



## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Tesis para Optar el Título Profesional Contador  
Público; denominada:

### **PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOSTAL EL RECUERDO, CHEPÉN 2015**

AUTORES:

Bach. EDUARDO DE LAS ROSAS CUEVA MENDOZA

Bach. MANUEL ENRIQUE VARGAS QUINTANA

ASESORA:

Dra. CARMEN ELVIRA ROSAS PRADO

PIMENTEL – PERÚ

2016

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS  
HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD  
DEL HOSTAL EL RECUERDO, CHEPÉN 2015**

**Aprobación de Tesis**

---

Grado académico. Apellidos y nombres

**Asesor metodólogo**

---

Grado académico. Apellidos y nombres

**Asesor especialista**

---

Grado académico. Apellidos y nombres

**Presidente del jurado de tesis**

---

Grado académico. Apellidos y nombres

**Secretario del jurado de tesis**

---

Grado académico. Apellidos y nombres

**Vocal del jurado de tesis**

## **DEDICATORIA**

A nuestras familias, por perseverar con nosotros a lograr nuestros objetivos, que con su apoyo incondicional nos inspiran confianza, amor, respeto y sobre todo las ganas de sobresalir y ser personas de bien para nuestra sociedad.

**LOS AUTORES**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios

Por darnos la vida, sabiduría y paciencia para lograr terminar a tiempo nuestra tesis.

A la Universidad Señor de Sipán

Por albergarnos y darnos la oportunidad de sentirnos personas progresistas.

A nuestros Docentes

Porque a través de sus ponencias, nos transmitieron sus conocimientos y pautas de cómo lograr exitosamente nuestros objetivos y por ende ser buenos profesionales.

A nuestros Amigos

Por su paciencia, consejos, alegrías y buenas intenciones que nos permitieron superar algunas trabas y perseverar en alcanzar nuestras metas.

**LOS AUTORES**

## RESUMEN

La presente investigación lleva por título Programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la rentabilidad del hospedaje el recuerdo, Chepén 2016, el cual tiene como objetivo principal determinar el efecto del programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad del Hostal “El Recuerdo”, este programa está destinado a los trabajadores del hostal, a los cuáles se le aplicarán talleres de capacitación, y para obtener datos sobre la calidad de servicio e infraestructura, se aplicarán encuestas a clientes.

Con la aplicación de este programa se espera optimizar la calidad del servicio y de acuerdo a los resultados se tomarán las acciones necesarias para mejorar lo antes expuesto.

La investigación de tipo experimental se hizo por medio de análisis documental y la aplicación de una encuesta, teniendo como resultados que existe un efecto significativo en la aplicación del programa de capacitación en servicios hoteleros en el incremento de la rentabilidad el cuál es de 22%.

**Palabras clave:** Capacitación, rentabilidad, calidad de servicio.

## **ABSTRACT**

This research entitled Training Program hotel services to increase profitability of hosting the memory, Chepén 2016, which has as its main objective to determine the effect of the training program on hotel services to increase profitability Hostal "El Recuerdo" this program is intended for workers accommodation, to which they will apply training workshops, and to obtain data on the quality of service and infrastructure, customer surveys shall apply.

With the implementation of this program is expected to optimize the quality of service and according to the results needed to improve as soon exposed action will be taken.

Experimental research was done through document analysis and implementation of a survey, with the result that there is a significant effect on the implementation of the training program in hotel services in increasing profitability which is 22%.

**Keywords:** Training, profitability, quality of service.

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| <b>RESUMEN</b> .....  | v  |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | vi |
| <b>ÍNDICE</b> .....   | 7  |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....                                     | 11 |
| <b>CAPITULO I:</b> .....                                      | 13 |
| <b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....                     | 14 |
| 1.1. Situación Problemática: .....                            | 14 |
| 1.1.1. A nivel internacional .....                            | 14 |
| 1.1.2. A nivel nacional .....                                 | 16 |
| 1.1.3. A nivel local .....                                    | 17 |
| 1.2. Formulación del Problema .....                           | 18 |
| 1.3. Delimitación de la Investigación .....                   | 18 |
| 1.4. Justificación e Importancia de la Investigación .....    | 18 |
| 1.5. Limitaciones de la Investigación .....                   | 18 |
| 1.6. Objetivos de la Investigación: .....                     | 18 |
| 1.6.1. Objetivo general .....                                 | 18 |
| 1.6.2. Objetivos específicos .....                            | 19 |
| <b>CAPITULO II:</b> .....                                     | 20 |
| <b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....                                | 21 |
| 2.1. Antecedentes de Estudios: .....                          | 21 |
| 2.1.1. A nivel internacional .....                            | 21 |
| 2.1.2. A nivel nacional .....                                 | 21 |
| 2.1.3. A nivel local .....                                    | 22 |
| 2.2. Estado del Arte .....                                    | 22 |
| 2.3. Sistemas Teóricos Conceptuales: .....                    | 23 |
| 2.3.1. Programa de capacitación en servicios hoteleros: ..... | 23 |

|                                |   |           |
|--------------------------------|---|-----------|
| 2.3.2.                         | Diagnóstico de las necesidades .....  | 27        |
| 2.3.3.                         | Diseño del programa de capacitación .....                                   | 28        |
| 2.3.4.                         | Conducción y control.....   | 30        |
| 2.3.5.                         | Evaluación del programa de capacitación:.....                               | 31        |
| 2.3.6.                         | Calidad de servicio .....   | 33        |
| 2.3.7.                         | Rentabilidad .....  | 40        |
| 2.3.8.                         | Margen bruto.....   | 47        |
| 2.3.9.                         | Margen operacional.....   | 47        |
| 2.3.10.                        | Margen neto. ....   | 47        |
| 2.4.                           | Definición de la Terminología.....  | 48        |
| <b>CAPITULO III:</b>           | .....   | <b>49</b> |
| <b>III. MARCO METODOLÓGICO</b> | .....   | <b>50</b> |
| 3.1.                           | Tipo y Diseño de Investigación:.....  | 50        |
| 3.2.                           | Población y Muestra:.....   | 50        |
| 3.3.                           | Hipótesis.....  | 51        |
| 3.4.                           | Variables .....   | 51        |
| 3.5.                           | Operacionalización:.....  | 52        |
| 3.6.                           | Abordaje Metodológico, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 54        |
| 3.6.1.                         | Abordaje metodológico.....  | 54        |
| 3.6.2.                         | Técnicas de recolección de datos:.....                                      | 54        |
| 3.6.3.                         | Instrumentos de recolección de datos:.....                                  | 54        |
| 3.7.                           | Procedimiento para la Recolección de Datos .....                            | 54        |
| 3.8.                           | Análisis Estadístico de Interpretación de los Datos .....                   | 55        |
| 3.9.                           | Principios Éticos .....   | 55        |
| 3.10.                          | Criterios de Rigor Científico.....  | 56        |
| <b>CAPÍTULO IV:</b>            | .....   | <b>58</b> |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>  | <b>59</b> |
| <b>4.1. Resultados en Tablas y Gráficos .....</b>   | <b>59</b> |
| 4.1.1. Calidad de Servicio en el Hostal “El Recuerdo”-Chepén 2015.....                                  | 59        |
| 4.1.2. Rentabilidad en el hospedaje “El Recuerdo”-Chepén 2015 .....                                     | 60        |
| 4.1.3. Diseño y aplicación del programa de Capacitación “El Recuerdo”-<br>Chepén 2015.....              | 61        |
| 4.1.4. Calidad de servicio en el hospedaje El Recuerdo-Chepén 2016 ....                                 | 62        |
| 4.1.5. Rentabilidad en el hospedaje “El Recuerdo”-Chepén 2016 .....                                     | 63        |
| <b>4.2. Discusión de Resultados. ....</b>   | <b>67</b> |
| <b>CAPÍTULO V:.....</b>   | <b>69</b> |
| <b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>   | <b>70</b> |
| <b>REFERENCIAS.....</b>   | <b>72</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>   | <b>75</b> |
| <b>ANEXO 01: .....</b>  | <b>76</b> |
| <b>Encuesta para evaluar la calidad de servicio .....</b>   | <b>76</b> |
| <b>ANEXO 02: .....</b>  | <b>78</b> |
| <b>Diagnóstico para evaluar el nivel de conocimiento del Personal Hospedaje<br/>“El Recuerdo” .....</b> | <b>78</b> |
| <b>ANEXO 03: .....</b>  | <b>79</b> |
| <b>Programa de Capacitación .....</b>   | <b>79</b> |
| <b>TALLER DE CAPACITACIÓN N°01:.....</b>  | <b>80</b> |
| <b>Atención al Cliente .....</b>  | <b>80</b> |
| <b>TALLER DE CAPACITACIÓN N°02:.....</b>  | <b>81</b> |
| <b>Solución de Conflictos, Empatía Manejo del Estrés .....</b>  | <b>81</b> |
| <b>TALLER DE CAPACITACIÓN N°03:.....</b>  | <b>82</b> |
| <b>Satisfacción del Cliente .....</b>   | <b>82</b> |
| <b>TALLER DE CAPACITACIÓN N°04:.....</b>  | <b>83</b> |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Manejo y Calidad de Los Productos</b> .....                              | 83  |
| <b>TALLER DE CAPACITACIÓN N°05</b> .....                                    | 84  |
| <b>Principales Centros Turísticos de Chepén</b> .....                       | 84  |
| <b>TALLER DE CAPACITACIÓN N°06:</b> .....                                   | 85  |
| <b>Estrategias de Captación de Clientes</b> .....                           | 85  |
| <b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b> .....                                      | 86  |
| <b>PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS ACTIVIDADES</b> .....             | 87  |
| <b>ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL 2015</b> .....                             | 65  |
| <b>ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL 2016</b> .....                             | 66  |
| <b>EVIDENCIA FOTOGRÁFICA - HOSPEDAJE “EL RECUERDO”</b> .....                | 88  |
| <b>EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS – APLICACIÓN DE TALLERES</b> .....               | 93  |
| <b>EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS – PERSONAL DEL HOSPEDAJE “EL RECUERDO”</b> ..... | 107 |

## INTRODUCCIÓN

La capacitación es considerada como uno de los elementos fundamentales para la productividad en una empresa, ello no solo influye directamente con el desempeño del personal, sino que también ayuda a mejorar los índices rentables. En el caso de las empresas hoteleras, la capacitación al personal se convierte en una estrategia para mejorar su calidad de servicio y su rentabilidad, pues ayuda en el desempeño eficiente del personal, debido a que permite a desarrollar habilidades necesarias para atender al cliente.

Actualmente, la calidad de servicio es un aspecto clave para lograr el éxito en un sector tan competitivo como la industria hotelera, debido a que esta es percibida desde la perspectiva del cliente, es por ello que la preocupación de las empresas hoteleras es mejorarla. Sin embargo no en todos los hoteles se observa que su calidad de servicio sea la adecuada y ello también influye en los índices de su rentabilidad, ante esto, en la investigación se plantea como problema ¿Cuál sería el efecto de aplicar el Programa de Capacitación en Servicios hoteleros en el Incremento de la Rentabilidad del Hostal El Recuerdo, Chepén 2015?

Entonces se plantea la siguiente hipótesis: El Programa de Capacitación causa efecto en la rentabilidad Del Hostal el Recuerdo, Chepén 2015. Asimismo, podemos indicar que son realidades diferentes entre los hospedajes que tienen altos índices de rentabilidad con aquellos que no lo tienen, como lo indica el artículo publicado en Andina-Agencia Peruana de Noticias (2013), debido a que los hospedajes más rentables, son considerados como los más lujosos y los que son ocupados por un alto grado de turistas, lo cual no corre con la misma suerte los hospedajes que cuenta con baja rentabilidad. Se puede evidenciar que las causas por las cuales una persona decide continuar o no haciendo uso del servicio del hospedaje es el servicio que reciben por parte del personal, la infraestructura del local, entre otros casos.

Ante lo mencionado en la presente investigación se planteó como objetivo general: Determinar el efecto del programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad del Hostal El Recuerdo, 2015. La investigación se

divide en cinco capítulos: El Capítulo I que contiene el Problema de Investigación, exponiendo la situación problemática, la formulación del problema, justificación y objetivos de la investigación. El capítulo II se describe las teorías necesarias para el desarrollo de las variables. En el capítulo III, incluye el Marco Metodológico, en el cual se determina la población y muestra, hipótesis, variables, y operacionalización de variables. En el capítulo IV, Análisis e Interpretación, presentamos los principales resultados hallados y su discusión con respecto a otras realidades o investigaciones hechas que se relacionen con nuestros objetivos. Por último el capítulo V se describe las principales conclusiones y recomendaciones.

# **CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Situación Problemática:

#### 1.1.1. A nivel internacional

A lo largo de la historia, las casas en donde se acogían y albergaban a los forasteros, han jugado un papel importante sobre el crecimiento y desarrollo de las sociedades, debido a que muchas personas (debido a las necesidades del trabajo) realizaban continuos viajes, por lo que precisaban de lugares en donde pasar la noche en todo caso quedarse un par de días. Es así que, gracias a la necesidad de estas personas, el rubro de la hospitalidad se ha incrementado a tal punto que, en cada una de las principales ciudades del mundo, se evidencie la presencia de un hotel, hospedaje o al menos un albergue turístico; Sin embargo, no todas estas empresas alcanzan el éxito, son pocas las que con el tiempo, y en función a una serie de indicadores logran alcanzar la cima y mantenerse periodo tras periodo.

Alrededor del globo, múltiples son las empresas hoteleras que alcanzaron el éxito, entre las tantas que se pueden mencionar, se encuentra Marina Bay Sands, considerado como el hotel casino de Singapur más lujoso y más rentable de Asia. Según Herrero (2013), en una nota para el Diario de Expansión, menciona que el hotel se encuentra valorado en más de 5.700 millones de euros, y es propiedad de Sheldon Adelson, el mismo que quiere construir Eurovegas en Madrid, su impresionante arquitectura, diseño y lujo le hacen ser uno de los edificios más llamativos de la ciudad de Singapur. La creación de miles de puestos de trabajo (en Singapur más de 10.000 empleos), el incremento en turismo e inversión extranjera, y la adecuada calidad de atención han hecho de Marina Bay Sands uno de los negocios más rentables de la ciudad asiática.

En un boletín entregado por Trip Advisor (2014), el sitio de viajes más grande del mundo, anunció los ganadores de la elección de los viajeros para los hoteles con mejor atención del mundo, con un total de 1.762

propiedades en 98 países y regiones de todo el mundo elegidas. Este premio reconoce a los mejores hoteles con mejor servicio en el mundo y con categorías para África, Asia, Australia, Canadá, el Caribe, China, Europa, Japón, México, Oriente Medio, América del Sur, el Pacífico Sur, el Reino Unido y los EE.UU. Los ganadores fueron determinados sobre la base de los millones de críticas y opiniones de viajeros de TripAdvisor en todo el mundo, teniendo en cuenta la calidad de las críticas y las clasificaciones de servicio. "TripAdvisor se complace en destacar a los hoteles de todo el mundo que son reconocidos por sus clientes por proporcionar un servicio superior", dijo Barbara Messing, directora de marketing de TripAdvisor.

Entre los mejores hoteles del mundo, catalogados por la rentabilidad y el servicio que imparte: Riad Kheirredine, Marrakech, Marruecos; Hamanasi Adventure and Dive Resort, Hopkins, Belice; Akademie Street Boutique Hotel and Guesthouse, Franschoek, Sudáfrica; Riad Noir d'Ivoire, Marrakech, Marruecos.

Según un artículo periodístico escrito por García (2014) para el conocido diario Español América Latina – Business Review, menciona que la clave para que una franquicia tenga éxito y se vuelva rentable, es que la idea de ésta sea sólida y que se pueda replicar en un sin número de mercados. En el caso particular de nuestro país, según datos de MINCETUR, el crecimiento de la actividad Hotelera ha sido notable como lo podemos apreciar en la tabla 01 que se presenta a continuación.

