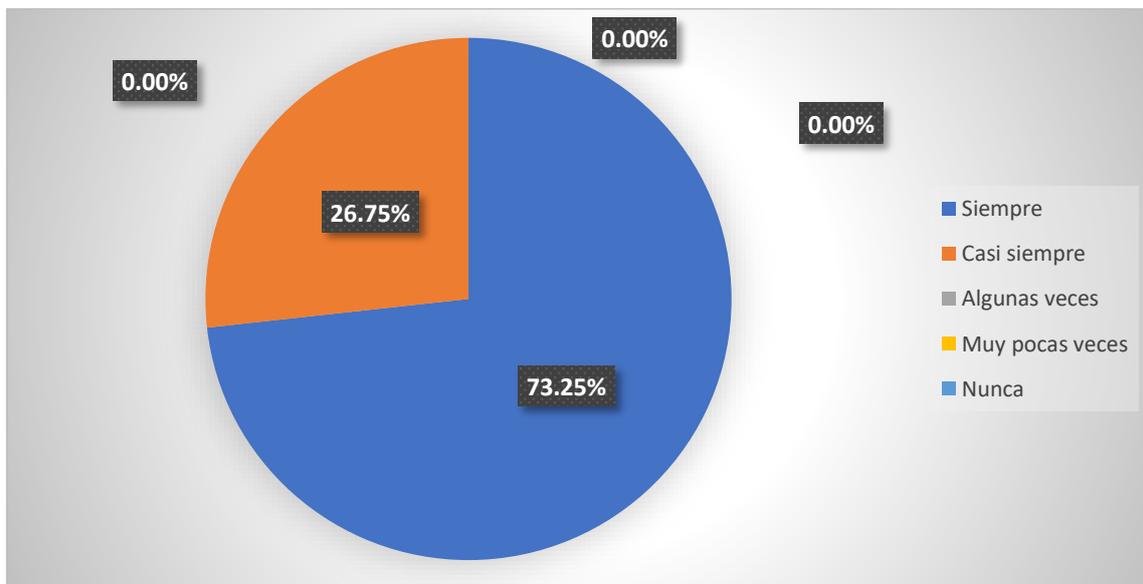


Figura 9. Brindan habitaciones cómodas

Fuente. Tabla 2.

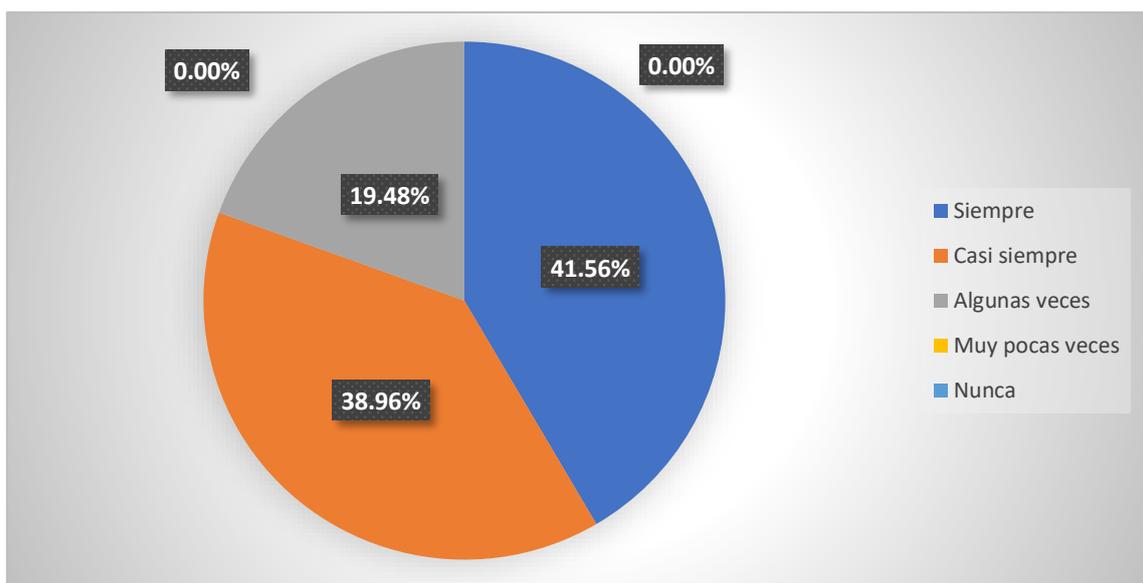


Figura 10. Buena imagen para sus clientes

Fuente. Tabla 2.

