



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS HOTELEROS
PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDÉN
EIRL. BAGUA GRANDE – 2017.”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA:

Bach. RAMOS SAAVEDRA CECI DEL ROSARIO

ASESOR:

Mg. FARFÁN AYALA MARIO IGNACIO

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:
ECONOMÍA Y FINANZAS**

**CHICLAYO – PERÚ
2018**

ACTA DE SUSTENTACIÓN



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 2.40 pm horas del día 21 de enero del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 0123, de fecha 17 de enero 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: "PROGRAMA DE CAPACITACION EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDEN BELLA BARRA GRANDE".

presentado por la Bachiller: RAMOS SANABRIA CECILIA DEL ROSARIO, con la finalidad de obtener el Título de Contador Público, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

PRESIDENTE : Mgtr. CPC. ABEL SALAZAR ASAIDE
SECRETARIO (A) : Mgtr. CPC. DIEGO ESIDRO FORRE LOPEZ
VOCAL : Mgtr. CPC. MARZO IGNACIO FARRAN AYALA

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:


APROBAR POR MAYORIA

Siendo las 03:00 pm del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

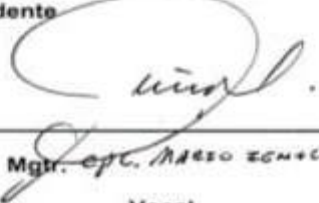
Chiclayo, 21 de ENERO del 2018



Mgtr. CPC. ABEL SALAZAR ASAIDE
Presidente



Mgtr. CPC. DIEGO ESIDRO FORRE LOPEZ
Secretario (a)



Mgtr. CPC. MARZO IGNACIO FARRAN AYALA
Vocal

DEDICATORIA

A MI HIJA.

Que es el motor y motivo para seguir adelante y crecer cada día en lo personal y profesional y en el futuro darle lo mejor.

A MIS PADRES.

Que siempre me incentivaron y apostaron por mi educación *para ser mejores que ellos.*

Ceci Del Rosario

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a mi Dios, por darme salud y las fuerzas necesarias para llegar a culminar con mi trabajo de investigación.

A mis hijas y a mi madre por su comprensión y apoyo por ser ellas el motor y motivo para cumplir con mis objetivos.

Agradezco a la Universidad César Vallejo, por permitirme consolidar mis conocimientos profesionales.

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 mis amistades por formar parte de mí vida social.

LA AUTORA

DECLARATORIA DE AUTENCIDAD

Yo, Ceci Del Rosario Ramos Saavedra, identificada con DNI 44329125 alumna de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad César Vallejo.

DECLARO BAJO JURAMENTO:

Que, he elaborado el Trabajo de Investigación Final-Tesis denominado "**Programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad en el hotel El Edén EIRL. Bagua Grande – 2017**", para optar el Título Profesional de Contador Público otorgado por la Universidad César Vallejo. El presente Trabajo de Investigación Final-Tesis ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que no existe plagio de ninguna naturaleza, en especial copia de otro Trabajo de Investigación Final-Tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier instituto educativo.

Dejo expresa constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no he asumido como mía las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos o de internet.

Asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento y soy consciente que este compromiso de fidelidad tiene connotaciones éticas, pero también de carácter legal, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo 28 de Abril del 2018



CECI DEL ROSARIO RAMOS SAAVEDRA

PRESENTACIÓN

Señores integrantes del Jurado evaluador:

De acuerdo con lo estipulado en el Reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, pongo a su disposición para la revisión y evaluación el presente trabajo de investigación titulado “**Programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad en el hotel El Edén EIRL. Bagua Grande – 2017**”, el cual se ha realizado según los lineamientos de la universidad y cuyo objetivo es la obtención del Título Profesional de Contador Público.

Por consiguientes señores integrantes de este digno jurado, estoy apta a aceptar las sugerencias que de manera constructiva puedan hacerle a la presente y que servirá como aporte para poder progresar, así mismo sirva como base para aquellos que muestren interés en el tema y deseen continuar estudios de esta naturaleza.

La presente investigación consta de los siguientes capítulos:

El capítulo I: INTRODUCCIÓN, contiene a la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivo.

El capítulo II: MÉTODO, comprende al diseño de investigación, variables, operacionalización, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos – validez y confiabilidad, método y análisis de datos y aspectos éticos.

El capítulo III: RESULTADOS, comprende el análisis e interpretación de los resultados (tablas y figuras).

El capítulo IV: DISCUSIÓN, comprende la discusión de los resultados en función a las variables y objetivos.

El capítulo V: CONCLUSIONES se establecen las conclusiones de la investigación realizada.

El capítulo VI: RECOMENDACIONES se establecen las recomendaciones fundamentadas en los resultados obtenidos con base a los objetivos específicos. Finalmente, las referencias bibliográficas, las cuales sirvieron de apoyo en el desarrollo de la investigación, además de los anexos pertinentes. Señores miembros del Jurado, estoy convencida de que con su alto criterio profesional sabrán reconocer los esfuerzos realizados con dedicación y perseverancia para

culminar satisfactoriamente el presente trabajo de investigación. Por lo que someto a su consideración y evaluación con el fin de cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de contador público.

GENERALIDADES

TITULO

“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDÉN EIRL. BAGUA GRANDE – 2017.”

AUTOR

Ramos Saavedra, Ceci del Rosario

Asesor

Mg. FARFÁN AYALA MARIO IGNACIO

Linea de Investigación

Economía y Finanzas.

Localidad.

Utcubamba – Perú

Ubicacion de la Empresa.

Av. Chachapoyas N° 2801

Duracion de la investigacion.

Fecha de Inicio : 28 de agosto del 2017.

Fecha de culminación: 30 de julio del 2018.

ÍNDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARATORIA DE AUTENCIDAD.....	V
PRESENTACIÓN	VI
GENERALIDADES	VIII
ÍNDICE.....	IX
RESUMEN	XII
ABSTRACT.....	XIII
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad problemática	15
1.1.1. A nivel Internacional	15
1.1.2 A nivel Nacional.....	17
1.1.3. A nivel Local.....	19
1.2. Trabajos Previos.....	20
1.2.1. A nivel Internacional.....	20
1.2.2 A nivel nacional	23
1.2.3 A nivel Local	25
1.3. Teorías relacionadas al tema	27
1.3.1. Programa de capacitación en servicios hoteleros.....	27
1.3.2 Rentabilidad.....	45
1.4. Formulación del problema	49
1.5. Justificación del estudio	49
1.6. Hipótesis.....	50
1.6.1. Hipótesis General.....	50
1.7. Objetivos	50
1.7.1. General.....	50
1.7.2. Específicos	50
CAPÍTULO II MÉTODO	51

2.1. Tipo y Diseño de Investigación	52
2.1.1 Tipo de investigación.....	52
2.1.2 Variables.....	53
2.2. Operacionalización de variables.....	54
2.3 Población y muestra.....	56
2.3.1 Población.....	56
2.3.2 Muestra.....	56
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	57
2.4.1 Abordaje metodológico.....	57
2.4.2 Técnicas de recolección de datos.....	57
2.4.2 Instrumentos de recolección de datos	57
2.4.4. Procedimiento para la Recolección de Datos.....	58
2.5 Método de análisis de datos.....	58
2.6 Aspectos Éticos	59
CAPÍTULO III RESULTADOS	60
3.1. Resultados en Tablas y Gráficos	61
3.1.1 Calidad de Servicio en el Hotel El Edén 2017.	61
3.1.2. Rentabilidad en el Hotel El Edén 2017	62
3.1.3 Diseño y aplicación del programa de Capacitación en Hotel “El Edén 2017	63
3.1.4 Calidad de servicio en el Hotel El Edén 2017.....	64
3.1.5. Rentabilidad en el Hotel “El Edén” 2017	65
CAPÍTULO IV	68
DISCUSIÓN.....	68
4.1. Discusión de Resultados.....	69
CAPÍTULO V CONCLUSIONES.....	71
CAPÍTULO VI	73
RECOMENDACIONES.....	73
ANEXOS	79
Encuesta para evaluar la calidad de servicio	80
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	123
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.....	124
REPORTE DEL TURNITIN	125