## **LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES**

| <b><u>Año</u></b> | <b><u>Llegadas</u></b> |
|-------------------|------------------------|
| 2004              | 1,349,959              |
| 2005              | 1,570,566              |
| 2006              | 1,720,746              |
| 2007              | 1,916,400              |
| 2008              | 2,057,620              |
| 2009              | 2,139,961              |
| 2010              | 2,299,187              |
| 2011              | 2,597,803              |
| 2012              | 2,845,623              |
| 2013              | 3,163,639              |
| 2014              | 3,214,934              |
| ago-15            | 2,312,840              |

### **1.1.2. A nivel nacional**

Según un artículo publicado en Andina-Agencia Peruana de Noticias (2013), el presidente de Canatur, Carlos Canales, indicó que la alta ocupación en este segmento se refleja en el aumento de las tarifas por lo que existe alta rentabilidad de la industria hotelera peruana, que se encuentra al nivel de los principales países de la región. Así mismo, el promedio de ocupación de hoteles de lujo en Perú, principalmente corporativos, alcanza el 90 por ciento por año, por la marca de las cadenas hoteleras y la calidad del servicio que ofrecen, señaló la Cámara Nacional de Turismo (Canatur).

“El incremento del sector hotelero, se debe en gran medida al incremento formidable del turismo, a causa de las distintas menciones que ha recibido nuestro país. Este rubro es la cuarta fuente de ingresos para la economía peruana, que produce cerca de 3 mil millones de dólares anuales. Según cifras del MINCETUR cada mes llegan aproximadamente alrededor de 120 mil extranjeros al aeropuerto Internacional Jorge Chávez (tres veces más que hace 10 años). Es por



ello que existen alrededor de 14 mil hoteles al día de hoy”. Así lo menciono Pymex (2015) en su artículo de opinión.

### **CONSUMO INTERNO DE TURISTAS NACIONALES**

| <b><u>Año</u></b> | <b><u>Turistas</u></b> |
|-------------------|------------------------|
| 2004              | 10.784.118             |
| 2005              | 11.166.531             |
| 2006              | 11.538.997             |
| 2007              | 11.931.358             |
| 2008              | 12.310.867             |
| 2009              | 12.693.597             |
| 2010              | 13.075.807             |
| 2011              | 13.458.016             |
| 2012              | 13.849.207             |
| 2013              | 14.541.667             |
| 2014              | 15.268.750             |

#### **1.1.3. A nivel local**

En lo que respecta al distrito de Chepén, múltiples son los hoteles que se pueden encontrar; Sin embargo, no en todos ellos se puede apreciar que las cosas se encuentran de maravilla, debido a que en algunos de los hoteles, se evidencia que el nivel de los ingresos no es el adecuado, mientras que en otros, supera las expectativas generadas por sus propietarios. Tras realizar una rápida entrevista con algunos de los usuarios de estos hoteles, se pudo evidenciar las causas por las cuales una persona decide continuar o no haciendo uso del servicio del hotel es el servicio que reciben por parte del personal, la infraestructura del local, entre otros casos. Estos problemas conllevan a suponer que la causa principal para los problemas de rentabilidad en algunos de los hoteles se debe a la inadecuada calidad de servicio impartida en los establecimientos.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Cuál sería el efecto de aplicar el Programa de Capacitación en Servicios hoteleros en el Incremento de la Rentabilidad del Hostal El Recuerdo, Chepén 2015?.

## **1.3. Delimitación de la Investigación**

La presente investigación se llevó a cabo en el distrito y provincia de Chepén, Departamento de la Libertad, en el Hostal El Recuerdo, ubicado en la calle Trujillo N° 194, teniendo como objeto de estudio a todos los trabajadores del Hospedaje mencionado, en un periodo de 06 meses.

## **1.4. Justificación e Importancia de la Investigación**

La presente investigación se justifica puesto que va servir como un antecedente para futuros investigadores, además se ha seguido un método científico, en el cual se han elaborado instrumentos como el cuestionario, que pueden servir como referencias para trabajos futuros. Finalmente esta investigación beneficia a la empresa puesto que podrá capacitar en servicios hoteleros y con esto mejorar la rentabilidad de su empresa.

## **1.5. Limitaciones de la Investigación**

Para la presente investigación, se tuvo limitaciones en cuanto a la aplicación del programa de capacitación, pues para poder ser desarrollado se tuvo que tener en cuenta los horarios de trabajo del personal y algunos de ellos no se ajustada a la disposición del capacitador. También se tuvo limitaciones en cuanto el registro de los clientes, ya que en el hospedaje mantienen esa información con total discreción.

## **1.6. Objetivos de la Investigación:**

### **1.6.1. Objetivo general**

Determinar el efecto del programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad del Hostal El Recuerdo, 2015.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

Evaluar la calidad de servicio en el Hostal El Recuerdo-Chepén. 2015.

Analizar la rentabilidad en el Hostal El Recuerdo-Chepén. 2015.

Diseñar y aplicar un Programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad del Hostal El Recuerdo, 2015.

Evaluar la calidad de servicio en el Hostal El Recuerdo-Chepén. 2016.

Analizar la rentabilidad en el Hostal El Recuerdo-Chepén. 2016.

# **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de Estudios:

#### 2.1.1. A nivel internacional.

VEGA (2011), *“El control interno y su efecto en la rentabilidad de la empresa “Akabados” ante el año 2010”*, se resalta la importancia que tiene el control en los resultados económicos de las empresas, más aun cuando esto se caracteriza por un servicio, para el cual el desempeño es esencial y su bienestar de mucha importancia para los resultados económicos.

Sanchez M. (2013), *“Diseño de plan de capacitación dirigido al personal del departamento de recepción del colegio universitario hotel escuela de los andes venezolanos y del hotel Venetur Mérida”*, la capacitación influye directamente en el desempeño que el personal brinda a los clientes, estos evidencian el grado de calidad en cuanto a un servicio, de igual manera es fundamental que en toda empresa Hotelera el personal este constantemente capacitado para abarcar un mercado más amplio.

Mejía C. & Jaramillo A. (2014) *“Evaluación de la viabilidad de un proyecto hotelero en la ciudad de barranquilla a desarrollar por la firma Hoteles Estelar S.A.”* Se puede afirmar que en toda organización el personal idóneo es fundamental para el desarrollo de las actividades operativas y los procesos administrativos, sin embargo estos tienen que estar constantemente capacitados para lograr un óptimo desempeño.

#### 2.1.2. A nivel nacional

ELÍAS (2011), *“Diagnostico y Propuesta de mejora al Proceso de Capacitación en una empresa de Servicios Petroleros”*, Es importante que en la organización los capacitadores estén de acuerdo a los métodos, características o formas de capacitar, para alcanzar un estándar del mismo y un desempeño alto en el personal.

Silva J. (2011) *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”*, se evidencia cuán importante o relevante es la capacitación en los resultados económicos de las organizaciones que permiten un crecimiento sostenible en tiempo. Por otro lado la rentabilidad refleja la gestión que se viene efectuando en la empresa.

### **2.1.3. A nivel local**

Benavides C. (2012). *“Calidad y productividad en el sector Hotelero Andaluz”*, estas variables calidad y productividad actualmente están altamente relacionadas entre sí, las misma que tienen relevancia en el sector hotelero a fin de tomar decisiones correctas de capacitación para mejorar la calidad y evidenciarlo en la productividad del personal.

Cornejo C. (2013). *“Plan de marketing basado en estrategias competitivas para la implementación de un restaurante de comida japonesa y nikkei en la ciudad de Chiclayo”*. Las estrategias competitivas son un factor importante para las empresas que abarca desde la optimización de los recursos materiales y humanos para alcanzar un desempeño eficiente de la misma. Cumpliendo las metas y objetivos.

## **2.2. Estado del Arte**

El sector estará representado para la firma del APA por la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES). Los acuerdos serán publicados mediante resolución y su vigencia será de dieciocho (18) meses. Los acuerdos subsiguientes podrán tener una vigencia de hasta 36 meses. En los casos en que se haya vencido un Acuerdo de Precios Anticipados (APA) y no existiere un nuevo acuerdo, continuará vigente el acuerdo anterior hasta que fuere aprobado el nuevo APA (Advance Pricing Agreements). Quedan vigentes las disposiciones del Código Tributario de

la República Dominicana sobre la determinación de los impuestos. *En función a ello es de importancia que todas las empresas se fundamenten en el código tributario para de esta manera seguir los parámetros, normas y leyes que se rigen en el país y localidad.*

## **2.3. Sistemas Teóricos Conceptuales:**

### **2.3.1. Programa de capacitación en servicios hoteleros:**

#### **Capacitación**

“En este mundo de continuos cambios, Sean estos tecnológicos o socioeconómicos, hace que en la organización empresarial, el puesto de trabajo no sea estático, ya que el mundo competitivo laboral favorece a las personas que estén preparadas para dar la talla, entregando al máximo su potencial. Sin duda alguna la persona es el principal patrimonio de la organización, por lo que si se desea ver frutos, se debe de realizar constantemente capacitaciones al colaborador, de esta manera, Este podrá hacerle frente a los problemas haciendo uso de los conocimientos adquiridos”.

Es por eso que **IBÁÑEZ, Mario (2011) e Idalberto Chiavenato (2009)**, definen a la capacitación como: “El proceso educativo a corto plazo, en el que se hace uso de técnicas debidamente pre estructuradas dentro de un procedimiento planeado, sistemático y organizado, además es considerado como un medio para apalancar el desempeño en el trabajo”. En términos generales, una capacitación es una herramienta que emplea la empresa para desarrollar las competencias de las personas para que puedan ser más productivos; Es decir, se agrega un valor a las personas, la organización y a los clientes”.

#### **Objetivos**

La capacitación persigue objetivos concretos, los mismos que se detallan a continuación.

## **Importancia**

En términos generales, la capacitación es importante puesto que permite desarrollar las capacidades de una persona, para que sea capaz de desempeñarse efectivamente en sus labores. Algunas importancias específicas son:

- a) Ayuda al colaborador a adquirir y ampliar su nivel de conocimientos.
- b) El colaborador se siente motivado para incrementar su competitividad.
- c) Genera cambio de actitud en el trabajador.
- d) Contribuye en desarrollar calidad en la producción.
- e) Sirve para evitar la obsolescencia mental y organizacional.

## **Ciclo de capacitación**

**Según GARCÍA LÓPEZ, José** *"El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones"*, en Contribuciones a la Economía, diciembre (2011), La capacitación es para los puestos actuales y la formación o desarrollo es para los puestos futuros, con frecuencia se confunden, puesto que la diferencia está más en función de los niveles a alcanzar y de la intensidad de los procesos.

## **La planeación estratégica y la capacitación**

**Según GARCÍA LÓPEZ, José** *"El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones"* , en Contribuciones a la Economía, diciembre (2011), Al hablar de planeación estratégica es hacer mención entre otras cosas a estrategia, por lo que se debe recordar que una estrategia, es un plan unificado, comprensible e integral, diseñado para



asegurar que los objetivos básicos de la empresa sean alcanzados, sin olvidar también, que implica integrar las principales metas, objetivos y políticas de una organización y a la vez establecer una secuencia lógica de las acciones a realizar para lograr un objetivo. Una estrategia formulada en forma adecuada, ayuda a poner orden y asignar los recursos de la organización con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes, en el cual también se establecen las condiciones y los recursos necesarios para su implantación.

### **Definición y búsqueda de sentido de la capacitación**

**Según GARCÍA LÓPEZ José** *"El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones*, en Contribuciones a la Economía, diciembre **(2011)**, Se deberá contar con la Visión y la Misión del departamento y/o sistema de capacitación, donde se pueda percibir con claridad por qué y para que existe éste. Así mismo se deberán definir o seleccionar un conjunto de Valores cuya pretensión sea la de regir o normar al sistema o la función de capacitación, es decir, que existan principios reguladores de la misma para evitar que ésta se desvíe”.

### **Establecimiento de objetivos y metas**

**Según GARCÍA LÓPEZ, José** *"El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones"* , en Contribuciones a la Economía, diciembre **(2011)**, A partir de lo anterior, se deberán definir y establecer objetivos claros, retadores, alcanzables y medibles a corto, mediano y largo plazos de capacitación, desde luego alineados con la estrategia general del negocio, esto es, que la planeación estratégica de la capacitación en todo momento deberá estar alineada y subordinada a la planeación estratégica integral, los objetivos y metas a establecer deberán coincidir y apoyar a los objetivos y metas organizacionales, éstos deberán ser

comunicados y compartidos con el resto del personal para establecer el compromiso de logro en todos los niveles de la organización o en quienes recaiga la responsabilidad de que se imparta la capacitación en la empresa.

El ciclo de capacitación, son puntos clave que se buscan alcanzar después de entregada la capacitación, y según los autores **IBÁÑEZ, Mario (2011) e CHIAVENATO, Idalberto (2009)**, estas son:

- a. Transmisión de la información.** “El objetivo es aumentar los conocimientos de las personas acerca de la organización, brindando información acerca de la misma, los productos o servicios que producen, las políticas o directrices, reglas, reglamentos, etc”.
- b. Desarrollar habilidades.** “Su objetivo es aumentar las habilidades y destrezas, para que de esta manera la persona esté lista para la ejecución de tareas, el manejo y manipulación de equipamientos, máquinas y herramientas”.
- c. Desarrollar actitudes.** “Está enfocado a desarrollar o modificar comportamientos, generalmente negativos para hacerlos favorables. Las actitudes que se buscan generar son la conciencia y sensibilización de las personas, los clientes internos y los externos”.
- d. Desarrollar conceptos.** “Dirigido a desarrollar ideas y conceptos para ayudar a las personas”.

### **Procesos de capacitación**

Es llamado proceso, puesto que es un conjunto de pasos consecuentes, cuya finalidad es desarrollar conocimientos y habilidades que desplacen las falencias o debilidades dentro de la organización. Según **IBÁÑEZ, Mario (2011) e CHIAVENATO, Idalberto (2009)**, el proceso de capacitación consta de 4 etapas, las

mismas que pueden servir para su respectiva evaluación, estas se detallan a continuación:

### **2.3.2. Diagnóstico de las necesidades**

“Es la etapa de sondeo y detección de la necesidad de capacitar mediante el análisis de las tareas y responsabilidades de los trabajadores subordinados, realizados por el jefe inmediato superior que conoce y sabe que personal presenta carencias de preparación profesional, para él cual se destina la capacitación, que busca mejorar su desempeño”.

IBÁÑEZ, Mario (2011) Y CHIAVENATO, Idalberto (2009), concuerdan en que la realización del inventario de las necesidades de capacitación se puede realizar en base a 3 niveles

**a. Análisis organizacional.** “El análisis de la organización implica el estudio de la organización como un todo, es decir se debe de abarcar la misión y visión, las metas, objetivos, recursos, sistemas, normas, su economía, tecnología, etc., para tener en cuenta que cosas se deben abordar el programa de capacitación. El análisis organizacional, deberá de comprobar todos los factores y los beneficios esperados de la capacitación, en consecuencia, el análisis determinara los objetivos de aquella en respuestas a las necesidades de la organización empresarial”. A medida que la organización crece y se desarrolla, las capacitaciones a los colaboradores se deben de moldear a las nuevas necesidades que se van presentando por el cambio. Es por ello que en la presente investigación el análisis de la organización es considerada como un indicador, debido a que mediante ella se podrá determinar cuáles son las necesidades de capacitación en cada una de las áreas, departamentos, oficinas, etc. dentro de la empresa; Esto favorece a la organización ya que se potencia los conocimientos de los colaboradores reduciendo su probabilidad de cometer un error, así

mismo lo que se hace es acabar con una debilidad detectada.