Características de la Capacidad de respuesta en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

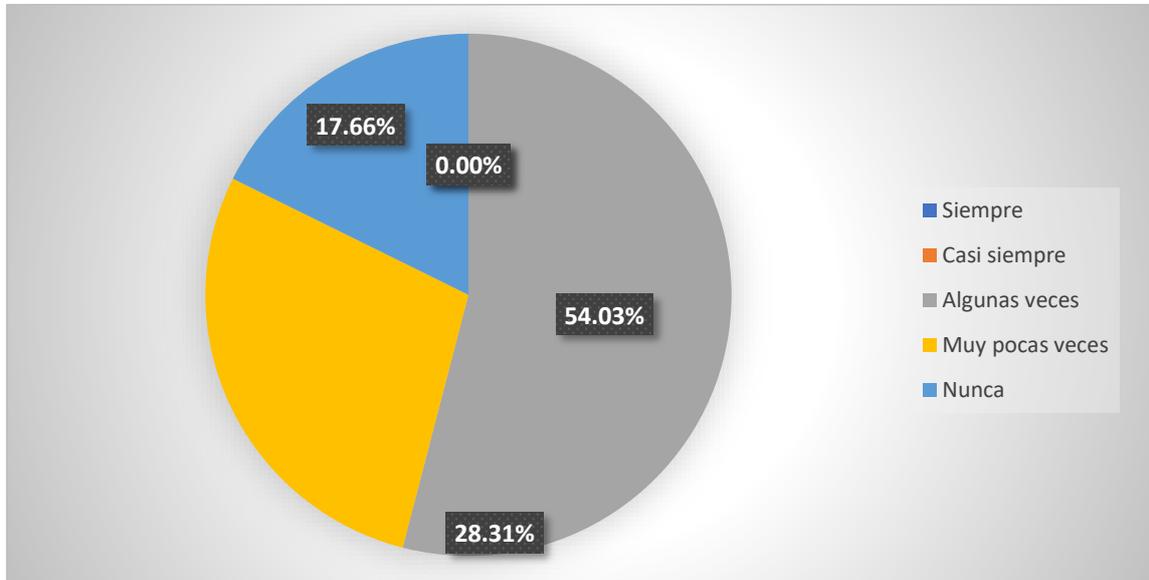


Figura 11. Trabajo en equipo entre los empleados

Fuente. Tabla 3.

Características de la Fiabilidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022.