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: mincetur.....	17
Tabla 2: mincitur nacional.....	18
Tabla 3: ratios ventas.....	48
Tabla 4: variable operacional.....	53
Tabla 5: operacional de variable.....	54
Tabla 6: muestra de tabla.....	56
Tabla 7: calidad de servicio.....	61
Tabla 8: rentabilidad del hotel.....	62
Tabla 9: rentabilidad del Hotel.....	65

RESUMEN

La presente investigación titulada: **Programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad en el hotel El Edén EIRL. Bagua Grande – 2017**” cuyo objetivo general es determinar el efecto del programa en servicios hoteleros para incrementar la rentabilidad del citado hotel, este programa está destinado a los trabajadores del hostel, 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.

Los elementos que conforman la estructura del servicio hotelero son de suma importancia, puesto que proyectan su imagen comercial y proporcionan capacidad de respuesta al mercado, brindándole propia personalidad.

Por citar algunos de los clásicos servicios podemos mencionar el servicio de alimentos, bebidas y banquetes; el servicio de habitación y hospedaje, que incluye por ejemplo el teléfono, servicio de internet, etc; también existe el servicio para convenciones o reuniones, que ofrece salones especialmente acondicionados para el efecto.

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 CLAVES: Programa, capacitación, servicios hoteleros, Rentabilidad.

ABSTRACT

This research entitled: Training program in hotel services to increase profitability in the El Eden EIRL hotel. Bagua Grande - 2017 "whose general objective is to determine the effect of the program on hotel services to increase the profitability of the aforementioned hotel, this program is intended for hostel workers, to whom training workshops will be applied, and to obtain data on the quality of service and infrastructure, customer surveys will be applied.

With the application of this program it is expected to optimize the quality of the service and according to the results the necessary actions will be taken to improve the foregoing.

The elements that make up the structure of the hotel service are of utmost importance, since they project their commercial image and provide response capacity to the market, providing their own personality.

To mention some of the classic services we can mention the service of food, drinks and banquets; the room and lodging service, which includes for example the telephone, Internet service, etc; there is also the service for conventions or meetings, which offers specially prepared rooms for this purpose.

The experimental type research was done through documentary analysis and the application of a survey, having as results that there is a significant effect in the application of the training program in hotel services in the increase of profitability which is 22%.

KEYWORDS: Program, training, hotel services, Profitability.

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

1.1.1. A nivel Internacional

A lo largo de la historia, las casas en donde se recibían y asilaban a los forasteros, han jugado un papel vital sobre el crecimiento y desarrollo de las sociedades, debido a que muchas personas (debido a las necesidades del trabajo) realizaban constantes 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 alojamiento se ha incrementado a tal punto que, en cada una de las principales ciudades del mundo, se demuestre 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 itinerarios logran llegar a la cima y mantenerse periodo tras periodo.

En Colombia, (Nureña, 2017), “La importancia de la *rentabilidad* y rotación en ámbito ferretero en Colombia se dice que llegan a incrementar 500 ferreterías al año por ende cuando un establecimiento ferretero ofrece productos y servicios con una buena atención su incremento es del 5% a un 10%, de esta manera también genera mayor rentabilidad y sostenibilidad en el mercado

En España, la investigación: “10 fallos en las *estrategias* de precios de los hoteles”, describe lo siguiente: “Hablar de gestión de ingresos implica considerar muchas más cosas que los precios para las empresas hoteleras, siendo éstos últimos sólo una dimensión de lo que tenemos que entender como rendimiento. Ignorar estos cambios significa quedar fuera del mercado, no comprender a los clientes y, por ende, mermar la sostenibilidad del negocio hotelero”. (Canzoniere, 2012)

En el mundo, 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 Trip Advisor en todo el mundo, teniendo en cuenta la calidad de las críticas y las clasificaciones de servicio. "Trip Advisor 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 Trip Advisor.

Entre los mejores hoteles del mundo, catalogados por la rentabilidad y el servicio que imparte: Riad Kheirredine, Marrakech, Marruecos; Hamasi 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.

1.1.2 A nivel Nacional

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

	<u>Año</u>	<u>Llegadas</u>		
<i>Tabla 1: mincetur</i>	2004	1,349,959		
	2005	1,570,566		
	2006	1,720,746		
	2007	1,916,400		
	2008	2,057,620	Según un	
	artículo	2009	2,139,961	publicado en
	Andina-	2010	2,299,187	Agencia Peruana
	de	2011	2,597,803	Noticias (2013),
	el	2012	2,845,623	presidente de
	Carlos	2013	3,163,639	CANATUR,
que la alta	2014	3,214,934	Canales, indicó	
este	ago-15	2,312,840	ocupación en	
evidencia			segmento se	

en el aumento de las preciosos por lo que existe alta rentabilidad de la industria hotelera peruana, que se encuentra a la altura de los importantes 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 clase del servicio que ofrecen, señaló la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR).

“El incremento del sector hotelero, se debe en gran medida al incremento incesante del turismo, a causa de los distintos reconocimientos 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 menciona PYMEX (2015) en su artículo de opinión.

CONSUMO INTERNO DE TURISTAS NACIONALES

Tabla 2: mincitur nacional

<u>Año</u>	<u>Turistas</u>
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

Castro, (2016) “Los hoteles de la capital peruana tienen un mejor desempeño han tenido incluso a nivel de Sudamérica, porque tienen los mejores indicadores de *rentabilidad*, ya que la ocupación de los hoteles funcionan a un 70%, y a tarifa promedio asciende los 173 dólares, en cambio

el ingreso por habitación disponibles es 103 dólares, incluso supera a Río de Janeiro (66% ocupación), sin embargo la ocupación disminuyó 5.7% porque cada vez nuevos hoteles se apertura, dicho dinamismo se debe a fuerte demanda de turistas, que también ocasionó el aumento de las tarifas en un 11% en las tarifas promedio diaria, que significa un aumento en el ingreso por habitación en un 4.6% y nivel de todos los hoteles la tarifa se incrementó en un 7%.”

Cruzado, (2015), buscó la “Implementación de un sistema de control interno en el proceso logístico y su impacto en la *rentabilidad* de la constructora Rio Bado S.A.C. en el año 2014. Esta investigación demuestra que la implementación del sistema de control interno en el proceso logístico impacta positivamente en la rentabilidad de la constructora RIO BADO S.A.C, debido a que la rentabilidad en el año 2013 se vio afectada por pérdidas originadas en el área de logística las cuales ascendieron a S/. 119,025.00, sin embargo, con la implementación del sistema de control interno en el área de logística el costo beneficio es de S/. 58,677.00 nuevos soles aproximadamente”.

1.1.3. A nivel Local

El hotel El Edén EIRL, con RUC N° 20480063024 ubicada en Av. Chachapoyas N° 2801 Amazonas - Utcubamba – Bagua Grande, cuyo giro comercial es hotelería, presenta un problema de mejores servicios para lograr una mayor rentabilidad, no tienen control de sus costos, ni de sus gastos y todo lo trabajan de manera empírica y al ser una empresa familiar todos intervienen con poco o nada de conocimiento del tema.