**b. Análisis del potencial humano.** “Lo que se busca es verificar si el potencial humano cuenta con los comportamientos, actitudes, conocimientos, y las competencias necesarias para llevar a cabo las actividades a corto y mediano plazo, cumpliendo de esta forma con los objetivos establecidos, es decir la gerencia debe conocer las capacidades de cada uno de su personal, y sus actitudes o acciones que involucran su desempeño, con la finalidad de atender y mejorar algunas capacidades que aún faltan desarrollar en su personal y que puedan aportar beneficios a la empresa”. Así mismo, el empresario logra mantener al personal más capacitado e idóneo cercad de el para seguir creciendo como empresa; Es por eso que muchos gerentes y dueños de las organizaciones aplican una técnica llamada “Programa de formación y desarrollo”, en el cual el trabajador se hace acreedor a seguir formándose y creciendo profesionalmente.

**c. Análisis de las tareas del potencial humano.** “Este es un análisis a fondo sobre los colaboradores, ya que sirve para determinar en un primer momento, las habilidades, conocimientos, actitudes, experiencia y conducta que posee; para luego compararlos con los requisitos que requiere el puesto, los cuales el colaborador debe de tomar como propias, para desempeñarse con eficacia en las tareas de su cargo. Es por ello que a continuación se presentan tres de las cosas que se buscan cuando se aplica el análisis de las tareas del potencial humano: Identificación de las tareas que componen el cargo. Como deberá realizar cada tarea para cumplir con los patrones de desempeño. Habilidades, conocimientos, experiencia, y actitudes básicas para el desempeño de cada tarea”.

### **2.3.3. Diseño del programa de capacitación**

IBÁÑEZ, Mario (2011) y CHIAVENATO, Idalberto (2009), mencionan lo

siguiente: “Se refiere a la planificación y programación de las acciones de capacitación y debe de tener un objetivo específico, es decir, una vez que se ha hecho el diagnostico de las necesidades de capacitación, es necesario plantear la forma de atender esas necesidades en un programa integral y cohesionado. Dentro del diseño de programa de capacitación, encontramos los siguientes ingredientes básicos:

- a. Quien debe de ser capacitado.** Hace referencia al personal, a quien va dirigido la capacitación, son conocidos como “educandos”, debido a que no solo se refuerza su conocimiento sobre un tema en particular, si no también que se le transmite ideas e información fresca, reciente, la cual le servirá para poder laborar con eficiencia. Como ya se ha visto anteriormente, antes de capacitar a una persona, lo primero que se debe de hacer es identificar las necesidades que necesita y que deben de ser cubiertas, ya que de nada sirve capacitar a una persona sobre un tema ajeno a su responsabilidad, función, problemática o necesidad de la organización.
- b. Forma de capacitar.** Son los métodos que se emplearan para llevar a cabo la capacitación, así mismo abarca los recursos institucionales que se utilizaran para cumplir con los objetivos previstos en la capacitación. Esto también contiene las técnicas o medios por los cuales el capacitador, transmite sus ideas hacia el personal.
- c. Contenido.** Concierno al tema que se tratara en la capacitación, este debe de estar en relación con la problemática de la organización. Para esto el formador o capacitador debe de tener una charla previa con el encargado de realizar estos eventos, afín de informarle sobre los temas que debe de tratar en su reunión.
- d. Capacitador.** Es la persona que fue contratada para dirigir la capacitación, mejor dicho es el ponente o instructor, que informara e

impartirá conocimientos sobre un determinado tema. Así mismo es la persona encargada de transmitir información prudente y confiable sobre el capital de la empresa.

**e. Lugar de capacitación.** “Para poder llevar a cabo una capacitación es necesario contar con espacio adecuado para cumplir las metas establecidas; En ese contexto es que el lugar de capacitación es el local o ambiente donde se llevara a cabo el reforzamiento o capacitación. Dicho local o establecimiento debe de estar bajo las condiciones adecuadas, con un buen ambiente, debe contar con los materiales necesarios, etc”.

**f. La fecha.** “La planificación de una capacitación es importante, y algo de igual importancia es la fijación de la fecha y hora a llevarse la capacitación. Es por ello, que la fecha, es la época y horario en la cual se realizara el evento. Debe de contemplar, la programación completa de las acciones o etapas con las que contara el evento o capacitación, con la finalidad que el personal así como personas invitadas sepan lo que acontecerá en determinadas horas”.

**g. Objetivos.** Es el fin que persigue la capacitación, está dada por las circunstancias que acontecen en la empresa. Estos objetivos deben de ser claros y precisos y mostrar concordancia con la necesidad de solucionar un problema o deficiencia dentro de la empresa, así mismo deberá de ser presentado el día de la capacitación a los participantes que asistan a presenciar dicha actividad.

#### **2.3.4. Conducción y control**

IBÁÑEZ, Mario (2011) e Chiavenato, Idalberto (2009), “Es el acto de ejecutar, dirigir y controlar el desarrollo del programa de capacitación” Con el avance de la tecnología, han aparecido una gran variedad de instrumentos que permiten desarrollar o ejecutar la capacitación de

manera dinámica, además con la aplicación de técnicas de capacitación se puede transmitir de manera efectiva la información necesaria y pertinente a los educandos.

**a. Técnicas de capacitación.** Para evaluar y controlar la conducción y desarrollo de la capacitación, se debe tener en cuenta las técnicas que se utilizan para poder llevarlo a cabo.

**b. Lectura.** Es el medio de comunicación que implica una situación de mano única, en la cual un instructor presenta verbalmente información a un grupo de oyentes. Esta técnica es algo incompleta, puesto que el público únicamente se dedica a escuchar lo que el ponente está exponiendo. El lado positivo de esta técnica es que el ponente, puede exponer una gran cantidad de información en un periodo determinado.

**c. Instrucción programada.** Esta técnica se realiza sin la intervención de un expositor, además permite que los colaboradores participen de manera directa en la capacitación, ya que se les presentan interrogantes que estos deben responder conforme se desarrolle el evento. Su principal desventaja es que no presenta respuestas al capacitado, ya que es este quien debe dar su percepción al término de la capacitación.

**d. Capacitación por computadora.** Esta es una de las capacitaciones que en los últimos tiempos ha ido tomando gran fuerza entre las organizaciones, puesto que se agencian de multimedia para desarrollar y presentar la información.

#### **2.3.5. Evaluación del programa de capacitación:**

Es necesario saber si el programa de capacitación alcanza sus objetivos. La etapa final es la evaluación para conocer su eficacia, es decir, para saber si la capacitación realmente satisfizo las necesidades

de la organización y los clientes.

Las principales medidas para evaluar la capacitación son:

- 1. Costo y resultado.** Cuál ha sido el monto invertido en el programa de capacitación y que resultado ha tenido.
- 2. Rapidez.** Qué tan bien se ajustó a los nuevos desafíos que se presentaron.

Si las respuestas a las preguntas anteriores fueran positivas, entonces el programa de capacitación habrá tenido éxito. Si fueran negativas, el programa no habrá alcanzado sus objetivos y su esfuerzo sería inútil y no tendría efecto. La evaluación del programa ayuda a tener en mente una pregunta fundamental: ¿Cuál es su objetivo? ¿En qué medida se ha alcanzado ese objetivo? Para ello se propone cuatro niveles de resultados en la evaluación de la capacitación:

- a. La reacción.** Es la “prueba de la sonrisa” o la reacción del aprendiz. Mide la satisfacción de los participantes en la experiencia de la capacitación.
- b. Lo aprendido.** Evalúa la capacitación por cuatro se refiere al grado de aprendizaje y si el participante adquirió nuevas habilidades y conocimientos.
- c. El desempeño.** Evalúa el efecto en el trabajo derivado de las nuevas habilidades aprendidas y la adopción de las nuevas actitudes que modifican el comportamiento. Los cambios de comportamiento se deben evaluar por medio de la observación, la evaluación de 360° o las investigaciones de los colaboradores.
- d. El resultado.** Se trata de medir el efecto de la capacitación en los resultados del negocio de la organización. Esta puede reducir costos de operaciones, aumentar las utilidades, disminuir la rotación o



reducir el tiempo del ciclo cuando tiene un propósito definido en este sentido.

Posteriormente se incluyó un quinto nivel en la evaluación de la capacitación:

**e. El rendimiento de la inversión.** También llamado ROI (return on investment). Significa el valor que la capacitación agrega a la organización en términos de rendimiento sobre la inversión realizada.

### **2.3.6. Calidad de servicio**

Con la finalidad de entender el concepto de calidad de servicio, primero definiremos conceptos de calidad y servicio.

#### **Calidad:**

**Citado Word press.com (2011)**, Atributos de un producto y/o servicio para lograr satisfacer ampliamente los requerimientos de los clientes. Es la forma en que cada uno de los empleados desarrolla sus actividades día a día, a objeto de satisfacer a los clientes y cumplir con las metas estratégicas de la empresa.

#### **Servicio:**

**Navarro (1994), Citado por Pecina (2012)**, define al servicio como un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios. A ello se puede indicar que todo servicio hace referencia al conjunto de actividades realizadas por varias personas en distintas aéreas, con la finalidad de satisfacer diversas necesidades que los clientes soliciten. Es decir son actividades de servicio que buscan que las personas sientan comodidad al utilizarlo.

**Kotler (1997), citado por pecina (2012)**, indica que el servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son

esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

### **Características de los servicios:**

**Begazo (2006)**, nos dice que los servicios presentan una serie de características a partir de las cuales se define la singularidad del marketing de servicios. Se detallan a continuación:

**Intangibilidad.-** Considerada como una de la principal característica, pues los servicios como es sabido vienen hacer las acciones, satisfacciones, prestaciones; es decir el servicio no se puede ver ni tocar, oler ni degustar, por ello es que la intangibilidad genera las siguientes consecuencias:

*Mayor riesgo percibido en la fase previa a la compra, debido a la intangibilidad es difícil para el comprador formarse una idea del servicio antes de adquirirlo. Es más difícil exhibir un servicio y lograr su diferenciación, porque sólo es posible aludir a aspectos tangibles como la comodidad, el placer, la tranquilidad, etc. Es más difícil justificar el precio de un servicio, porque los servicios tienen menos características objetivas que los clientes puedan valorar, lo cual genera mayor dificultad al justificar el precio a cobrarse por ellos.*

**Inseparabilidad.-** Como los servicios vienen hacer todo un proceso, por lo tanto ninguna parte de ellos es independiente, se consumen mientras se realizan, es decir la inseparabilidad de los servicios no sólo dificulta el control del nivel de calidad sino que también añade incertidumbre y variabilidad al proceso, ya que incorpora como parte a un nuevo participante que es el cliente, dentro de las principales implicancias de la inseparabilidad podemos encontrar a: Alta interacción con el personal de contacto, lo cual requiere un alto adiestramiento del personal en términos de su calidad técnica y su calidad funcional; Influencia del ambiente físico del lugar donde se presta del servicio, incluye aspectos de decoración, luminosidad,

limpieza, el comportamiento de otros clientes.

**Heterogeneidad.-** Es imposible la estandarización de servicios puesto que cada unidad de servicio es de algún modo diferente del otro (línea aérea, agencia de viaje, club, restaurante, hotel, etc.), ante ello se propone la industrialización del servicio, es decir, la sustitución de tecnologías intensivas en mano de obra por tecnologías, tratando de reducir la participación del factor humano. Las tecnologías planteadas pueden ser: *Tecnologías Duras*, es decir, sustituir el factor humano por tecnología; por ejemplo, los cajeros automáticos o las contestadoras telefónicas.

*Tecnologías Blandas*, es decir, sistemas organizados de división del trabajo como es el caso de los restaurantes de comida rápida.

*Tecnologías Híbridas*, resultantes de la combinación de equipos con sistemas estándares de trabajo; por ejemplo, los bancos que utilizan cajeros automáticos y servicios personales.

**Caducidad.-** Es una característica tanto de los productos como de los servicios, pero en el caso de los servicios es más inmediata. Si no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde. Esta situación genera la necesidad de buscar un equilibrio entre la oferta y la demanda dado que no es posible aprovechar los excesos de capacidad en los momentos de baja demanda para generar inventarios de servicio en espera de momentos en los que exista exceso de demanda.

### **Definiciones de calidad de servicio**

**Lehtinen (1982), Citado por Duque (2012)**, menciona que la calidad del servicio, se produce en la interacción entre un cliente y los elementos de la organización prestadora del servicio.

### **Calidad de servicio desde el punto de vista del consumidor**

**Begazo (2006)**, Considera que actualmente la calidad del servicio es

concebida desde la perspectiva del cliente. Indica que el servicio percibido, depende directamente de la llamada calidad técnica, es decir lo que se da, relativo al resultado, y de la funcionalidad (cómo se da, amabilidad, cortesía) que tienen que ver con el desempeño técnico de la prestación del servicio y con el tratamiento dispensado al usuario y en su interacción con los prestadores del servicio, respectivamente.

### **Satisfacción del cliente**

**Begazo (2006)**, menciona que la satisfacción del cliente viene hacer el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. A ello nos dice que el servicio al cliente, es la ejecución de todos los medios posibles para dar satisfacción por algo que una persona adquirió. Asimismo el servicio es un proceso que implica secuencias, las que se desarrollan previamente en el ámbito interno para luego trasladarlo al exterior de la empresa. Por ello todo proceso de producción o prestación de servicios tiene como objetivo final la satisfacción del cliente.

### **Evaluación de la calidad de servicio**

Con la finalidad de poder evaluar la calidad de servicio en el hospedaje El Recuerdo, se ha tomado en cuenta el modelo Hotelqual de **Falces, Sierra, Becerra y Briño (1998) citado por Almeida, Barcos y Martin (2006)**.

### **Modelo Hotelqual**

El modelo HOTELQUAL, Se aplica para medir la calidad percibida en los servicios de alojamiento; es decir está basado en las percepciones, adaptado para la medición de la calidad en el sector hotelero. El modelo parte inicialmente de los ítems de la escala SERVQUAL, sin embargo es modificada con la finalidad de adaptarla al sector hotelero, teniendo en cuenta que una de las limitaciones del SERVQUAL consiste en que la diversidad de sectores a los que va dirigido hace necesaria la

verificación de las dimensiones clave para cada sector. Es por ello que para el sector de los servicios de alojamiento se encontraron tres dimensiones fundamentales que se detallan a continuación:

**1. Evaluación del personal.-** Interacción directa entre los clientes y el personal de contacto, hace referencia a cómo debe encontrarse el personal de servicios dentro de un hospedaje. Teniendo como indicadores:

**Empatía.-** Se considera al grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes.

**Discreción.-** Forma parte de nuestras virtudes, pues permite a la persona demostrar sensatez con la finalidad de formar un buen juicio para hablar o tratar a otra persona.

**Seguridad.-** Forma parte de la atención mostrada por el personal al servicio que se brinda; asimismo el personal debe poseer la habilidad de inspirar confianza y credibilidad al cliente.

**Presencia.-** El personal que se dedique a brindar un servicio, debe estar presentable, con el fin de que los clientes se sientan cómodos con su presencia.

**Confianza.-** Se debe brindar la confianza necesaria a los clientes que se brinde el servicio.

**2. Evaluaciones de las instalaciones.-** Estado en el que se en cuenta las instalaciones, las dependencias y equipamiento del edificio donde se brinda los servicios. Tiene como indicadores:

**Equipamiento del edificio.** Las dependencias y equipamiento del edificio de un hospedaje, ya sea ascensores, habitaciones, pasillos, entre otros, deben estar bien conservados.

**Limpieza.** Forma parte del orden de una empresa, las instalaciones deben ser limpias.

**3. Funcionamiento y organización del servicio.-** Se debe resolver de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente, asimismo se debe prestar el servicio según las condiciones contratadas, implica la habilidad que tiene la empresa para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante. Tiene los siguientes indicadores.