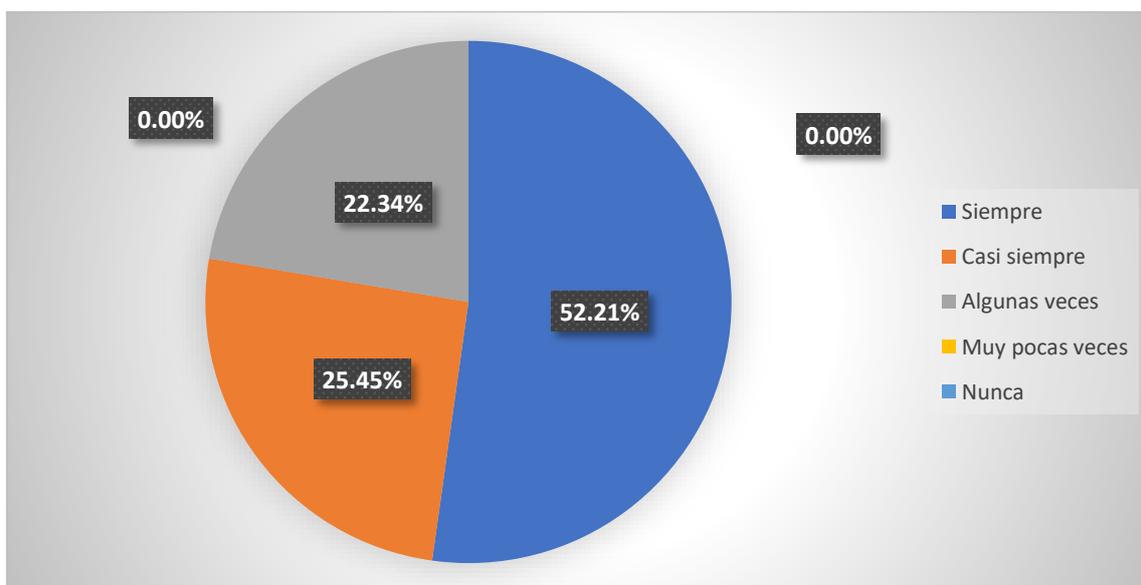


Figura 12. Empleados capacitados para atender al cliente

Fuente. Tabla 4.

Características de la Empatía en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

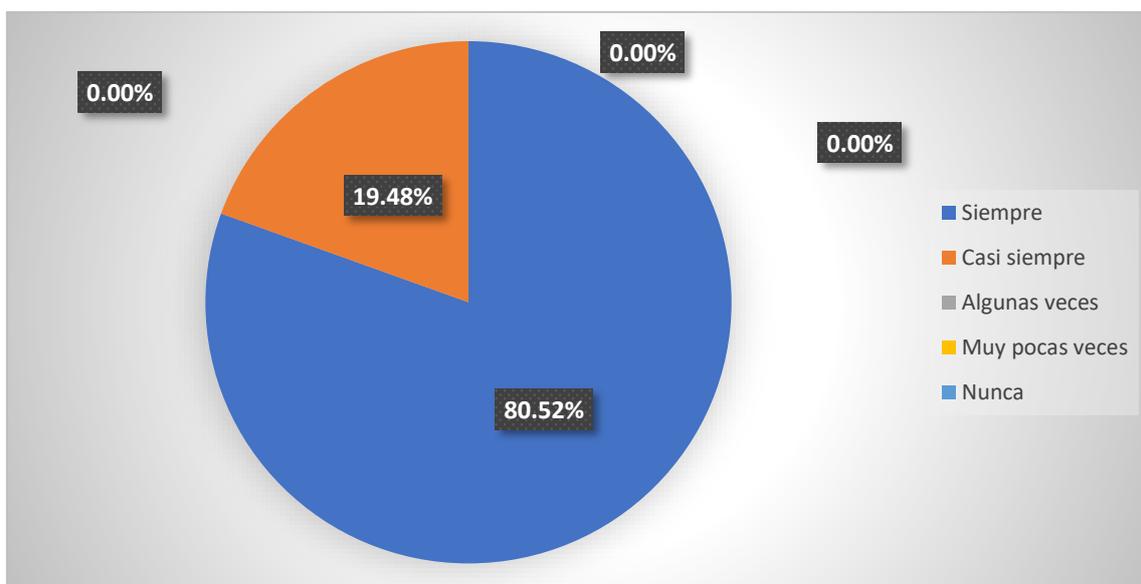


Figura 13. Cordialidad al momento de atender

Fuente. Tabla 5.