En lo que respecta a la provincia de Bagua Grande, múltiples son los hoteles que se pueden encontrar; Sin embargo, no en todos ellos se puede valorar 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 perspectivas generadas por sus

propietarios. Tras realizar una rápida conversación con algunos de los clientes de estos hoteles, se pudo observar las causas por las cuales una persona decide proseguir o no haciendo uso del servicio del hotel 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 pésima calidad de servicio dada en las empresas.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. A nivel Internacional Ecuador

Alberca & Rodríguez (2013), en su tesis sobre *“Incremento de la rentabilidad de la empresa El Carrete”* en la Universidad Central del Ecuador, para optar el título de Contador Público.

Estableció como principal objetivo, optimizar la rentabilidad de la empresa “El Carrete”, promoviendo estrategias y políticas adecuadas y en función de los requerimientos de la empresa, así lograra una mayor competitividad y permanecer en el mercado. Concluyeron:

Que, la empresa objeto de estudio, debe utilizar la metodología FODA, se admitió las debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas, las cuales deben ser consideradas para lograr el desarrollo sostenible y competitivo de la empresa en el mercado.

Que, la empresa implemente un sistema de control interno, capacitando a su personal e identificando y dando solución a los problemas, el cual rendirá sus frutos a futuro en la rentabilidad, previo análisis de sus estados financieros.

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”*, la capacitación se relaciona 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 importante que en toda empresa Hotelera el personal este permanentemente capacitado para ocupar un mercado más amplio.

Paiva, F. (2013), Tesis denominada: “Control interno y su incidencia en la rentabilidad de empresa Ferretería Cobros del Norte S.A.”. Tesis de Grado. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Para graduarse como Contador Público.

El tipo de estudio es descriptivo y de corte transversal. En esta investigación se evalúa el control interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Ferretería Cobros del Norte S. A., con el fin de aportar recomendaciones para que exista una mayor en la rentabilidad en el negocio

La investigación se elaboró en base a los componentes del modelo COSO y la rentabilidad se basa en el análisis costo-beneficio. Según la problemática encontrada se demuestra que el control interno es deficiente analizando las grandes debilidades encontradas durante el proceso empezando desde el ambiente de control de la empresa, siendo uno de los principales problemas la mala evaluación de funciones y la falta de información financiera a tiempo.

Se recomienda tomar medidas correctivas para solucionar las debilidades, en primer lugar, la elaboración de un manual de procedimientos, un manual de funciones donde se determine las líneas de autoridad y responsabilidad, y la supervisión constante del proceso de compras. “Los problemas en esta tesis es la deficiencia del control interno ya que se indicaron algunos componentes, de esta manera se argumenta la importancia que tiene el control interno en una empresa para que su rentabilidad no se vea afectada por estos malos manejos”.

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 adecuado es primordial para el crecimiento de las actividades operativas y los procesos administrativos; sin embargo, estos tienen que estar permanentemente capacitados para lograr un próspero desempeño.

En Ecuador, Ambato, Arias (2014) investigo sobre “La Gestión Administrativa y su impacto en la *Rentabilidad* Financiera de la Empresa Seismiccorp Servicio S.A., concluyó que los balances de la empresa presentan pérdidas numerosas debido a que no son tomadas en cuenta para la toma de decisiones, asimismo dicha empresa se encuentra por debajo del nivel de crecimiento de la industria en comparación con los resultados financieros de otras empresas, por otro lado la evaluación del desempeño empresarial no es la adecuada y esperada y que por consecuencia afecta a la rentabilidad de la empresa”.

En Villavicencio, Vivas, D y Ocampo, I (2015) En su investigación denominada: Diseño de un plan estratégico para la empresa DLA construcciones S.A.S. de Villavicencio-Meta, 2014 concluye que: El *planeamiento estratégico* ayuda a planear el crecimiento empresarial de manera astuta en un mundo globalizado ayudando a prevenir errores y resaltando las mejores propuestas. El estudio realizado en DLA Construcciones de la ciudad de Villavicencio tuvo en cuenta el ambiente institucional, toda vez que la empresa debe orientarse hacia la competitividad, aplicando la matriz de las cinco fuerzas de Porter, identificando que esta organización alcanzó un porcentaje ponderado de 2.3. Luego de realizar el análisis profundo de la información se resalta la importancia de actualizar y capacitar a los colaboradores que forman parte de la organización, el respetar la normatividad, y orientar el trabajo en equipo permitiendo sostener y alcanzar las mejores competencias y habilidades que

conlleven a un trabajo eficiente y con resultados considerándolos como fines estratégicos para la organización.

1.2.2 A nivel nacional

Salvador (2016), en su tesis “Capacitación para servicios hoteleros y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Hotel Astorias S.R.L. - Trujillo.2015”, para obtener el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Cesar Vallejo, tuvo como objetivo: Determinar la incidencia de la capacitación para servicios hoteleros e incrementar la rentabilidad de la empresa materia de estudio, utilizando un tipo de investigación descriptiva con un diseño no experimental, teniendo como población a dicha empresa, y obteniendo como muestra el área de almacén de esta, las técnicas utilizadas son las entrevistas y análisis documental.

La presente investigación concluyo que la propuesta de capacitación al personal para una buena atención a los clientes, lograra que la rentabilidad se incremente más de un punto porcentual, lo cual, favorecería en la toma de decisiones, en librarnos de costos innecesarios y de mejorar en cuanto a la capacitación del personal y de la regularización oportuna de productos y mostrar un rubro de mercadería lista para ser vendida.

Trujillo Irigoin (2016), en su tesis “Atenciones y cordialidad para aumentar Rentabilidad de la Empresa Hotel Mira Mar S.A.C de la ciudad de Lima - Año 2015”, para obtener el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Federico Villarreal.

La presente investigación tuvo como objetivo en estudio determinar cómo incide la cortesía y amabilidad del personal de la empresa hotelera en la rentabilidad de la citada empresa hotelera, trabajando con un diseño de investigación no experimental, teniendo como población y muestra a la misma empresa, utilizando técnica de muestra y análisis documental.

Concluyendo que con la aplicación de un buen adiestramiento del personal que atiende en el hotel Mira Mar SAC., presenta un incremento en su rentabilidad sobre sus activos de 2%, un aumento en su rentabilidad sobre las ventas de 1% y un aumento de su rentabilidad patrimonial de 2%. Esto gracias a la implementación de un mejor entrenamiento de su personal, el cual esta normado en el Manual de organización y funciones y el manual de políticas.

Soles (2015), con su tesis “Diseño e implementación de un programa de capacitación y su influencia en la rentabilidad del Gran Hotel Romance EIRL., en el distrito de San Borja, Lima, periodo 2013”, para obtener el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Lima.

Su objetivo principal en estudio fue determinar la influencia del diseño e implementación de un programa de capacitación y su influencia en la rentabilidad del Gran Hotel Romance EIRL., en el distrito de San Borja, Lima, trabajando con un diseño no experimental, además la investigación tuvo como población y muestra a la empresa objeto de estudio, utilizando las técnicas de análisis documental, observación y entrevistas.

La investigación concluye: que se ha podido determinar que la implementación de un programa de capacitación del Gran Hotel Romance EIRL., en el distrito de San Borja, Lima., nos permite conseguir mejores resultados en cuanto a la rentabilidad, toda vez que se ase capacite a todos los colaboradores de la empresa, con el consiguiente ahorro de los recursos monetarios.

Romero & García (2013) en su tesis: “Influencia del sistema de control interno del área de compras en la rentabilidad de la empresa Hotel San Fernando SA” Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Privada Antenor Orrego.

Tipo de estudio Descriptiva con diseño no experimental, concluyen lo siguiente:

Todos los procesos desarrollados para medir el control de las normas internas del hotel no son cumplidos por el personal que labora en recepción y atención a los clientes, por falta de conocimiento; a pesar que estas están establecidas en el MOF de la empresa Hotelera.