**Rapidez del servicio.** Capacidad para brindar un servicio en menor tiempo.

**Resolución de problemas.** Capacidad para resolver los problemas que se presenten en las instalaciones donde se esté brindando el servicio.

**Información.** Forma parte del conocimiento previo al brindar el servicio.

Las dimensiones antes mencionadas constituyen la base de la escala del modelo HOTELQUAL, el mismo que cuenta con 20 ítems, teniendo en cuenta que algunos de estos coinciden con el modelo SERVQUAL adaptados al servicio de alojamiento.

En el HOTELQUAL la calidad es definida en términos similares al SERVQUAL, es decir, discrepancia entre expectativas y rendimiento:

**Expectativas:**

1. Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, Habitaciones, pasillos, etc.), deben estar bien conservados.
2. Las diferentes dependencias e instalaciones deben resultar

agradables.

3. El personal debe tener un aspecto limpio y aseado.
4. Las instalaciones deben estar limpias.

**Rendimiento:**

Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, Habitaciones, pasillos, etc.), están bien conservados.

Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables.

El personal debe tener un aspecto limpio y aseado.

Las instalaciones están limpias.

Los Ítems considerados en el modelo HOTELQUAL son los siguientes:

1. Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.) deben estar bien conservados.
2. Las diferentes dependencias e instalaciones deben resultar agradables.
3. El personal debe tener un aspecto limpio y aseado.
4. Las instalaciones deben estar limpias.
5. Las instalaciones deben ser confortables y acogedoras (uno se debe sentir a gusto en ellas).
6. Se debe prestar el servicio según las condiciones contratadas.
7. Se debe resolver de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.
8. Los datos y la información sobre la estancia del cliente deben ser correctos.
9. Se debe conseguir fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.
10. Los diferentes servicios deben funcionar con rapidez.
11. El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes.
12. Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita.
13. Siempre debe haber alguna persona de la dirección a disposición

del cliente para cualquier problema que pueda surgir.

14. El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos.
15. Se debe actuar con discreción y respetar la intimidad del cliente.
16. El personal debe ser competente y profesional.
17. Las instalaciones deben ser seguras (cumplir las normas de seguridad).
18. El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente.
19. El cliente debe ser lo más importante.
20. Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.

#### **2.3.7. Rentabilidad**

**Según SÁNCHEZ, Juan (2009)**, Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

**Según SORIA, Jaime (2010)**, Uno de los objetivos importantes de toda empresa, es la obtención de beneficios económicos; pero la perspectiva de alcanzar beneficios no debe ser para distribuirlo en efectivo entre los dueños, sino más bien, para mantener o incrementar la producción de bienes y servicios, mediante la reinversión de esos beneficios.

El dinero a través del tiempo pierde su valor, el valor presente no es el mismo después de un cierto tiempo, sino menor; por eso, para mantener por lo menos, el valor inicial del dinero se debe producir un determinado nivel de rendimiento. Pero el propósito, no es



solamente mantener el valor inicial, sino incrementarlo, para ampliar la capacidad de producción de bienes y servicios y lograr el desarrollo empresarial, que no solamente va a propiciar una mejor rentabilidad financiera, sino también una rentabilidad social. Por lo expuesto, se puede definir la rentabilidad, como la capacidad que posee una empresa para generar nuevos recursos financieros, como resultado de un acertado aprovechamiento de sus recursos materiales, económicos y humanos.

**Según APAZA M, Mario (2010)**, El concepto de la rentabilidad ha tomado distintas formas, y ha sido usado de diferentes maneras. Es uno de los indicadores más relevantes, sino el más relevante para medir el éxito de un negocio. Una rentabilidad sostenida combinada con una política de dividendos cautelosa conlleva a un fortalecimiento del patrimonio. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos de marketing, intensificación de logística, o una mezcla de todas estas estrategias.

Más adelante, esto debería conducir a una empresa, no solamente a aumentar su volumen de operaciones, sino también a aprovechar mejor el uso de sus ventajas competitivas existentes, mejorar su posición relativa en la industria, y a obtener una mayor participación del mercado en el que participa. No obstante, la forma de definir la rentabilidad no es algo en lo que todos coincidan, y las conclusiones obtenidas son diferentes.

## **UTILIDAD**

**Según HUETE, Felipe M. (2010)**, En la actualidad, la utilidad se entiende como una manera de representar las decisiones de los agentes económicos y no como una medida de satisfacción. El tipo de utilidad cardinal reconocido actualmente es sobre todo el derivado

de la construcción de Newman-Morgenstern que se basa en la toma de decisiones entre diversas posibilidades que impliquen riesgos. A diferencia de la noción tradicional, esta medida toma en cuenta las actitudes frente a la incertidumbre y no intenta proporcionar una base para comparaciones interpersonales. Aun así, es posible formular el principio de utilidad media utilizando este tipo de medida, aunque deben tomarse algunas precauciones, por ejemplo, estas funciones de utilidad no pueden tomar en cuenta todo tipo de puntos de vista sino que deben reflejar las estimaciones que hacen las partes de aquello que promueve su bien. Si estuviesen influidas por otras razones, entonces no tendríamos una teoría teleológica.

**Según APAZA, Mario (2010)**, La utilidad como característica de la información contable, es la cualidad de adecuarse al propósito del usuario. Estos propósitos son diferentes en detalle para cada usuario, pero al final prevalece el interés económico, entre los interesados se encuentran: los administradores de la Empresa, inversionistas, accionistas, trabajadores, proveedores, acreedores, autoridades gubernamentales, etc. Dada la imposibilidad de conocer al usuario específico y sus necesidades particulares, se presenta información general por medio de los estados financieros: el balance general, el estado de resultados y el estado de cambios en la situación financiera.

### **La rentabilidad y sus componentes**

**Según LAWRENCE J. (2012)**, “la rentabilidad es un concepto amplio que admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las empresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los

efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural. En este trabajo sólo vamos a abordar la rentabilidad empresarial en el sentido primeramente apuntado, esto es, desde el punto de vista económico o financiero”.

“Es por ello que la medición del resultado adquiere una significación concreta en tanto se compara con los factores implicados para su obtención: los recursos económicos y los recursos financieros. La disociación entre recursos económicos y recursos financieros constituye la base fundamental sobre la que se establece la correspondiente distinción entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera”.

Es por ello que existe una gran diversidad de puntos de vista de la rentabilidad dependiendo de los objetivos perseguidos. Aun cuando se puede establecer que frecuentemente la rentabilidad se calcula de la forma: resultado o excedente / inversión, cabe señalar que, dependiendo de los diferentes conceptos que aparezcan en el numerador y denominador se pueden llegar a establecer diferentes conceptos de rentabilidad.

### **La rentabilidad en el análisis contable**

**Según SÁNCHEZ, Juan P. (2009)**, la importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica. Es decir, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y,

consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.

### **Niveles de análisis de la rentabilidad empresarial**

**Según SÁNCHEZ, Juan P. (2009)**, aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

#### **Rentabilidad económica**

**Según SÁNCHEZ, Juan P. (2009)**, así, tenemos un primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.

“La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos”.

“La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente

el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos”.

### **La rentabilidad financiera**

**Según SÁNCHEZ, Juan P. (2009)**, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos. La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario.

En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto

por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

**Según TORRES, Melissa (2011)**, hoy en día las empresas que quieren acceder al financiamiento por parte de entidades financieras están sujetas a presentar EE.FF. (Estados Financieros), asimismo sus niveles de liquidez, rentabilidad, solvencia, etc., para que se pueda determinar la situación financiera de la empresa. Desde esta perspectiva, la finalidad de este artículo es hacer llegar al lector cuáles son los principales ratios a considerar y su aplicación.

**Según SORIA, Jaime (2010)**, para medir la rentabilidad se tiene que medir de la manera siguiente:

**Rentabilidad económica:**

Calculamos la rentabilidad económica utilizando el beneficio económico como medida de beneficios y el Activo Total (o Pasivo Total) como medida de recursos utilizados:

$$RE = \text{Beneficio económico} / \text{activo total}$$

**Rentabilidad financiera:**

Calculamos la rentabilidad financiera utilizando el beneficio neto como medida de beneficios y los Fondos Propios como medida de los recursos financieros utilizados:

$$RF = \text{beneficio económico} / \text{fondos propios}$$

**Medición de la rentabilidad**

**Según el autor TORRES S., Melissa (2011)**, la medición de la rentabilidad está determinada por los ratios financieros, estos son indicadores financieros que se calculan en base a diversas cuentas proporcionadas por los Estados Financieros, que servirán para entender el desenvolvimiento financiero de la empresa, a través de

sus valores cuantitativos.

**Ratios de rentabilidad.** Nos sirven para medir la rentabilidad sobre las inversiones de la empresa, específicamente analizando los beneficios. Se debe tener en cuenta un análisis en conjunto con sus factores, como por ejemplo, sus precios, gastos de producción, etc.

#### **2.3.8. Margen bruto.**

Nos muestra la cantidad que se obtiene de utilidad bruta por cada unidad monetaria de ventas, después de haber incurrido en los costos de venta y producción.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

#### **2.3.9. Margen operacional**

Nos muestra la cantidad de los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

#### **2.3.10. Margen neto.**

Nos muestra la relación que existe entre la utilidad que se obtiene en relación a las ventas totales.

$$\text{Margen neto} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

## 2.4. Definición de la Terminología

**Servicios.-** Es el conjunto de actividades realizadas por varias personas en distintas aéreas, con la finalidad de satisfacer diversas necesidades que los clientes soliciten. Es decir son actividades de servicio que buscan que las personas sientan comodidad al utilizarlo.

**Calidad de servicios.-** Es aquella que ha permitido satisfacer las necesidades del cliente, llenando sus expectativas y percepciones, siendo en algunos casos superada. Para ello el servicio brindado debe ser diligente y eficaz orientado a la excelencia.

**Rentabilidad.-** Se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, u que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

**Capacitación.-** Es aquella actividad brindada para lograr en el personal un mejor desempeño laboral, potenciando sus habilidades, conocimientos y capacidades, siendo una herramienta necesaria para incrementar la productividad en una empresa u organización y logras las metas propuestas.



# **CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### III. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Tipo y Diseño de Investigación:

##### **Tipo de investigación.**

La presente investigación posee un tipo de estudio experimental, porque según Hernández (2010), menciona que las variables sufrirán cambios a través del tiempo evaluado, y mediante la presente investigación se buscó determinar si la capacitación aplicada con relación al turismo, atención al cliente y calidad de servicio ha mejorado la rentabilidad del Hostal el Recuerdo de Chepén.

##### **Diseño de investigación.**

El diseño que se aplicó en la investigación es pre experimental, debido a que se conocerá un antes y un después el comportamiento de la rentabilidad, desarrollando la capacitación en turismo, atención al cliente y calidad de servicio, para después analizarlos. Hernández (2010).

$$G : O_1 - X - O_2$$

**G** : Muestra en estudio

**O<sub>1</sub>** : Rentabilidad antes de la capacitación.

**X** : Aplicación de la capacitación

**O<sub>2</sub>** : Rentabilidad después de la capacitación.

#### 3.2. Población y Muestra:

##### **Población.**

La población objeto de estudio en la investigación para el programa de capacitación en servicio hotelero está conformada por todos los trabajadores de Hostal el Recuerdo de Chepén, lo cual, según el registro de planilla de la empresa indica que tiene laborando actualmente tres trabajadores.

Para la evaluación de la calidad de servicio existente en el Hostal está conformada por la totalidad de clientes que ingresan a las habitaciones durante los periodos objeto de estudio.

Para la variable rentabilidad se toma en consideración los estados financieros del hostel el Recuerdo.

### **Muestra.**

Para el programa de capacitación se trabajó con el total de los colaboradores, siendo estos tres según planilla actualizada.

Para la evaluación de la calidad de servicio se tomó la siguiente tabla y formula estadística descrita a continuación, es importante mencionar que el número de habitaciones existentes es de 8:

| <b>Semana</b> | <b>Cliente por semana</b> |
|---------------|---------------------------|
| 1             | 20                        |
| 2             | 25                        |
| 3             | 20                        |
| 4             | 15                        |
| <b>Total</b>  | <b>80</b>                 |

Los datos obtenidos fueron extraídos de los registros de ingreso mensual de clientes.

Para el análisis de los estados financieros se tomaron en consideración los periodos del segundo semestre del 2015, y el primer semestre del 2016 respectivamente.

### **3.3. Hipótesis**

**Hi:** El Programa de Capacitación causa efecto en la rentabilidad Del Hostel el Recuerdo, Chepén 2015.

**Ho:** El Programa de Capacitación no causa efecto en la rentabilidad Del Hostel el Recuerdo, Chepén 2015.

### **3.4. Variables**

Primera Variable: CALIDAD DE SERVICIO

Segunda Variable: RENTABILIDAD

### 3.5. Operacionalización:

| Variables I                 | Definición Conceptual   | Definición Operacional  | Dimensiones                                 | Indicadores                | Escala de Medición |
|-----------------------------|---|---|---|----------------------------|--------------------|
| <b>Calidad de servicios</b> | Juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre el resultado del servicio ofrecido. | La calidad de servicio viene dada por la proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido, se produce en la interacción entre un cliente y los elementos de la organización prestadora del servicio. | Evaluación del personal                     | Empatía                    | Escala de Likert.  |
|                             |   |   |   | Discreción                 |                    |
|                             |   |   |   | Confianza                  |                    |
|                             |   |   | Evaluación de las instalaciones.            | Equipamiento del edificio. |                    |
|                             |   |   |   | Seguridad                  |                    |
|                             |   |   |   | Limpieza                   |                    |
|                             |   |   | Funcionamiento y organización del servicio. | Rapidez del servicio.      |                    |
|                             |   |   |   | Resolución de problemas.   |                    |
|                             |   |   |   | Información                |                    |

*Fuente: Falces, Sierra, Becerra y Briño (1998) citado por Almeida, Barcos y Martín (2006).*

| Variable     | Definición conceptual  | Definición operacional  | Indicadores  | Escala de medición |
|--------------|--|---|--|--------------------|
| Rentabilidad | La rentabilidad mide la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus recursos financieros. | Se analizara los informes de estados financieros correspondiente al periodo de análisis, luego los resultados se utilizaran para medir el crecimiento de la empresa a lo largo del tiempo utilizando los ratios que en los indicadores se detallan a fin de encontrar solución a los problemas encontrados. | Rentabilidad bruta.<br>Rentabilidad operativa.<br>Rentabilidad neta. | Numérico           |

### **3.6. Abordaje Metodológico, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

#### **3.6.1. Abordaje metodológico**

Para poder desarrollar la presente investigación, utilizaremos encuestas, talleres, que servirán para poder superar la problemática planteada.

#### **3.6.2. Técnicas de recolección de datos:**

3.6.2.1. Encuesta – alcance: Variable I.

3.6.2.2. Análisis documentario – alcance: Variable II.

3.6.2.3. Técnicas de fichaje – alcance: Marco teórico conceptual.

#### **3.6.3. Instrumentos de recolección de datos:**

3.6.3.1. Cuestionario – informante: Clientes del Hostal.

3.6.3.2. Investigación de registro banco – informante: Administración del Hostal el Recuerdo.

3.6.3.3. Fichas de investigación bibliográfica – informante: Libro, revistas y otros.

| <b>Técnica</b>        | <b>Instrumento</b>                    | <b>Alcance</b>                   | <b>Informante</b>                        |
|-----------------------|---------------------------------------|----------------------------------|--|
| Encuesta              | Cuestionario                          | Variable I.                      | Clientes del Hospedaje                   |
| Análisis documentario | Investigación de registro Banco       | Variable II                      | Administración del Hospedaje el Recuerdo |
| Técnicas de fichaje   | Fichas de investigación bibliográfica | Marco teórico, marco conceptual. | Libros, revistas y otros.                |

### **3.7. Procedimiento para la Recolección de Datos**

Para la presente investigación, el procedimiento de recolección de datos en el Hostal el Recuerdo-Chepén, se determinara de la siguiente manera:

Se aplicará una encuesta a los trabajadores del hostel El Recuerdo, la cual

nos permitirá recolectar información acerca el problema planteado, asimismo se utilizará un análisis documentario, con el fin de conocer la rentabilidad del hostel. Una vez realizado el análisis de la situación actual de las variables en estudio mediante la aplicación de los instrumentos mencionados, se plantea la problemática existente en el hostel El Recuerdo.