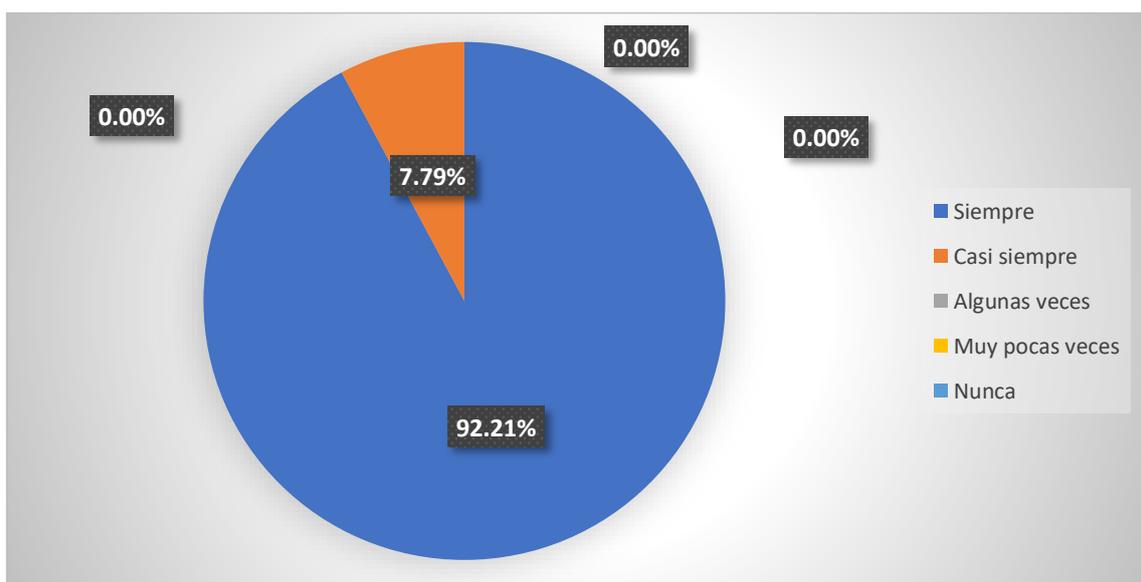


Figura 14. Comunicación entre empleados y clientes

Fuente. Tabla 5.

Características de la Seguridad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hospedajes de la zona céntrica de Tumbes, 2022

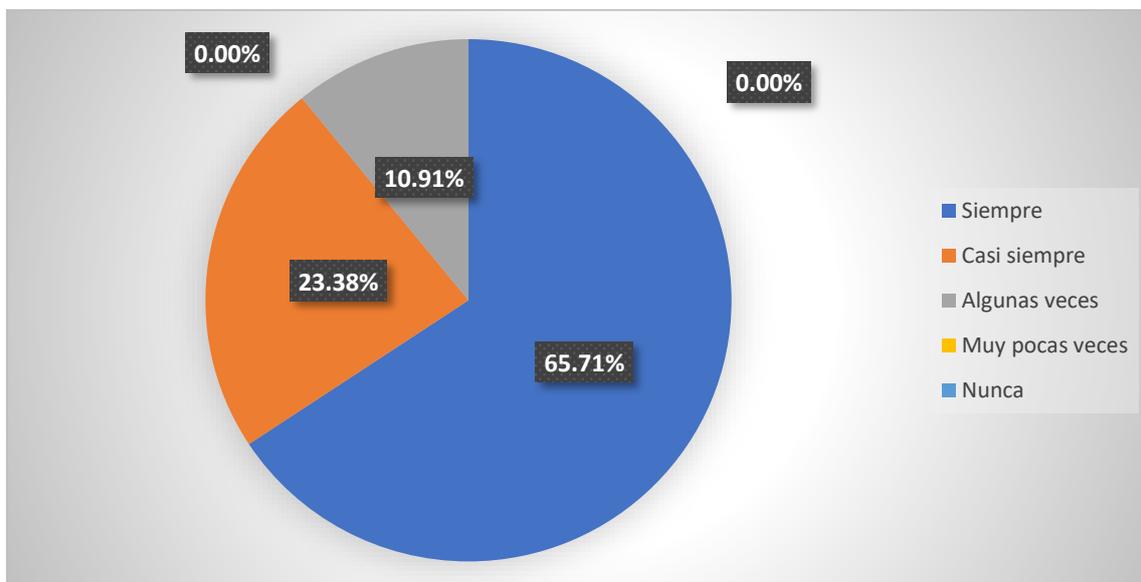


Figura 15. Empleados demuestran ser confiables

Fuente. Tabla 6.

TALTESIS770-SC-RNAMUCHES-INFORME_FINAL-TURNITIN-2022-02.docx

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repositorio.uladech.edu.pe

Internet Source

6%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 4%

Exclude bibliography Off



Mgtr. Lic. Adm. Maritza León Vigo