Posteriormente se propuso correcciones para mejorar los errores cotidianos no brindando la atención esmerada; sin embargo, a pesar de estar establecidas y difundidas la normas de atención, los empleados no ejecutaban adecuadamente su trabajo, lo que ocasionaba el no regreso de clientes, que a la vez género que los clientes presenten reclamos por las demoras y la poca calidad de los productos ofrecidos; al respecto, se tomaron las medidas correctivas para así brindar una mejor calidad de atención y se propuso maximizar la eficiencia mediante el correcto uso de los recursos.

Por este motivo es que la empresa objeto de estudio no crecía en liquidez y sus estados financieros demostraban una baja rentabilidad para la empresa.

1.2.3 A nivel Local

En Bagua, Ramírez, (2016). En su investigación titulada: “Determinación de los Costos de Hospedaje y su Influencia en la Rentabilidad del Hotel “Wilson” de la Ciudad de Bagua – Año 2016” concluyo como objetivo general Determinar los costos de hospedaje y su influencia en la rentabilidad del Hotel “Wilson” de la ciudad de Bagua – año 2016, para ello tuvo que analizar el comportamiento de los costos fijos y costos variables y evaluar las tarifas de precios a partir de los costos de los servicios de hospedaje, concluyendo que los costos fijos y variables no tienen una influencia significativa en la rentabilidad del Hotel “Wilson” de la ciudad de Bagua.

En Bagua, Damián, Reyes & Serquen, (2014), en la investigación titulada “Impacto de los costos logísticos en la rentabilidad de la Empresa CAC Bagua Grande LTDA, Amazonas 2013-2014”, indican que la Cooperativa Agraria Cafetalera Bagua Grande Ltda. Tiene como principal actividad la exportación de café de la Zona nororiente del país; sin embargo, el no llevar un adecuado control de Costos logísticos no permitiría saber el Impacto en su Rentabilidad.

Por ello, esta investigación con variables cuantitativas tiene como objetivo principal determinar el impacto de los Costos logísticos en la Rentabilidad de la Cooperativa en los años 2013 y 2014, teniendo como hipótesis que los costos logísticos impactan directamente en la rentabilidad de la empresa CAC Bagua Grande Ltda.; demostrando que cuando más elevados son los costos logísticos, la ganancia se reduce durante los dos periodos. Con una muestra que se realizó a los representantes del Área Comercial y el Área Logística.

El resultado revela un incremento en Rentabilidad Económica de 7% y una diferencia en Rentabilidad Financiera de 51 % del año 2013 al 2014. Se concluye que el Impacto de los Costos logísticos sobre las ventas en el año 2013 representa el 79.64% a diferencia del año 2014 que es 90.95 %, deduciéndose un incremento en 11.31%. Demostrando que mientras más ingresos de ventas tenga la Cooperativa, los Costos se elevan en el proceso de logística.

Carhuapoma & Melendez (2014) en la tesis titulada *Propuesta de un Programa de Capacitación para mejorar la gestión administrativa del Hotel El Carmen EIRL. Jaén 2013*. Universidad Nacional de Cajamarca UNC, para graduarse como Contador Público.

El problema surge en la falta de: un eficiente control; personal idóneo que ayude a orientar y administrar mejor el negocio. Como causas del problema se determinó que los empleados tienen vínculo familiar por lo que

se cree que no hay la necesidad de realizar controles, falta de manuales que desconocen los trabajadores. Se aplicó un tipo de investigación descriptiva analítica, la cual se realizó a una población de 5 trabajadores, con instrumentos como guías de entrevista y fichas documentales.

Conclusión: Proponer un Programa de Capacitación para mejorar la gestión administrativa del Hotel El Carmen EIRL., para reducir errores, malos manejos y calidad de atención; con la aplicación de esta propuesta ayudará a mejorar la gestión administrativa, la cual llevará al cumplimiento de los objetivos en bienestar de la empresa.

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.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. 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 inmóvil, ya que el mundo competitivo laboral favorece

a las personas que estén preparadas para dar la talla, dando al máximo su capacidad. Sin duda alguna la persona es el principal patrimonio de la organización, por lo que, si se desea ver frutos, se debe de organizar constantemente capacitaciones al colaborador, de esta manera, Este podrá hacerle frente a los problemas haciendo uso de los conocimientos adquiridos y así aportar buenos y nuevos conocimientos”.

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

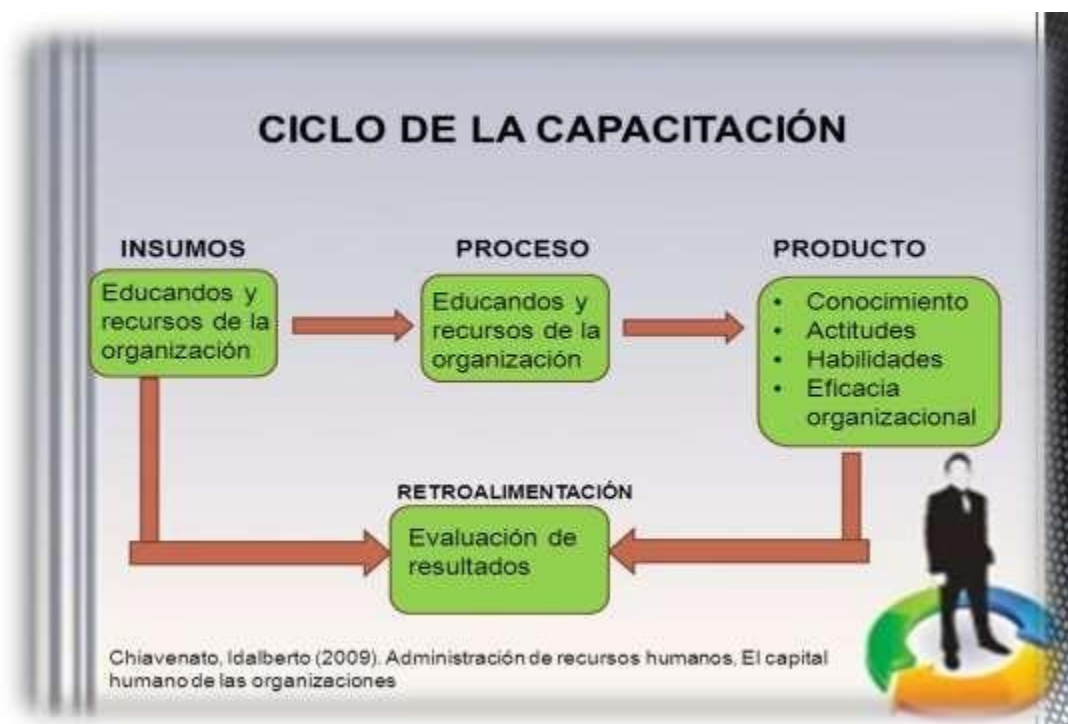
En términos generales, la capacitación es importante puesto que permite desarrollar múltiples capacidades en una persona, para que sea capaz de desempeñarse eficazmente en sus labores. Algunas importancias específicas son:

- 1.3.1.1. Ayuda al colaborador a adquirir y ampliar su nivel de conocimientos.
- 1.3.1.2. El colaborador se siente motivado y satisfecho para incrementar su competitividad.

- 1.3.1.3. Genera cambio de actitud en el trabajador.
- 1.3.1.4. Contribuye a mejorar la calidad de su trabajo.
- 1.3.1.5. 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 (2013). 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 (2013), 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 garantizar que los objetivos básicos de la empresa sean cumplidos, sin olvidar, que implica integrar las principales metas, objetivos y políticas de una organización y a la vez fijar una secuencia lógica de las acciones a realizar para alcanzar un objetivo.