A partir de ello se elaboraran los objetivos, pues vienen hacer la parte fundamental para la evaluación del escenario de estudio. Luego de haber analizado y procesado los datos, se procederá a plantear el programa de capacitación, como estrategia a dar solución al problema encontrado.

### **3.8. Análisis Estadístico de Interpretación de los Datos**

Para el análisis de datos se hará uso de los programas Excel , con lo cual se presentaran tablas, cuadros y gráficos estadísticos que hagan más entendibles el desarrollo del trabajo y por ende una mejor ayuda para poder analizar la situación rentable del Hostel el Recuerdo.

### **3.9. Principios Éticos**

Para la investigación, los criterios éticos que se tomaron en cuenta son determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012), detallados a continuación:

#### **Consentimiento informado**

A las personas que participaron en el desarrollo de la investigación se les manifestará las condiciones, derechos y responsabilidades que el estudio involucra donde asumirán la condición de ser informantes.

#### **a. Confidencialidad**

Se les informará a los participantes la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.

**b. Observación participante**

Los investigadores actuarán con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivarán de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

**3.10. Criterios de Rigor Científico**

El rigor de la presente investigación, busca velar porque los datos estén completos, es decir que sean de calidad y sobre todo que estén en un formato que faciliten su organización. Para ello se tuvo en cuenta los siguientes requisitos:

**Credibilidad.**

Los resultados obtenidos en la recolección de datos, son reconocidos verdaderos por los participantes, es decir el criterio de credibilidad, permitió a los investigadores confirmar si los resultados de los datos proporcionados por los trabajadores del Hostal El Recuerdo son verdaderos, y con la finalidad de confirmar los datos se regresó con los sujetos de estudio, para verificar sus respuestas, dando así más científicidad a la investigación.

**Transferibilidad y aplicabilidad.**

Una vez obtenido los resultados en nuestra investigación, permitirá extender una valiosa información a otras poblaciones, es por ello que se describe claramente el escenario donde se realizó el estudio, incluyendo a los participantes; de tal manera que permitan al lector establecer comparaciones y transferencias de los hallazgos a un contexto diferente al del estudio de investigación, para generar nuevas soluciones y mejorar la calidad de servicios hoteleros.

**Consistencia.**

Para lograr la consistencia de los datos, se tendrán los resultados a partir de la investigación experimental; se describirá detalladamente el proceso de recolección de datos, como también su análisis e interpretación de los



mismos.

**Confirmabilidad.**

Los resultados obtenidos en la investigación serán el punto de partida para otras nuevas investigaciones, ya que los datos obtenidos por los sujetos de estudio serán constatados con la literatura existente, con la finalidad que permita a que otros investigadores analicen los datos y puedan llegar a consideraciones iguales o similares a la de los investigadores y generar propuestas para mejorar la calidad de servicios hoteleros.

**Relevancia.**

Se investigará siempre con el propósito de alcanzar el logro de los objetivos planteados para la obtención de un mejor estudio de las variables y su amplia comprensión.

**CAPÍTULO IV:  
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE  
LOS RESULTADOS**

#### IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

##### 4.1. Resultados en Tablas y Gráficos

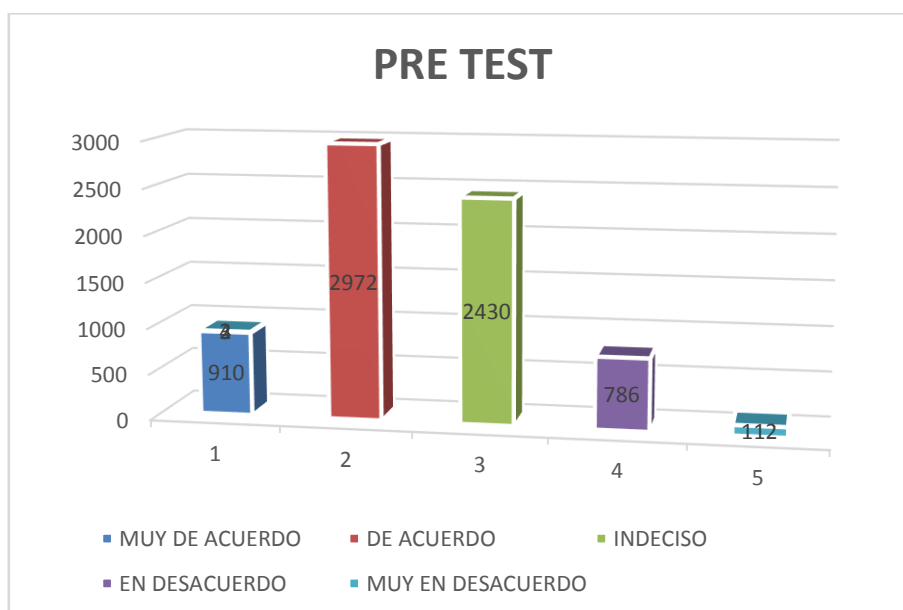
##### 4.1.1. Calidad de Servicio en el Hostal "El Recuerdo"-Chepén 2015

Para evaluar la calidad de servicio en el hostel el recuerdo, se aplicó una encuesta a 80 clientes que se alojaron durante el periodo de Noviembre 2015; obteniendo lo siguiente:

**Tabla N°1**

| <b>Calidad de Servicio en el Hostal<br/>"El Recuerdo"</b> |          |       |
|---|----------|-------|
|   | Recuento | %     |
| Muy de Acuerdo  | 910      | 12.62 |
| De Acuerdo  | 2972     | 41.22 |
| Indeciso  | 2430     | 33.70 |
| En Desacuerdo   | 786      | 10.90 |
| Muy en Desacuerdo   | 112      | 1.55  |

**Figura N°1**



*Fuente: Tabla N°1*

##### **Interpretación:**

Como podemos apreciar en la tabla y figura N°1, la calidad de servicios que brinda el hostel el Recuerdo es calificada por los clientes en un 12.62% como Muy De Acuerdo, el 41.22% como De acuerdo, 33.70% como Indeciso, 10.90 % en desacuerdo, 1.55% como Muy en desacuerdo.

#### 4.1.2. Rentabilidad en el hospedaje “El Recuerdo”-Chepén 2015

Para determinar la rentabilidad del hostel el Recuerdo, se utilizó los ratios financieros, estos se encuentran detallados en los estados de resultados integrales evidenciados en el anexo N°4, ante ello se pudo determinar lo siguiente:

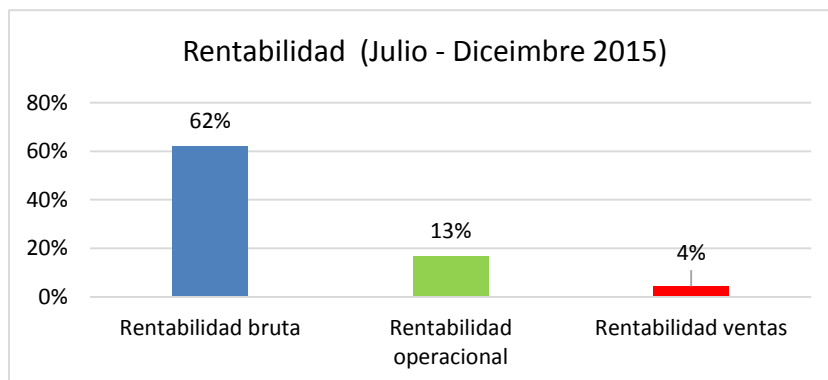
**Tabla N°2**

##### ***Rentabilidad del Hostal El Recuerdo 2015***

|                          |   |   |   |     |
|--------------------------|---|---|---|-----|
| Rentabilidad bruta       | = | $\frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Ventas netas}}$    | = | 62% |
| Rentabilidad operacional | = | $\frac{\text{Margen operacional}}{\text{Ventas netas}}$ | = | 13% |
| Rentabilidad ventas      | = | $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$      | = | 4%  |

---

**Figura N°2**



*Fuente: Tabla N°2*

#### **Interpretación:**

El análisis de la tabla y grafico 02 muestra que el índice de rentabilidad bruta alcanzada durante los meses de Noviembre y Diciembre son altos, esto debido a que el costo del servicio solo alcanzó un 38% del total de alquiler de habitaciones realizadas, sin embargo los índices de operatividad son mínimas debido a que solo se alcanzó un 13% de retorno de las habitaciones alquiladas y sobre todo la ganancia obtenida al final de los meses solo representa el 4%, lo cual evidencia un mínimo porcentaje de utilidad.

#### 4.1.3. Diseño y aplicación del programa de Capacitación en Hostal “El Recuerdo”-Chepén 2015.

Para el diseño y aplicación del programa de capacitación, se tuvo en cuenta los ítems con resultados de mayor deficiencia, los cuales permitieron realizar actividades encajadas a eliminar las debilidades encontradas en la investigación, todo ello se encuentra detallado en el anexo 3, así mismo el siguiente cuadro “**Planificación de las Acciones de Capacitación**” converge los lineamientos generales utilizados en las capacitaciones efectuadas a los colaboradores de la empresa objeto en estudio.

| <b>Planificación de las Acciones de Capacitación</b> |  |
|--|--|
| Objetivo del programa de capacitación                | Capacitar al personal sobre atención al cliente, calidad de servicio y turismo, con la finalidad de incrementar la rentabilidad en el hostal el recuerdo.  |
| Quien será capacitado                                | El personal que trabaja en el hostal el recuerdo.  |
| Lugar donde se desarrollara las capacitaciones       | El lugar donde se desarrollaran las capacitaciones será en ambientes del hostal “El Recuerdo”  |
| Formas en que serán capacitados                      | Serán capacitados mediante talleres participativos.  |
| Contenidos que tendrán las capacitaciones            | Las capacitaciones contarán con contenidos relacionados al turismo, a la atención al cliente y al servicio de calidad.   |
| Capacitador  | En encargado de dar las capacitaciones será un especialista en cada tema a tratar.   |
| Actividades a desarrollar                            | 2 talleres de capacitación sobre los temas de atención al cliente.<br>2 talleres de capacitación sobre los temas de calidad de servicio.<br>2 talleres de capacitación sobre los temas de turismo. |

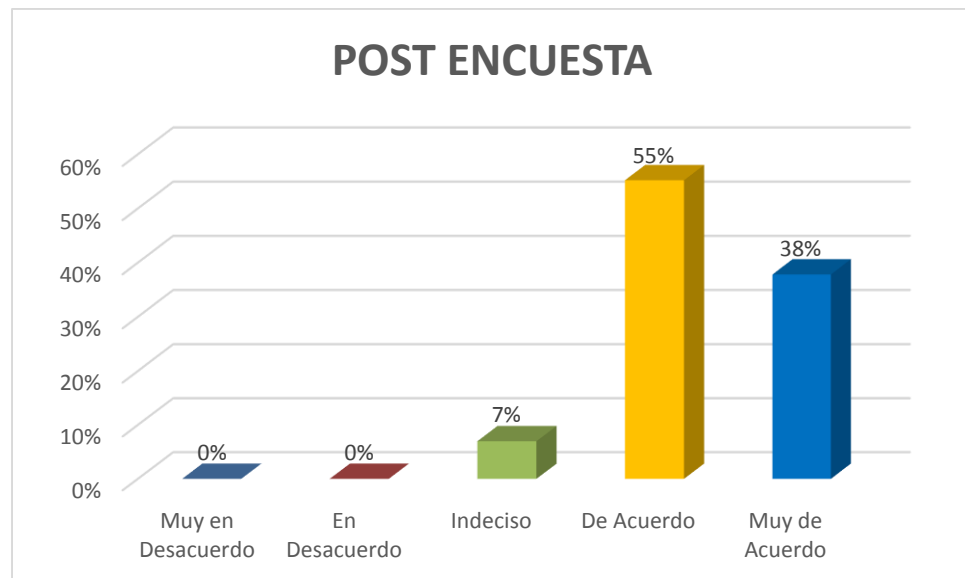
#### 4.1.4. Calidad de servicio en el Hostal El Recuerdo-Chepén 2016

Una vez aplicado el programa de capacitación en servicios hoteleros al personal del hostal el Recuerdo, se aplicó una encuesta a los clientes, con la finalidad de conocer si tuvo efecto dicho programa en mejorar la calidad de servicios; obteniendo lo siguiente:

**Tabla N°3**

| <b>Calidad de servicio en el Hostal "El Recuerdo"</b> |          |     |
|---|----------|-----|
|   | Recuento | %   |
| Muy en Desacuerdo                                     | 0        | 0%  |
| En Desacuerdo   | 0        | 0%  |
| Indeciso  | 660      | 7%  |
| De Acuerdo  | 5220     | 55% |
| Muy de Acuerdo  | 3575     | 38% |

**Figura N°3**



*Fuente: Tabla N°3*

#### **Interpretación:**

Como podemos apreciar en la tabla y figura N°3, la calidad de servicios que brinda el hospedaje el Recuerdo es calificada por los clientes en un 38% como Muy De Acuerdo, el 55% como De acuerdo, 7% como Indeciso, 0% en desacuerdo, 0% como Muy en desacuerdo.

#### 4.1.5. Rentabilidad en el hostel “El Recuerdo”-Chepén 2016

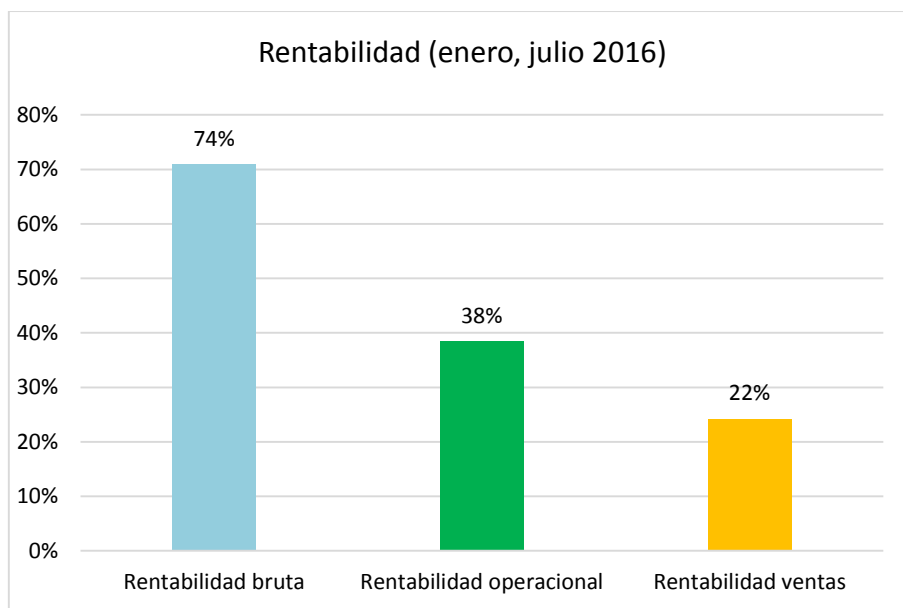
Con el fin de determinar la rentabilidad del hostel El Recuerdo, se utilizó los ratios financieros, los mismos que encuentran detallados en los estados de resultados integrales evidenciados en el anexo , ante ello se pudo determinar lo siguiente:

**Tabla N°4**

| <b>Rentabilidad del Hostel El Recuerdo 2016</b> |   |   |       |
|---|---|---|-------|
| Rentabilidad bruta                              | = | $\frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Ventas netas}}$    | = 73% |
| Rentabilidad operacional                        | = | $\frac{\text{Margen operacional}}{\text{Ventas netas}}$ | = 38% |
| Rentabilidad ventas                             | = | $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$      | = 22% |

*Fuente: Estados Financieros (Anexo N°5)*

**Figura N°4**



*Fuente: Tabla N°4*

#### **Interpretación**

El análisis de la tabla y grafico 04 muestran que los índices de rentabilidad alcanzadas son adecuados esto debido a que el costo de servicio por las habitaciones solo representan el 26% de valor de las ventas totales, en tanto los costos operacionales aumentaron a 38% en relación al periodo anterior, obteniendo

de esta manera un mayor índice de utilidad neta, en 22% el cual permite tomar decisiones financieras óptimas para el mejoramiento del servicio, la infraestructura y demás componentes.