Una estrategia formulada en forma pertinente, ayuda a poner orden y asignar los recursos necesarios para una buena organización con el fin de lograr una situación viable y original, así como adelantar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los competidores, en el cual también se crean las condiciones y los recursos suficientes para su establecimiento.

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 (2013), 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 grupo de Valores cuya demanda sea la de dirigir 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 (2013). A partir de lo anterior, se deberán definir y establecer objetivos precisos, contundentes, retadores, alcanzables y medibles a corto, mediano y largo plazos de capacitación, desde luego al nivel y 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 entendidos, comunicados y compartidos con el resto del personal para fijar los compromisos 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 (2014) 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:

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 determinará 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 o ajustar a las nuevas necesidades que se van presentando por el cambio como parte de su formación profesional. 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 y ayudar a superarlos, no solo para su presente sino también a los largo de su profesión.

b. Análisis del potencial humano. “Lo que se busca es confirmar 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 y debilidades de cada uno de su personal, y sus actitudes o acciones que involucran su desempeño, con la objetivo de atender y mejorar algunas deficiencias que le 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 cerca de el para seguir creciendo como empresa; Es por eso que muchos gerentes y propietarios 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 comportamientos 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”.

d. 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 diagnóstico de las necesidades de capacitación, es necesario plantear la manera de cómo dar soluciones a las diferentes necesidades con 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 contará 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.

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 de 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 de responder conforme se desarrolle el evento. Su principal desventaja es que no presenta respuestas al capacitado, ya que es este quien debe de 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.

Evaluación del programa de capacitación:

Es necesario saber si el programa de capacitación alcanzo 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.

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 a diario con el fin de cumplir las expectativas de los clientes y lograr las metas previstas por parte 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 ejecutadas por distintas personas en distintas aéreas, con la finalidad de satisfacer diferentes necesidades que los clientes soliciten. Es decir son actividades de servicio que buscan que las personas sientan comodidad, satisfacción y al utilizarlo también recomienden.

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 da 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 se inicia desde la perspectiva del cliente. Indica que el servicio percibido, depende principalmente de la llamada calidad técnica, es decir lo que se da, relativo al resultado, y de la funcionalidad como herramienta (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 obtenido 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 hotel El Edén, 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 encuentra 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.

1.3.2 Rentabilidad: Definición

“La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión, porque esta se encarga en medir la efectividad de la gerencia de una empresa. También es entendida como la noción del resultado de la aplicación económica en la que se está llevando a cabo.” (Zamora, 2014).

Para Alberca y Rodríguez, (2012), “la rentabilidad es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, un excedente por encima del conjunto de gastos de la empresa” (p. 9).

“La rentabilidad está representada por la utilidad que pueda dejar la empresa después de a ver descontados los gastos que se producen en el procesos productivo, los empresarios deben dar énfasis en lograr ganancias puesto que este es el fin fundamental para el éxito de la organización y garantizar así una sostenibilidad. “

Actualmente nuevos aspectos se están incorporando en el concepto de rentabilidad, como variables culturales o medioambientales entre otras. El libro aborda la rentabilidad únicamente desde el punto de vista económico y financiero.” (Lizcano, 2013)

“La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

La rentabilidad, es una capacidad que tiene una empresa que demuestra que puede generar suficiente utilidad, y cubrir sus gastos. (Campos, 2013)

Según, (Van Horner, James. 2003) menciona que la rentabilidad se define como la variación en el valor de la empresa en un periodo determinado. Esta variación incluye los fondos de caja derivados de la retribución del capital (intereses y dividendos) y los cambios en el valor del capital, en un periodo establecido por los analistas.

La rentabilidad se puede expresar con la siguiente formula:

Incremento de valor + dividendos

Inversión inicial

La rentabilidad se tiene que medir en un periodo específico de tiempo. Este periodo se mide normalmente en días y el periodo más común es de 365 días o un año.



Tipos de Rentabilidad:

Rentabilidad económica; comprende los resultados que se llegó a obtener con mediante el desarrollo de las actividades empresariales; como las inversiones que se realizan para obtener resultado.

Rentabilidad financiera; se relaciona con el beneficio neto y patrimonio neto de la empresa. Hay tres maneras de mejorar la rentabilidad financiera: aumentando el margen, aumentando las ventas o disminuyendo el activo, o aumentar la deuda para que así la división entre el activo y los fondos propios sea mayor.

Tanaka (20015) “Existen muchas medidas o tipos de rentabilidad teniendo en cuenta los distintos conceptos con los que se pueden relacionar los rendimientos, tales como las ventas, el activo y capital”.

Rentabilidad sobre las ventas. - “Entre los ratios más importantes tenemos”:

Tabla 3:ratios ventas

$$\begin{array}{l} \text{Margen} \\ \text{de} \\ \text{Utilidad} \\ \text{Bruta} \end{array} = \frac{\text{Utilidad} \\ \text{bruta}}{\text{Ventas} \\ \text{Netas}}$$

$$\begin{array}{l} \text{Margen} \\ \text{de} \\ \text{Utilidad} \\ \text{Operativa} \end{array} = \frac{\text{Utilidad} \\ \text{Operativa}}{\text{Ventas} \\ \text{Netas}}$$

$$\begin{array}{l} \text{Margen} \\ \text{de} \\ \text{Utilidad} \\ \text{Neta} \end{array} = \frac{\text{Utilidad} \\ \text{Neta}}{\text{Ventas} \\ \text{Netas}}$$

Rentabilidad sobre el activo.- “Determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos. Es comúnmente conocido como ROA por sus siglas en ingles. El ratio para medir este tipo de rentabilidad es”:

$$\begin{array}{l} \text{Rentabilidad} \\ \text{utilidad Neta} \\ \text{sobre los} \\ \text{activos} \end{array} = \frac{\text{Utilidad} \\ \text{Neta}}{\text{Activos} \\ \text{Totales}}$$

Rentabilidad sobre el capital.- “Estima el rendimiento obtenido de la inversión de los propietarios en la empresa. Es también conocido como ROE. El ratio para analizar este tipo de rentabilidad es”:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital}}$$

Rendimiento sobre
capital

Patrimonio

1.4. Formulación del problema

¿Cuál sería el efecto de aplicar el Programa de Capacitación en Servicios hoteleros en el Incremento de la Rentabilidad del hotel El Edén EIRL - Bagua Grande – 2017?

1.5. Justificación del estudio

“Justificar implica fundamentar las razones por las cuales se realiza la investigación, es decir, explicar por qué se realiza la investigación. La aplicación de estas razones pueden agruparse en teóricas, metodológicas y sociales” (Ñaupas, et al. 2013, p.131).

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 hotelera puesto que podrá capacitar en servicios hoteleros y con esto mejorar la rentabilidad de su empresa.

En cuanto a la variable Rentabilidad, para Zamora (2014), “La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión, porque esta se encarga en medir la efectividad de la gerencia de una empresa. También es entendida como la noción del resultado de la aplicación económica en la que se está llevando a cabo.”

Metodológicamente, se justifica porque se basa el método científico, validando la información y la confiabilidad de los instrumentos. Discutiendo los

resultados para lo cual se utilizan las técnicas de la encuesta y análisis documental.

La justificación social se da cuando la investigación va a resolver problemas sociales que afectan a un grupo social, es por eso que la presente investigación se justificó, principalmente porque busca determinar cómo un sistema de control de inventarios mejora la rentabilidad de la empresa.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

H1: p # o (Existe relación): El Programa de Capacitación causa efecto en la rentabilidad del hotel El Edén EIRL. Bagua Grande – 2017.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar el efecto del programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad del Hotel El Edén E.I.R.L. - 2017

1.7.2. Específicos

- Evaluar la calidad de servicio en el Hotel El Edén -Bagua Grande – 2017

- Analizar la rentabilidad en el Hotel El Edén -Bagua Grande – 2017.