**EMPRESA: HOSTAL "EL RECUERDO"**  
**RUC: 10193215250**

**ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL 2015**  
**DEL 01 JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

|  |                        |
|--|------------------------|
| Ventas Netas   | 45,670.00              |
| Costo de Venta                                       | 17,354.60              |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                                | <u>28,315.40</u>       |
| <br>   |                        |
| Gastos de Venta                                      | 9,735.00               |
| Gastos de Administración                             | 12,600.00              |
| Otros Ingresos, neto                                 | 0.00                   |
| <b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>                     | <u>22,335.00</u>       |
| <br>   |                        |
| <b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>                         | <u><u>5,980.40</u></u> |
| <br>   |                        |
| Gastos Financieros, neto                             | 3,349.00               |
| Diferencia de Cambio, neto                           | 0.00                   |
| <b>TOTAL OTROS INGRESOS (GASTOS)</b>                 | <u>3,349.00</u>        |
| <br>   |                        |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA RENTA</b>        | <u><u>2,631.40</u></u> |
| <br>   |                        |
| IMPUESTOS A LA RENTA (28%)                           | <u>736.79</u>          |
| <br>   |                        |
| <b>UTILIDAD DEL AÑO Y RESULTADO INTEGRAL DEL AÑO</b> | <u><u>1,894.61</u></u> |

**EMPRESA: HOSTAL "EL RECUERDO"**

**RUC: 10193215250**

**ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL 2016  
DEL 02 DE ENERO AL 30 DE JUNIO DEL 2016**

|  |                         |
|--|-------------------------|
| Ventas Netas   | 56,888.84               |
| Costo de Venta                                       | 15,030.00               |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                                | <u>41,858.84</u>        |
| <br>   |                         |
| Gastos de Venta                                      | 9,840.00                |
| Gastos de Administración                             | 10,325.00               |
| Otros Ingresos, neto                                 | 0.00                    |
| <b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>                     | <u>20,165.00</u>        |
| <br>   |                         |
| <b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>                         | <u><b>21,693.84</b></u> |
| <br>   |                         |
| Gatos Financieros, neto                              | 4,560.00                |
| Diferencia de Cambio, neto                           | 0.00                    |
| <b>TOTAL OTROS INGRESOS (GASTOS)</b>                 | <u>4,560.00</u>         |
| <br>   |                         |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LAS RENTA</b>       | <u><b>17,133.84</b></u> |
| <br>   |                         |
| IMPUESTOS A LA RENTA (28%)                           | <u>4,797.47</u>         |
| <br>   |                         |
| <b>UTILIDAD DEL AÑO Y RESULTADO INTEGRAL DEL AÑO</b> | <b>12,336.37</b>        |

#### **4.2. Discusión de Resultados.**

La capacitación es una herramienta muy importante dentro de una empresa hotelera, pues influye directamente con el desempeño que el personal brinda a los clientes, evidenciando el grado de calidad en cuanto a un servicio.

Ibáñez (2011) e Chiavenato (2009), nos dice que la capacitación busca conseguir y alcanzar ciertos objetivos, los mismos que Cambiar la actitud del trabajador, para crear un clima laboral satisfactorio o para aumentar su motivación y volverlo más receptivo con la empresa. Ante ello se puede constatar que con la aplicación de un programa de capacitación se conseguirá que el personal tenga un mejor desempeño hacia la atención al cliente, debido a que según nuestros resultados mostrados, se aprecia que el 55% de los clientes encuestados manifestaron que la calidad de servicios es adecuado en el hostel el Recuerdo, mientras que cuando se aplicó la encuesta a los clientes antes de ser capacitados, se obtuvo que la calidad de servicios era inadecuada en un 12.62%, debido a ello se considera fundamental que en toda empresa Hotelera el personal este constantemente capacitado, ya que permite al trabajador desarrollar capacidades, para su desempeño efectivo dentro de sus labores, asimismo ayuda al trabajador a adquirir y ampliar su nivel de conocimientos, para bien de su rendimiento dentro de su trabajo.

Ante lo mencionado, también es importante constatar con la investigación realizada por Sánchez (2013), en el cual menciona que la capacitación mejora el desempeño laboral de los empleados y que ello influye en la atención al cliente, debido a que permite mejorar su comportamiento en el ámbito laboral.

Asimismo, en las empresas hoteleras, el desempeño del personal de servicio no es solo su preocupación, a ello también se une la rentabilidad económica, ya que de ella depende su funcionamiento, es por ello la

importancia de buscar estrategias que ayuden a que la rentabilidad sea la óptima para que una empresa marche bien. Según lo mencionado podemos constatar con Silva (2011), en el cual menciona que la capacitación hacia el personal es una estrategia que ayuda a mejorar los índices de rentabilidad de una empresa, debido a que existe una relación entre la capacitación con la rentabilidad, siendo la capacitación un factor muy importante para los resultados económicos de una organización.

Según los resultados obtenidos en nuestra investigación, se aprecia que existe un efecto significativo en la aplicación del programa de capacitación en servicios hoteleros, esto debido a que los índices de rentabilidad tuvieron un crecimiento significativo en las ventas netas del 22%

**CAPÍTULO V:  
CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES**

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

Se pudo evidenciar que calidad de servicios en el hostel El Recuerdo en el año 2015, fue calificada por los clientes encuestados como inadecuados, ello debido a que presentaba deficiencias en cuanto al personal, infraestructura, entre otros.

Los índices de rentabilidad en el hostel el Recuerdo en el 2015, se pudo observar que presentaban un nivel bajo, debido a que su personal no estaba capacitado para mejorar la calidad de servicio ya que esta influye directamente con la rentabilidad.

En vista a lo que se ha observado, se planteó diseñar y aplicar un programa de capacitación en servicios hoteleros dirigido al personal, teniendo en cuentas temas relacionados a la atención al cliente, calidad de servicio y turismo, con el fin de mejorar los índices de rentabilidad.

Una vez aplicado el programa de capacitación en servicios hoteleros al personal del Hostel El Recuerdo, se pudo concluir que ha mejorado la calidad de servicio y su rentabilidad en el año 2016, beneficiando directamente a la empresa hotelera.

Con la aplicación del programa de capacitación en servicios hoteleros se pudo evidenciar que causo efecto en los índices de rentabilidad, debido a que sus ingresos rentables aumentaron en el 2016 en comparación con el año anterior.

## **5.2 Recomendaciones**

Seguir brindando al personal la información y capacitación necesaria para mejorar su desempeño laboral y con ello se brinde un mejor servicio en el Hostal.

Desarrollar estrategias sociales que permitan al hostal incrementar su rentabilidad y sobre todo mejorar su calidad de servicio ya que será un requisito para contar con un alto grado de clientes.

Continuar con investigaciones acerca del tema estudiado, pues ayudará a tener un panorama más amplio sobre la problemática que presentan las empresas hoteleras y así poder plantear estrategias que busquen solucionar dichos problemas.

## REFERENCIAS

- Almeida, A. Barcos, L. y Martin, J (2006). Gestión de la calidad de los procesos turísticos. Editorial síntesis S.A. España. Recuperado de <http://www.sintesis.com/gestion-turistica-115/gestion-de-la-calidad-de-los-procesos-turisticos-libro-599.html>
- Begazo, J (2006). Como medimos el servicio. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Recuperado de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n18\\_2006/a09.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n18_2006/a09.pdf)
- Benavides C. (2012). “Calidad y productividad en el sector Hotelero Andaluz” Recuperado el 20/11/15 del link: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10507/1/TESIS%20HOTEL.pdf>
- Cornejo C. (2013). “Plan de marketing basado en estrategias competitivas para la implementación de un restaurante de comida japonesa y nikkei en la ciudad de Chiclayo”. Recuperado el 20/11/15 del link: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TL\\_Cornejo\\_Caldas\\_Claudia\\_Patrizia%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TL_Cornejo_Caldas_Claudia_Patrizia%20(2).pdf)
- Chiavenato, I. (2009). “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO”.
- Colmenares (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. Argentina. Recuperado de <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm#>
- Código tributario Art.15 Ley 495-06. Recuperado el 27. 11. 15 del link: [http://www.hacienda.gov.do/departamento\\_legal/ley\\_incentivos\\_tributarios%205CLey%2011-92%20\(Titulo%20II%20del%20Codigo%20Tributario%20-sobre%20IR-\).pdf](http://www.hacienda.gov.do/departamento_legal/ley_incentivos_tributarios%205CLey%2011-92%20(Titulo%20II%20del%20Codigo%20Tributario%20-sobre%20IR-).pdf)



Duque, E y Chaparro, C. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. Colombia. Recuperado de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MedicionDeLaPercepcionDeLaCalidadDelServicioDeEduc-3966855.pdf>

García, J. (2009). “El Proceso de Capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el Desempeño del Recurso Humano en las organizaciones”, recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2011b/jmgj.html>

Hitt Michael A., entre otros (2007). “ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA-COMPETITIVIDAD Y GLOBALIZACIÓN - CONCEPTOS Y CASOS”. Séptima Edición.

Lawrence J. (2012). “Principios de administración financiera”, decimosegunda edición, Pearson educación. México.

Machicao, M.I. (2011). “DEL TALENTO HUMANO EN LA EMPRESA”, Primera Edición.

Martínez, V. (2005). “Propuesta de un Modelo de Capacitación Basado en Competencias para las PYMES del Sector Hotelero de la Cd. de Huajuapán de León, Oaxaca: Caso de Estudio” Recuperado el 19/11/15 del link: [http://jupiter.utm.mx/~tesis\\_dig/9561.pdf](http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/9561.pdf)

Mejía C. & Jaramillo A. (2014). “Evaluación de la viabilidad de un proyecto hotelero en la ciudad de barranquilla a desarrollar por la firma Hoteles Estelar S.A.” Recuperado el 19/11/15 del link: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis21.pdf>

Pecina, M (2012). Retos en la formación de profesionales logísticos: servicio y competitividad. México. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1372/clientes-logisticos.html>

Sánchez, J. (2009). “Análisis de Rentabilidad de la empresa”, España.

Torres, M. (2011). “Ratios Financieros Conceptos básicos y aplicación”, Actualidad Empresarial, N° 224 – Primera Quincena de Febrero.

Silva J. (2011). Pucallpa “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010” Recuperado el 19/11/15 del link: <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2012/01/03/000180/00018020130821115047.pdf>

Requema, M. y Serrano G. (2007). Calidad de servicios desde las perspectivas de clientes, usuarios y auto percepción de empresas de captación de talento. Venezuela. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1459.pdf>

Sánchez, M. (2013). “Diseño de plan de capacitación dirigido al personal del departamento de recepción del colegio universitario hotel escuela de los andes venezolanos y del hotel venetur mérida” Recuperado el 19/11/15 del link: <http://hotelescuela.no-ip.org/anexos/14/02/25/1031.pdf>

Vásquez F. (2007). Chimbote. “Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo del distrito de Chimbote, periodo 2005-2006” Recuperado el 19/11/15 del link: <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2012/01/03/162855/16285520140702071520.pdf>

Wald, A. (2009). “Cómo capacitar a sus vendedores Una guía para la dirección comercial, Argentina.

# **ANEXOS**

## ANEXO 01:

### Encuesta para evaluar la calidad de servicio

**Objetivo:** Recabar información del cliente referente al servicio recibido, antes de la aplicación de talleres de capacitación al personal del Hostal “El Recuerdo”.

**Instrucciones:** Sírvase calificar las afirmaciones señaladas líneas abajo, de acuerdo a su percepción.

**Muy De Acuerdo (5), De Acuerdo (4), Indeciso (3), En Desacuerdo (2), Muy En Desacuerdo (1)**

| AFIRMACIONES |  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--------------|--|---|---|---|---|---|
| 1            | El personal del hostal “El Recuerdo” me atienden con cortesía.   |   |   |   |   |   |
| 2            | En el hotel me brindan una atención muy personal.  |   |   |   |   |   |
| 3            | El personal del hostal siempre está atento a mis necesidades.  |   |   |   |   |   |
| 4            | Los datos y la información sobre la estadía del cliente son tomadas con discreción.  |   |   |   |   |   |
| 5            | El personal del hostal trata con sensatez al brindar su servicio.  |   |   |   |   |   |
| 6            | Considera que la ubicación del hostal es la más apropiada.   |   |   |   |   |   |
| 7            | Cuando necesita ayuda, siente toda la confianza de acudir al personal del hostal para que se haga cargo de su requerimiento. |   |   |   |   |   |
| 8            | El comportamiento del personal transmite confianza.  |   |   |   |   |   |
| 9            | Confía en la integridad del personal que trabaja en el hotel.  |   |   |   |   |   |
| 10           | El personal es competente y profesional.   |   |   |   |   |   |
| 11           | El ambiente que hay en el hotel le hace sentir cómodo(a) y en confianza.   |   |   |   |   |   |
| 12           | El hospedaje cuenta con instalaciones modernas y atractivas  |   |   |   |   |   |
| 13           | La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante mi estancia.                            |   |   |   |   |   |
| 14           | Los equipos que se encuentran en cada habitación están en buen estado.   |   |   |   |   |   |
| 15           | Me siento seguro de dejar mis pertenencias en la habitación.   |   |   |   |   |   |
| 16           | Confío en que no entrará al hospedaje alguien que no esté autorizado para hacerlo.   |   |   |   |   |   |
| 17           | El hospedaje cuenta con sistemas de seguridad dentro y fuera de las instalaciones.   |   |   |   |   |   |
| 18           | Las instalaciones del hospedaje siempre están limpias.   |   |   |   |   |   |
| 19           | El personal se preocupa porque su habitación este limpia.  |   |   |   |   |   |
| 20           | Las sábanas del dormitorio son cambiadas diariamente.  |   |   |   |   |   |

|           |  |  |  |  |  |  |
|-----------|--|--|--|--|--|--|
| <b>21</b> | Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.  |  |  |  |  |  |
| <b>22</b> | Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.  |  |  |  |  |  |
| <b>23</b> | Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hostel, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida. |  |  |  |  |  |
| <b>24</b> | Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.   |  |  |  |  |  |
| <b>25</b> | Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.   |  |  |  |  |  |
| <b>26</b> | Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el hostel.   |  |  |  |  |  |
| <b>27</b> | Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.   |  |  |  |  |  |
| <b>28</b> | Percibo una buena comunicación interna en el hostel.   |  |  |  |  |  |

## ANEXO 02:

### Diagnóstico para evaluar el nivel de conocimiento del Personal Hostal “El Recuerdo”

**Objetivo:** Recabar información del personal referente a su conocimiento.

**Instrucciones:** Sírvase responder a las afirmaciones señaladas líneas abajo, de acuerdo a su percepción.

**Responder:** SI, NO

| AFIRMACIONES |   | SI | NO |
|--------------|---|----|----|
| 1            | Tienes por costumbre saludar a los clientes.  |    |    |
| 2            | Te sientes satisfecho con lo que el Hostal te ofrece?   |    |    |
| 3            | En un conflicto laboral analiza usted las causas del mismo?   |    |    |
| 4            | Cree usted que en un conflicto es mejor escoger la mejor alternativa que convenga a las partes.   |    |    |
| 5            | En un momento de estrés es mejor calmarse para entender el conflicto?   |    |    |
| 6            | Al hablar de satisfacción de un cliente, crees que él lo relaciona comparando necesidad, expectativa, y el costo del servicio o producto? |    |    |
| 7            | Existen clientes exigentes y experimentados?  |    |    |
| 8            | Crees que al haber más competencia, los precios tienden a bajar.  |    |    |
| 9            | En la actualidad existen en el mercado productos y servicios más competitivos?  |    |    |
| 10           | Alguna vez has subido al Vía Crucis de Chepén.  |    |    |
| 11           | En semana santa se visita el vía crucis masivamente?  |    |    |
| 12           | En Talambo existe algún lugar turístico para visitar?   |    |    |
| 13           | Hay movilidad permanente para visitar Talambo?  |    |    |
| 14           | Has escuchado hablar sobre el algarrobal de moro?   |    |    |
| 15           | Sabe si existe un museo de sitio en San José de Moro?   |    |    |
| 16           | Conoces la casona de Lurifico?  |    |    |
| 17           | Es fácil el acceso a este centro turístico?   |    |    |
| 18           | Cree usted que escuchar las demandas, observaciones y quejas de sus clientes permite fidelizar (captar) al mismo?                         |    |    |

## **ANEXO 03:**

### **Programa de Capacitación**

En programa de capacitación está estructurado de la siguiente manera:

#### **Planificación de las Acciones de Capacitación**

|   |   |
|---|---|
| Objetivo del programa de capacitación               | Capacitar al personal sobre atención al cliente, calidad de servicio y turismo, con la finalidad de incrementar la rentabilidad en el hostel El Recuerdo.                                 |
| Quien será capacitado                               | El personal que trabaja en el hospedaje el recuerdo.  |
| Lugar donde se desarrollara las capacitaciones      | El lugar donde se desarrollaran la capacitación será en ambientes del Hostel El Recuerdo –Chepén.   |
| Formas en que serán capacitados                     | Serán capacitados mediante 6 talleres de capacitación en cuanto a la atención al cliente, calidad de servicio y turismo.  |
| Contenidos que tendrán las capacitaciones           | Las capacitaciones contarán con contenidos relacionados al turismo, a la atención al cliente y al servicio de calidad).<br>En encargado de dar las capacitaciones será un especialista en |
| Capacitador   | cada tema a tratar.   |
| La fecha en que se desarrollaran las capacitaciones | Las capacitaciones serán desarrolladas los días 04, 05, 06, 07, 08 y 11 de Enero, teniendo una duración de 3 horas 30 min diarios.  |

**TALLER DE CAPACITACIÓN N°01:  
Atención al Cliente**

| <b>DIRIGIDO:</b> Al personal del Hostal El Recuerdo – Chapén.              |   |  | <b>Fecha:</b>     |
|--|---|--|-------------------|
| <b>OBJETIVO:</b> Mejora en el personal en cuanto a la atención al cliente. |   |  |                   |
| <b>HORA</b>  | <b>ACTIVIDAD</b>                          | <b>METODOLOGÍA</b>   | <b>TIEMPO</b>     |
| 9:00   | Presentación                              | Presentación de Objetivo del Taller de capacitación.   | 15 min            |
| 9:15   | Contexto Actual e importancia del taller. | Exposición de temas actuales relacionados a la atención del cliente.   | 2 horas<br>15 min |
|  | Temas a desarrollar.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de respuesta a las necesidades del cliente.</li> <li>- Como tratar a los clientes.</li> <li>- Explicamos y analizamos todo sobre el decálogo de atención al cliente.</li> </ul> </li> </ul> |                   |
| 11:30  | Evaluaciones                              | Se evaluara al personal capacitado con la finalidad de conocer si aprendieron de los temas expuestos.  | 30 min            |
| 12:00  | Conclusiones                              | Se dará las conclusiones respecto a los temas tratados.  | 30 min            |
| 12:30  | Cierre de Taller.                         | COMPARTIR  | 10 min            |



**TALLER DE CAPACITACIÓN N°02:**  
**Solución de Conflictos, Empatía Manejo del Estrés**

| <b>DIRIGIDO:</b> Al personal del Hostal El Recuerdo – Chepén.                   |   |  | <b>Fecha:</b>     |
|---|---|--|-------------------|
| <b>OBJETIVO:</b> Conseguir una mejor atención al cliente de parte del personal. |   |  |                   |
| <b>HORA</b>   | <b>ACTIVIDAD</b>                          | <b>METODOLOGÍA</b>   | <b>TIEMPO</b>     |
| 9:00  | Presentación                              | Presentación de Objetivo del Taller de capacitación.   | 15 min            |
| 9:15  | Contexto Actual e importancia del taller. | Exposición de temas actuales relacionados a la atención del cliente.   | 2 horas<br>15 min |
|   | Temas a desarrollar.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solución de conflictos laborales dentro de las áreas de trabajo.</li> <li>• Empatía.</li> <li>• Manejo de estrés laboral.</li> <li>• Aplicamos la siguiente secuencia para resolver este punto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definimos y delimitamos el conflicto.</li> <li>- Analizamos las causas potenciales del conflicto.</li> <li>- Determinamos el plan de acción para dar solución al conflicto.</li> <li>- Desarrollamos el plan de acción.</li> <li>- Ponemos en práctica el plan de acción.</li> <li>- Evaluamos el progreso.</li> </ul> </li> </ul> |                   |
| 11:30   | Evaluaciones                              | Se evaluara al personal capacitado con la finalidad de conocer el porcentaje de aprendizaje sobre los temas expuestos.   | 30 min            |
| 12:00   | Conclusiones                              | Se formulará las conclusiones del taller aplicado.   | 30 min            |
| 12:30   | Cierre de Taller.                         | Compartir  | 15 min            |

**TALLER DE CAPACITACIÓN N°03:  
Satisfacción del Cliente**

| <b>DIRIGIDO:</b> Al personal del Hostal El Recuerdo – Chepén             |   |   | <b>Fecha:</b>     |
|--|---|---|-------------------|
| <b>OBJETIVO:</b> Mejorar la calidad de servicio en el Hostal El Recuerdo |   |   |                   |
| <b>HORA</b>  | <b>ACTIVIDAD</b>                          | <b>METODOLOGÍA</b>  | <b>TIEMPO</b>     |
| 9:00   | Presentación                              | Presentación de Objetivo del Taller de capacitación.  | 15 min            |
| 9:15   | Contexto Actual e importancia del taller. | Exposición de temas actuales relacionados a la calidad de servicios.  | 2 horas<br>15 min |
|  | Temas a desarrollar.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que son los servicios.</li> <li>• Calidad de servicios.</li> <li>• Satisfacción del cliente:</li> <li>• Explicamos sobre los elementos de satisfacción del cliente.</li> <li>• Relacionamos aportes al concepto de la satisfacción.</li> </ul> |                   |
| 11:30  | Evaluaciones                              | Se evaluara al personal capacitado con la finalidad de conocer si aprendieron de los temas expuestos.   | 30 min            |
| 12:00  | Conclusiones                              | Se dará las conclusiones respecto a los temas tratados.   | 30 min            |
| 12:30  | Cierre de Taller.                         | Compartir   | 10 min            |

**TALLER DE CAPACITACIÓN N°04:  
Manejo y Calidad de Los Productos**

| <b>DIRIGIDO:</b> Al personal del Hostal El Recuerdo – Chepén                          |   |  | <b>Fecha:</b>     |
|---|---|--|-------------------|
| <b>OBJETIVO:</b> Mejorar el manejo y la calidad de servicio en el Hostal El Recuerdo. |   |  |                   |
| <b>HORA</b>   | <b>ACTIVIDAD</b>                          | <b>METODOLOGÍA</b>   | <b>TIEMPO</b>     |
| 9:00  | Presentación                              | Presentación de Objetivo del Taller de capacitación.   | 15 min            |
| 9:15  | Contexto Actual e importancia del taller. | Exposición de temas actuales relacionados a la calidad de servicios.   | 2 horas<br>15 min |
|   | Temas a desarrollar.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Como se deben brindar un buen servicio.</li> <li>• Control de calidad de los productos.</li> <li>• Manejo de recursos materiales.</li> <li>• Sistemas de gestión de calidad.</li> <li>• Importancia de la Gestión de la Calidad.</li> </ul> |                   |
| 11:30   | Evaluaciones                              | Se evaluara al personal capacitado con la finalidad de conocer si aprendieron de los temas expuestos.  | 30 min            |
| 12:00   | Conclusiones                              | Se dará las conclusiones respecto a los temas tratados.  | 30 min            |
| 12:30   | Cierre de Taller.                         | Compartir  | 10 min            |

**TALLER DE CAPACITACIÓN N°05**  
**Principales Centros Turísticos de Chepén**

| <b>DIRIGIDO:</b> Al personal del Hostal El Recuerdo – Chepén  |   |   | <b>Fecha:</b>     |
|---|---|---|-------------------|
| <b>OBJETIVO:</b> Sensibilizar a los Trabajadores sobre el turismo y mejorar la atención al cliente. |   |   |                   |
| <b>HORA</b>   | <b>ACTIVIDAD</b>                          | <b>METODOLOGÍA</b>  | <b>TIEMPO</b>     |
| 9:00  | Presentación                              | Presentación de Objetivo del Taller de capacitación.  | 15 min            |
| 9:15  | Contexto Actual e importancia del taller. | Exposición de temas actuales relacionados a la calidad de servicios.  | 2 horas<br>15 min |
|   | Temas a desarrollar.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo.</li> <li>• Principales atractivos turísticos de la localidad.<br/>Dentro de los cuáles tenemos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vía Crucis.</li> <li>- San José de Moro.</li> <li>- Hacienda Talambo.</li> <li>- Hacienda Lurifico.</li> </ul> </li> </ul> |                   |
| 11:30   | Evaluaciones                              | Se evaluara al personal capacitado con la finalidad de conocer si aprendieron de los temas expuestos.   | 30 min            |
| 12:00   | Conclusiones                              | Se dará las conclusiones respecto a los temas tratados.   | 30 min            |
| 12:30   | Cierre de Taller                          | Compartir   | 10 min            |

**TALLER DE CAPACITACIÓN N°06:  
Estrategias de Captación de Clientes**

| <b>DIRIGIDO:</b> Al personal del Hostal El Recuerdo – Chapén  |   |   | <b>Fecha:</b>     |
|---|---|---|-------------------|
| <b>OBJETIVO:</b> Sensibilizar a los Trabajadores sobre el turismo y mejorar la atención al cliente. |   |   |                   |
| <b>HORA</b>   | <b>ACTIVIDAD</b>                          | <b>METODOLOGÍA</b>  | <b>TIEMPO</b>     |
| 9:00  | Presentación                              | Presentación de Objetivo del Taller de capacitación.  | 15 min            |
| 9:15  | Contexto Actual e importancia del taller. | Exposición de temas actuales relacionados a la calidad de servicios.  | 2 horas<br>15 min |
|   | Temas a desarrollar.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de captación de clientes que hacen turismo.</li> <li>• Demanda turística.</li> </ul> |                   |
| 11:30   | Evaluaciones                              | Se evaluará al personal capacitado con la finalidad de conocer si aprendieron de los temas expuestos.                                     | 30 min            |
| 12:00   | Conclusiones                              | Se dará las conclusiones respecto a los temas tratados.   | 30 min            |
| 12:30   | Cierre de Taller                          |   |                   |

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| ACTIVIDADES   | Enero del 2016 |        |           |        |         |       |
|---|----------------|--------|-----------|--------|---------|-------|
|   | Lunes          | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Lunes |
|   | 04             | 05     | 06        | 07     | 08      | 11    |
| Taller de Capacitación N°01:<br>Atención al cliente.                                  |                |        |           |        |         |       |
| Taller de Capacitación N°02:<br>Solución de conflictos, empatía<br>manejo del estrés. |                |        |           |        |         |       |
| Taller de Capacitación N°03:<br>Satisfacción del cliente.                             |                |        |           |        |         |       |
| Taller de Capacitación N°04:<br>Manejo y calidad de los productos.                    |                |        |           |        |         |       |
| Taller de Capacitación N°05:<br>Principales centros turísticos de<br>Chepén.          |                |        |           |        |         |       |
| Taller de Capacitación N°06:<br>Estrategias de captación de<br>clientes.              |                |        |           |        |         |       |

## PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

| <b>Detalle de Actividades</b>                            | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario (S/.)</b> | <b>Total (S/.)</b> |
|--|-----------------|-----------------------------|--------------------|
| Taller de Capacitación:<br>Temas en atención al cliente. | 2               | 50                          | 100.00             |
| Taller de Capacitación:<br>Temas en calidad de servicio. | 2               | 50                          | 100.00             |
| Taller de Capacitación:<br>Temas en turismo.             | 2               | 50                          | 100.00             |
| <b>Ponentes</b>  | 2               | 50                          | 200.00             |
| <b>Total</b>   |                 |                             | <b>500.00</b>      |

## EVIDENCIA FOTOGRÁFICA - HOSTAL “EL RECUERDO”







***Instalaciones del Hostal “El Recuerdo”***



***Clientes del Hostal en plena encuesta***

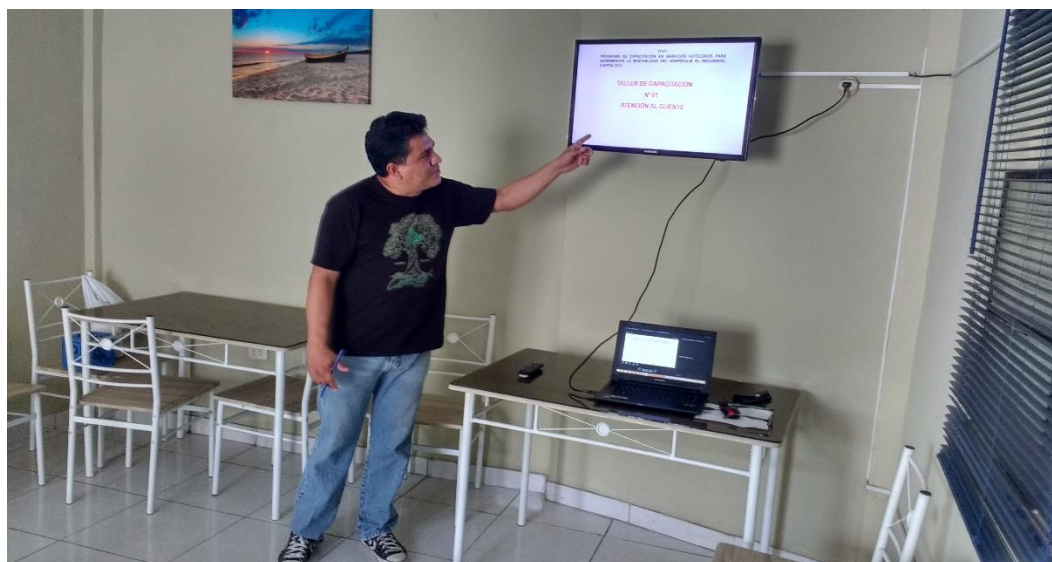


***Clientes del Hostal en plena encuesta***



***Clientes del Hostal en plena encuesta***

## **EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS – APLICACIÓN DE TALLERES PERSONAL – HOSTAL “EL RECUERDO”**



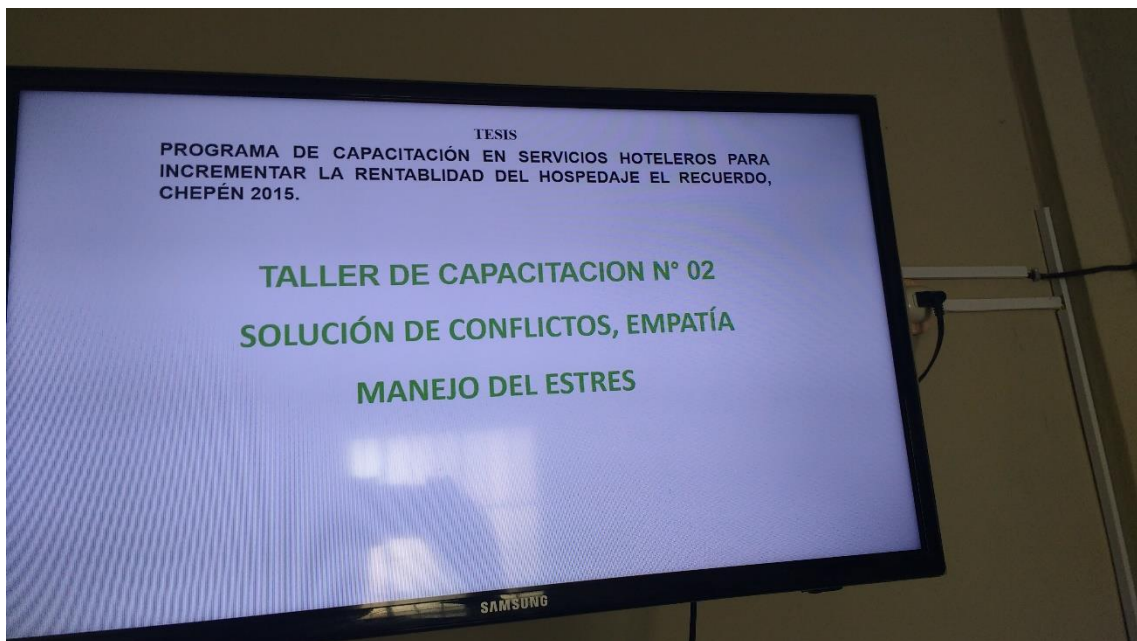
***Taller de Capacitación N°01  
Tema: Atención al Cliente***

## Decálogo de la atención al cliente

1. El cliente por encima de todo.
2. No hay nada imposible cuando se quiere.
3. Cumple todo lo que prometas.
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente. Darle más de lo que espera.
5. Para el cliente tu marcas la diferencia.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo.
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.
8. El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente.
9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar.
10. Cuando se trata de satisfacer un cliente, todos somos un equipo.