- Diseñar y aplicar un Programa de capacitación en servicios hoteleros para incrementar la Rentabilidad del Hotel El Edén -Bagua Grande - 2017

CAPÍTULO II MÉTODO

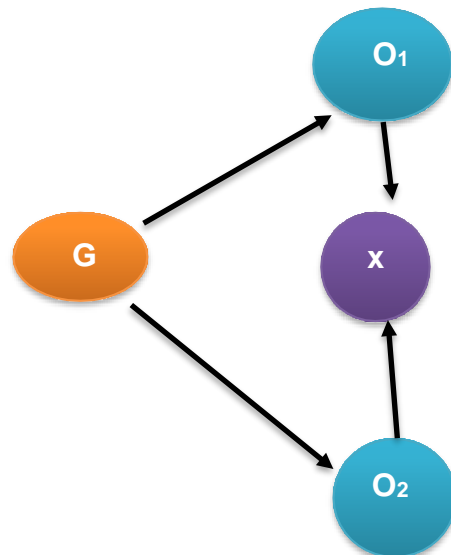
2.1. Tipo y Diseño de Investigación:

2.1.1 Tipo de investigación.

La presente investigación posee un tipo de estudio experimental porque según Hernández (2014), menciona que las variables sufrirán cambios a través del tiempo evaluado, y mediante la presente trabajo de investigación se buscó determinar si la capacitación aplicada con relación al turismo, atención al cliente y calidad de servicio ha mejorado la rentabilidad del Hotel El Edén E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande.

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 : Muestra en estudio

O₁ : Rentabilidad antes de la capacitación.

X : Aplicación de la capacitación

O₂ : Rentabilidad después de la capacitación.

Variable, operacionalización

2.1.2 Variables

Tabla 4: variable operacional

Tabla 1

INDEPENDIENTE	DEPENDIENTE
Calidad de Servicios	Rentabilidad

Fuente: Elaboración propia

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 5: operacional de variable

Variables I	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Calidad de servicios	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: Elaboración propia

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. Rentabilidad operativa. Rentabilidad neta.	Numérico

Fuente: Elaboración propia

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población.

La población objeto de estudio en la investigación para el programa de capacitación en servicio hotelero está conformada por todos los trabajadores del Hotel El Edén E.I.R.L., 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 Hotel 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 Hotel El Edén.

2.3.2 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:

Tabla 6: muestra de tabla

Semana	Cliente por semana
1	20
2	25
3	20
4	15
Total	80

Fuente: Elaboración propia

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 2016, y el primer semestre del 2017 respectivamente.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Abordaje metodológico

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

2.4.2 Técnicas de recolección de datos:

1.7.2.1. Encuesta – alcance: Variable I.

1.7.2.2. Análisis documentario – alcance: Variable II.

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

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos:

2.4.2.1 Cuestionario – informante: Clientes del Hotel.

2.4.2.2 Investigación de registro banco – informante: Administración del Hotel El Edén.

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

Técnica	Instrumento	Alcance	Informante
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.
---------------------	---------------------------------------	----------------------------------	---------------------------

Fuente: Elaboración propia

2.4.4. Procedimiento para la Recolección de Datos

Para la presente investigación, el procedimiento de recolección de datos en el Hotel El Edén E.I.R.L., se determinará de la siguiente manera:

Se aplicará una encuesta a los trabajadores del Hotel El Edén E.I.R.L., la cual nos permitirá recolectar información acerca el problema planteado, asimismo se utilizará un análisis documental, con el fin de conocer la rentabilidad del Hotel. 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 Hotel materia de estudio.

A partir de ello se elaborarán 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.

2.4.5 Validez y confiabilidad. Para la validez y confiabilidad del instrumento se recurrió al juicio de expertos y al Alfa de Cronbach.

Tabla Nº 04

Alfa de Cronbach

2.5 Método de análisis de datos

La información obtenida de la recolección de datos fue tabulada estadísticamente en el sistema operativo SPSS y también se utilizó el programa Excel para ordenar la información recopilada, con lo cual se presentarán 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 Hotel El Edén E.I.R.L.

2.6 Aspectos 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.

CAPÍTULO III RESULTADOS

3.1. Resultados en Tablas y Gráficos

3.1.1 Calidad de Servicio en el Hotel El Edén 2017.

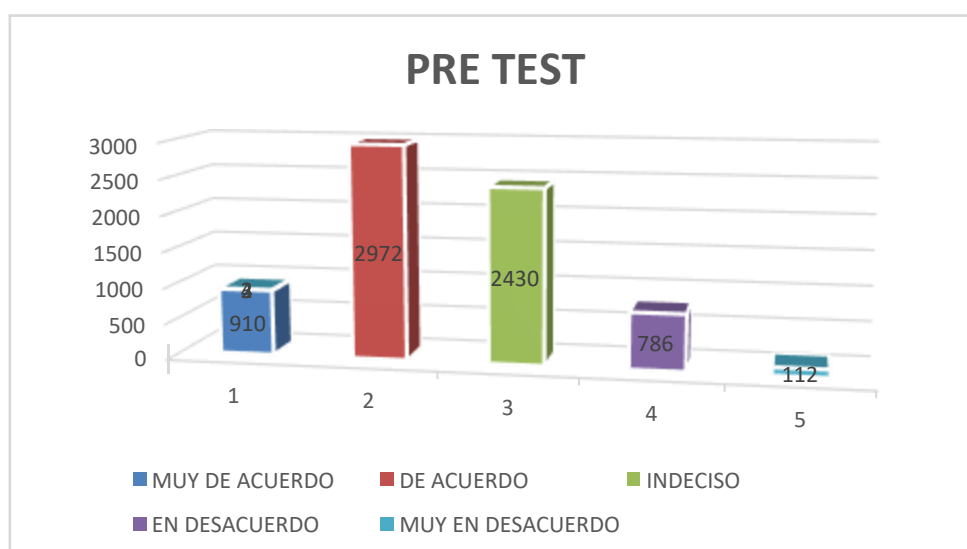
Para evaluar la calidad de servicio en el Hotel El Edén, se aplicó una encuesta a 80 clientes que se alojaron durante el periodo de noviembre 2017; obteniendo lo siguiente:

Tabla N°1

Tabla 7: calidad de servicio

Calidad de Servicio en el Hotel "El Edén"		
	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 Hotel El Edén 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.

3.1.2. Rentabilidad en el Hotel El Edén 2017

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

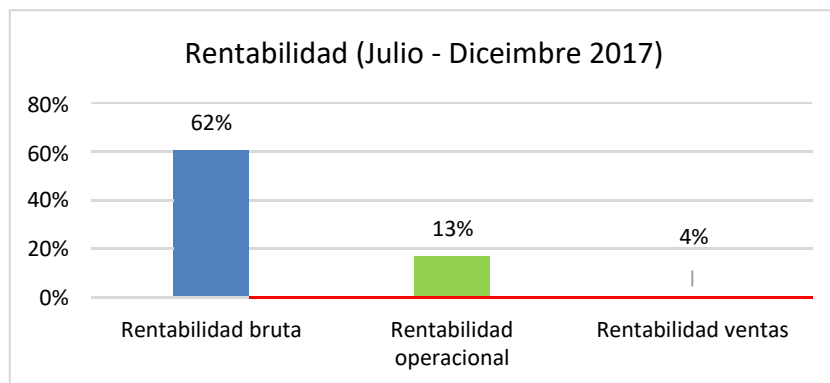
Tabla N°2

Tabla 8:rentabilidad del hotel

Rentabilidad del Hotel El Edén 2017

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.

3.1.3 Diseño y aplicación del programa de Capacitación en Hotel “El Edén 2017.

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.

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 hotel El Edén.
Quien será capacitado	El personal que trabaja en el Hotel El Edén.
Lugar donde se desarrollara las capacitaciones	El lugar donde se desarrollaran las capacitaciones será en ambientes del Hotel “El Edén”
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. 2 talleres de capacitación sobre los temas de calidad de servicio. 2 talleres de capacitación sobre los temas de turismo.

Fuente: Elaboración propia

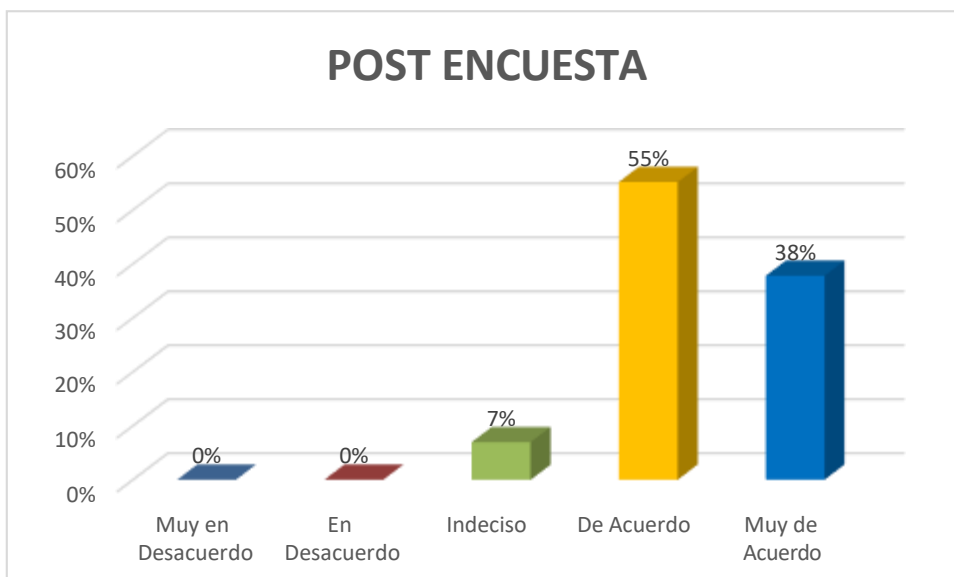
3.1.4 Calidad de servicio en el Hotel El Edén 2017

Una vez aplicado el programa de capacitación en servicios hoteleros al personal del Hotel El Edén, 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

<i>Calidad de servicio en el Hostal "El Recuerdo"</i>		
	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.

3.1.5. Rentabilidad en el Hotel “El Edén” 2017

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:

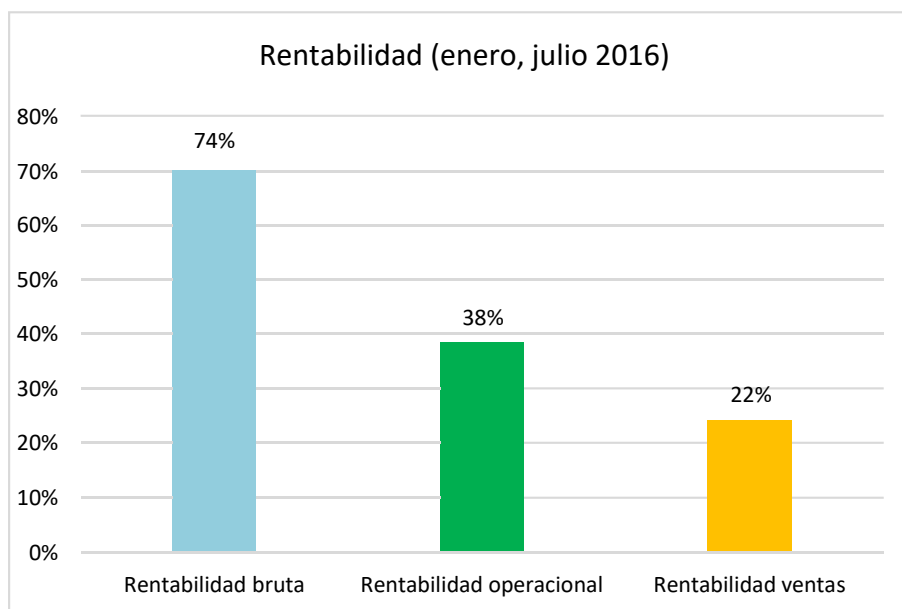
Tabla N°4

Tabla 9: rentabilidad del Hotel

Rentabilidad del Hostal El Edén 2017			
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 gráfico 04 muestran que los índices de rentabilidad alcanzados son adecuados esto debido a que el costo de servicio por las habitaciones solo representa 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 EDÉN E.I.R.L."

RUC: 20480063024

**ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL 2017
DEL 01 JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017**

Ventas Netas	45,670.00
Costo de Venta	17,354.60
UTILIDAD BRUTA	28,315.40
Gastos de Venta	9,735.00
Gastos de Administración	12,600.00
Otros Ingresos, neto	0.00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	22,335.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	5,980.40
Gastos Financieros, neto	3,349.00
Diferencia de Cambio, neto	0.00
TOTAL OTROS INGRESOS (GASTOS)	3,349.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA RENTA	2,631.40

IMPUESTOS A LA RENTA (28%) 736.79

UTILIDAD DEL AÑO Y RESULTADO INTEGRAL DEL AÑO 1,894.61

EMPRESA: HOSTAL "EL EDÉN E.I.R.L."

RUC: 20480063024

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL 2017

DEL 02 DE ENERO AL 30 DE JUNIO DEL 2017

Ventas Netas 56,888.84

Costo de Venta 15,030.00

UTILIDAD BRUTA 41,858.84

Gastos de Venta 9,840.00

Gastos de Administración 10,325.00

Otros Ingresos, neto 0.00

TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN 20,165.00

UTILIDAD DE OPERACIÓN 21,693.84

Gatos Financieros, neto 4,560.00

Diferencia de Cambio, neto 0.00

TOTAL OTROS INGRESOS (GASTOS) 4,560.00

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LAS RENTA 17,133.84

IMPUESTOS A LA RENTA (28%)

4,797.47

UTILIDAD DEL AÑO Y RESULTADO INTEGRAL DEL AÑO

12,336.37

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

4.1. Discusión de Resultados.

La capacitación es una herramienta muy importante dentro de 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 Hotel El Edén E.I.R.L., 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 el bien suyo y el de su rendimiento dentro de su trabajo, ya que con esto conseguirá su estadía laboral.

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 y personal.

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 mejor para que una empresa marche bien y sea sostenible en mercado hotelero.

Según lo mencionado podemos constatar con Silva (2011), en el cual menciona que la capacitación hacia el personal es una de las mejores alternativas ya que 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 relevante y 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

Conclusiones

- a. Evidenciar que calidad de servicios en el Hotel El Edén E.I.R.L. en el año 2017, fue calificada por los clientes encuestados como inadecuados, ello debido a que presentaba deficiencias en cuanto al personal, infraestructura, entre otros.

- b. Los índices de rentabilidad en el Hotel El Edén E.I.R.L. en el año 2017, 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.

- c. 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.

- d. Una vez aplicado el programa de capacitación en servicios hoteleros al personal del Hotel El Edén E.I.R.L., se pudo concluir que ha mejorado la calidad de servicio y su rentabilidad en el año 2018 (primer trimestre), beneficiando directamente a la empresa hotelera.