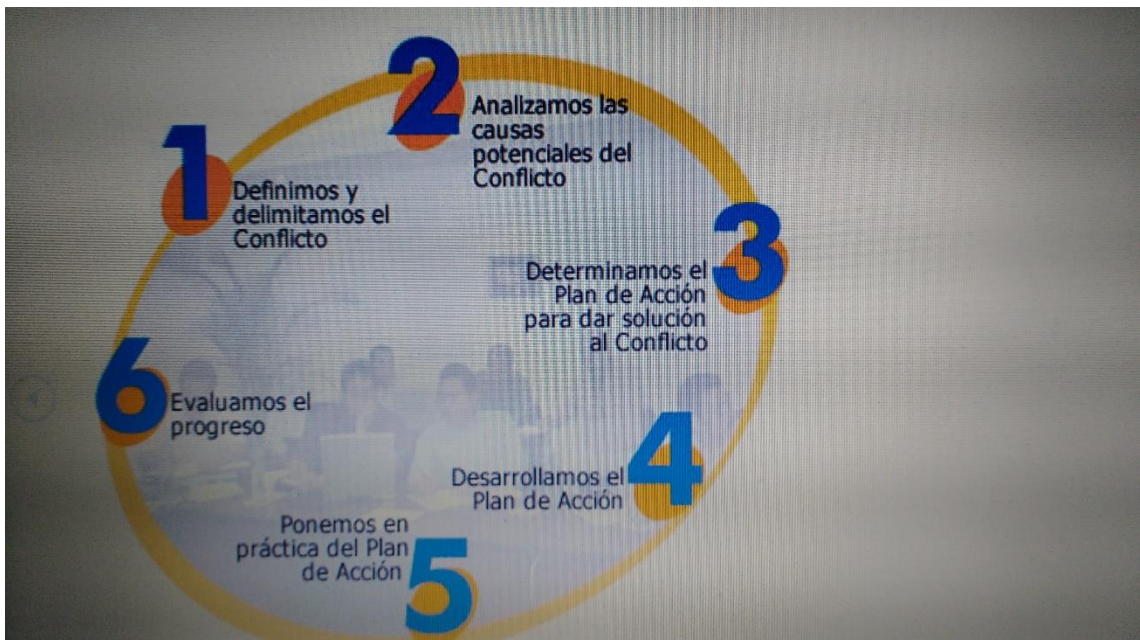
***Taller de Capacitación N°01***

***Tema: Atención al Cliente***



### **Taller de Capacitación N°02**

**Tema: Solución de conflictos, empatía manejo del estres**



**Taller de Capacitación N°02**

**Tema: Solución de conflictos, empatía manejo del estrés**





***Taller de Capacitación N°03***  
***Tema: Satisfacción del Cliente***

## ELEMENTOS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



## APORTES AL CONCEPTO DE LA SATISFACCIÓN

| ACTORES                     | APORTES  |
|-----------------------------|--|
| Philip Kotler               | Satisfacción es el nivel del ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. |
| Giese and Cote              | La satisfacción de los consumidores es una respuesta –emocional o cognoscitiva   |
| Churchill y suprenant 1982  | La satisfacción es la relación y comparación entre las necesidades y expectativas cubiertas y el costo de los productos.                           |
| Cadotte, woodruff y jenkins | Sensación desarrollada a partir de la evaluación de una experiencias o uso del producto.   |

**Taller de Capacitación N°03**  
**Tema: Satisfacción del Cliente**



***Taller de Capacitación N°04  
Tema: Manejo y calidad de los productos***

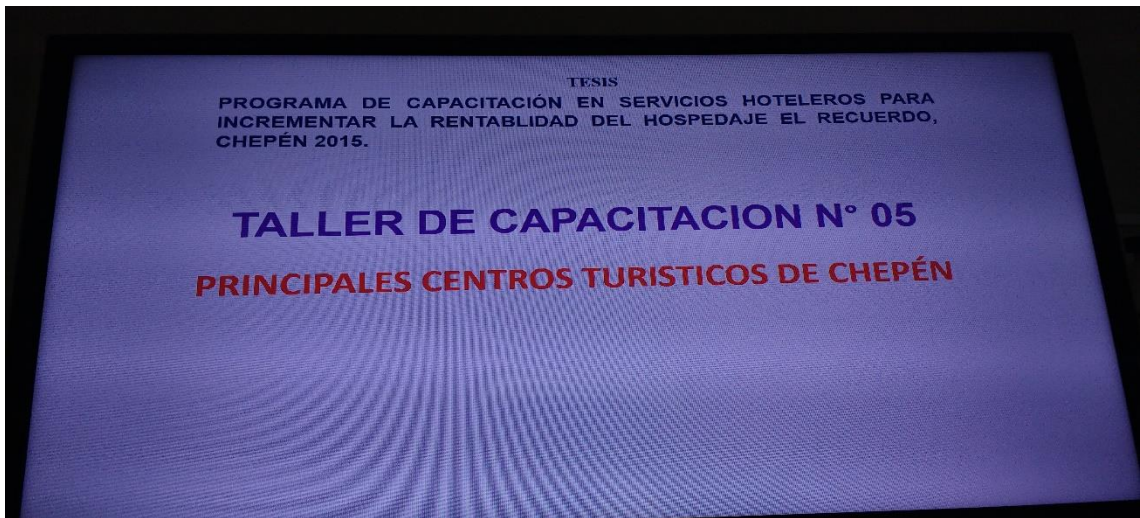


## La Importancia de la Gestión de la Calidad

| DEMANDA   | OFERTA   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Clientes más exigentes y experimentados</li><li>▪ Más competencia en productos</li><li>▪ Menos diferencias entre productos</li><li>▪ Precios más bajos cada día</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Medidas que desarrollen niveles de eficiencia</li><li>▪ Productos y servicios más competitivos</li><li>▪ Búsqueda de Valor Agregado</li><li>▪ Optimización de los recursos</li></ul> |

certifira

**Taller de Capacitación N°04**  
**Tema: Manejo y calidad de los productos**

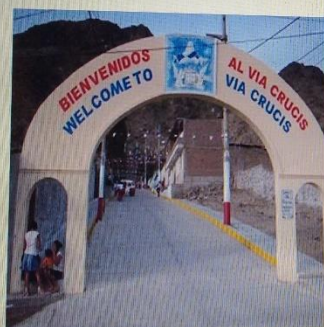


***Taller de Capacitación N°05  
Tema: Principales centros turísticos de Chepén***

## **ATRATIVOS TURÍSTICOS DE CHEPÉN**



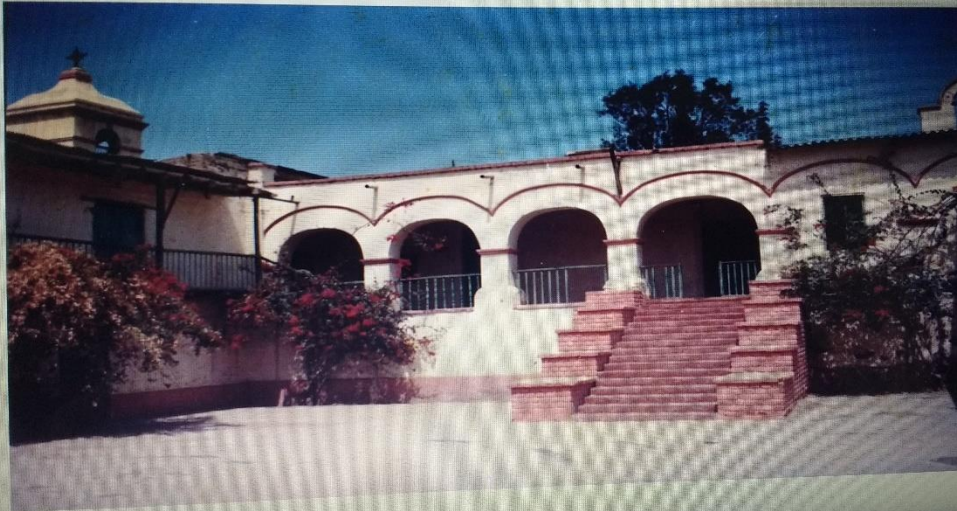
## **VIA CRUCIS DE CHEPÉN**



***Taller de Capacitación N°05***

***Tema: Principales centros turísticos de Chepén***

## **LA CASONA DE TALAMBO**



## **SAN JOSÉ DE MORO**



*Taller de Capacitación N°05*

*Tema: Principales centros turísticos de Chepén*

## **LA HACIENDA LURIFICO**



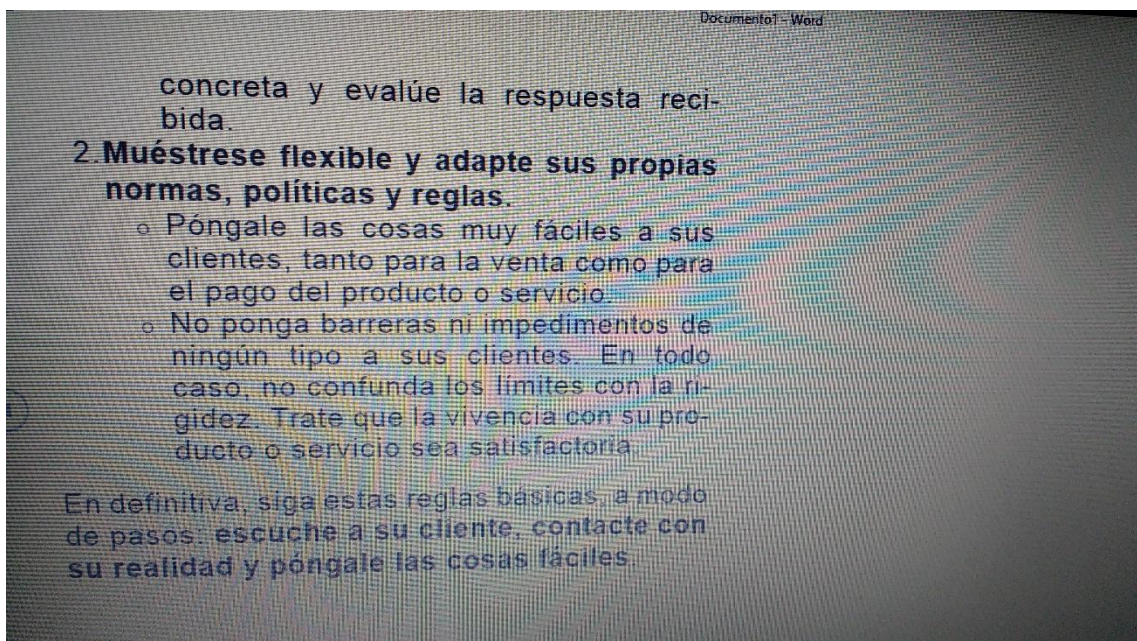
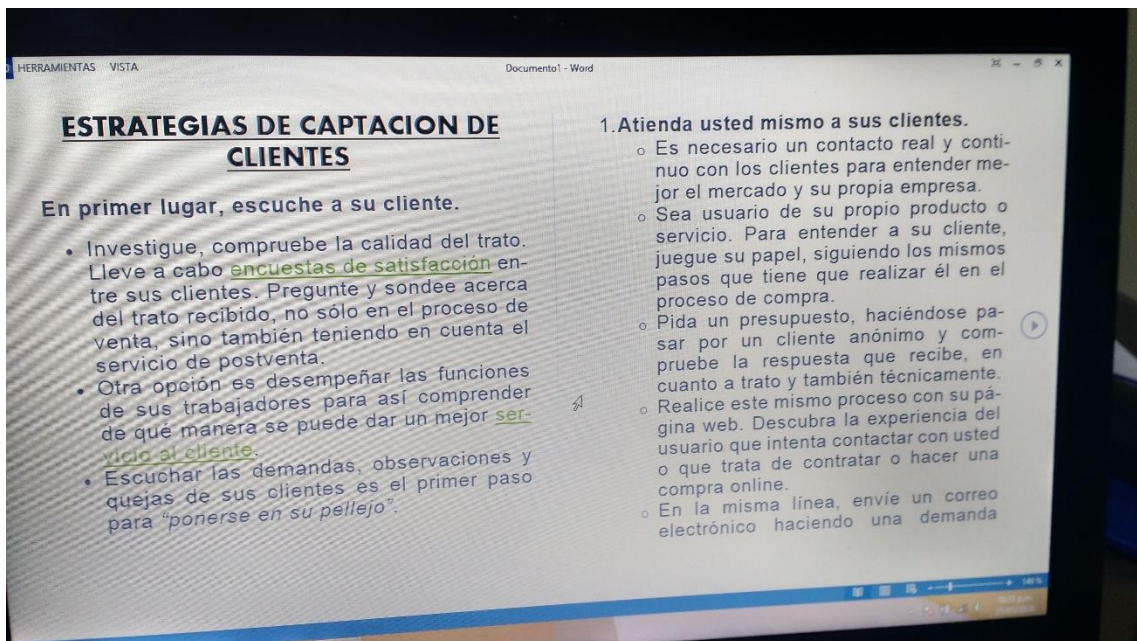
**Taller de Capacitación N°05**

**Tema: Principales centros turísticos de Chepén**





***Taller de Capacitación N°06***  
***Tema: Estrategias de captación de clientes***



**Taller de Capacitación N°06**  
**Tema: Estrategias de captación de clientes**

## EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS – PERSONAL DEL HOSTAL “EL RECUERDO”



*Personal Hostal “El Recuerdo” en Capacitación*



***Personal Hostal “El Recuerdo” en Capacitación***



***Compartir después de talleres – Hostal “El Recuerdo”***



***Compartir después de talleres – Hostal “El Recuerdo”***