- e. 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 2018 en comparación con el año anterior.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

- a. Seguir brindando al personal la información y capacitación necesaria para mejorar su desempeño laboral y con ello se brinde un mejor servicio en el Hotel El Edén E.I.R.L.

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

- c. 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.

BIBLIOGRAFÍA

- 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>
- Arredondo, M. M. (2015). *Contabilidad y análisis de costos*. Grupo Editorial Patria.
- 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
- 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>
- Castro, J. C. (19 de 04 de 2016). Lima registra los mejores indicadores hoteleros de Sudamérica y mayor demanda (ESPECIAL). Recuperado de <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/local/item/2329-lima-registra-los-mejores-indicadores-hoteleros-de-sudamerica-y-mayor-demanda-especial>
- 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\(2\).pd](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TL_Cornejo_Caldas_Claudia_Patrizia%20(2).pd)
- Chiavenato, I. (2009). “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO”.
- Chambergro, I. (2012). Costeo basado en actividades aplicado a la empresa hotelera. *Actualidad Empresarial*(256), 14.

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%5CLey%2011-92%20\(Titulo%20II%20del%20Codigo%20Tributario%20-sobre%20IR-\).pdf](http://www.hacienda.gov.do/departamento_legal/ley_incentivos_tributarios%5CLey%2011-92%20(Titulo%20II%20del%20Codigo%20Tributario%20-sobre%20IR-).pdf)

Giraldo, D. (2008). *Contabilidad de Costos Tomo I*.

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/jmgl.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

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 Hotel “El Edén” E.I.R.L.

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 Hotel “El Edén” me atienden con cortesía.					
2	En el hotel me brindan una atención muy personal.					
3	El personal del hostel 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 hostel trata con sensatez al brindar su servicio.					
6	Considera que la ubicación del hostel es la más apropiada.					
7	Cuando necesita ayuda, siente toda la confianza de acudir al personal del hostel 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 Hotel cuenta con sistemas de seguridad dentro y fuera de las instalaciones.					
18	Las instalaciones del Hotel siempre están limpias.					
19	El personal se preocupa porque su habitación este limpia.					
20	Las sábanas del dormitorio son cambiadas diariamente.					
21	Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.					
22	Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.					
23	Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hostel, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida.					
24	Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.					
25	Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.					
26	Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el Hotel.					
27	Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.					
28	Percibo una buena comunicación interna en el Hotel El Edén.					

ANEXO 02:

Diagnóstico para evaluar el nivel de conocimiento del Personal del Hotel “El Edén”

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 visitado la Plaza de Armas de Bagua Grande?		
11	¿En semana santa se visita la vía crucis masivamente la ciudad?		
12	¿En Bagua Grande existe algún lugar turístico para visitar?		
13	¿Hay movilidad permanente para visitar ese lugar turístico?		
14	¿Has escuchado hablar sobre la Laguna de Burlan?		
15	¿Sabe si existe esta laguna es una de las principales del Perú?		
16	¿Conoces el río Utcubamba y lo navegable que es?		
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 Hotel El Edén E.I.R.L.
Quien será capacitado	El personal que trabaja en el hospedaje del Hotel El Edén E.I.R.L..
Lugar donde se desarrollará las capacitaciones	El lugar donde se desarrollarán la capacitación será en ambientes del Hotel El Edén E.I.R.L.
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).
Capacitador	En encargado de dar las capacitaciones será un especialista en cada tema a tratar.
La fecha en que se desarrollarán 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:

DIRIGIDO: Al personal del Hotel “El Edén” E.I.R.L.			Fecha:
OBJETIVO: Mejora en el personal en cuanto a la atención al cliente.			
HORA	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	TIEMPO
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 15 min
	Temas a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de respuesta a las necesidades del cliente. - Como tratar a los clientes. - Explicamos y analizamos todo sobre el decálogo de atención al cliente. 	
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

Atención al Cliente

TALLER DE CAPACITACIÓN N°02:

DIRIGIDO: Al personal del Hotel “El Edén” E.I.R.L.			Fecha:
OBJETIVO: Conseguir una mejor atención al cliente de parte del personal.			
HORA	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	TIEMPO
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 15 min
	Temas a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> • Solución de conflictos laborales dentro de las áreas de trabajo. • Empatía. • Manejo de estrés laboral. • Aplicamos la siguiente secuencia para resolver este punto: <ul style="list-style-type: none"> - Definimos y delimitamos el conflicto. - Analizamos las causas potenciales del conflicto. - Determinamos el plan de acción para dar solución al conflicto. - Desarrollamos el plan de acción. - Ponemos en práctica el plan de acción. - Evaluamos el progreso. 	
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

Solución de Conflictos, Empatía Manejo del Estrés

TALLER DE CAPACITACIÓN N°03:

DIRIGIDO: Al personal del Hotel “El Edén” E.I.R.L.			Fecha:
OBJETIVO: Mejorar la calidad de servicio en el Hotel “El Edén” E.I.R.L.			
HORA	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	TIEMPO
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 15 min
	Temas a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> • Que son los servicios. • Calidad de servicios. • Satisfacción del cliente: • Explicamos sobre los elementos de satisfacción del cliente. • Relacionamos aportes al concepto de la satisfacción. 	
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

Satisfacción del Cliente

TALLER DE CAPACITACIÓN N°04:

DIRIGIDO: Al personal del Hotel “El Edén” E.I.R.L.			Fecha:
OBJETIVO: Mejorar el manejo y la calidad de servicio en el Hotel El Edén de la ciudad de Bagua Grande.			
HORA	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	TIEMPO
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 15 min
	Temas a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> • Como se deben brindar un buen servicio. • Control de calidad de los productos. • Manejo de recursos materiales. • Sistemas de gestión de calidad. • Importancia de la Gestión de la Calidad. 	
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

Manejo y Calidad de Los Productos

TALLER DE CAPACITACIÓN N°05

DIRIGIDO: Al personal del Hotel El Edén E.I.R.L.			Fecha:
OBJETIVO: Sensibilizar a los Trabajadores sobre el turismo y mejorar la atención al cliente.			
HORA	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	TIEMPO
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 15 min
	Temas a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo. • Principales atractivos turísticos de la localidad. Dentro de los cuáles tenemos: <ul style="list-style-type: none"> - Plaza de Armas. - Laguna de Burlan. - Río Utcubamba. - El cerro de la Torita - El Pongo de Rentema 	
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

Principales Centros Turísticos de Bagua Grande

TALLER DE CAPACITACIÓN N°06:

DIRIGIDO: Al personal del Hotel El Edén E.I.R.L.			Fecha:
OBJETIVO: Sensibilizar a los Trabajadores sobre el turismo y mejorar la atención al cliente.			
HORA	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	TIEMPO
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 15 min
	Temas a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de captación de clientes que hacen turismo. • Demanda turística. 	
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		

Estrategias de Captación de Clientes

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Junio del 2017					
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Lunes
	18	19	20	21	22	25
Taller de Capacitación N°01: Atención al cliente.						
Taller de Capacitación N°02: Solución de conflictos, empatía manejo del estrés.						
Taller de Capacitación N°03: Satisfacción del cliente.						
Taller de Capacitación N°04: Manejo y calidad de los productos.						
Taller de Capacitación N°05: Principales centros turísticos de Bagua Grande.						
Taller de Capacitación N°06: Estrategias de captación de clientes.						

Fuente: Elaboración propia

PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

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

EVIDENCIA FOTOGRÁFICA – INGRESO A BAGUA GRANDE



Espectacular presencia del camino que se recorre para llegar a Bagua Grande: Palmeras a los lados laterales, Suelo llano y verde, Montañas a la lejanía, y Cielo Celeste con nubes blancas

EVIDENCIA FOTOGRÁFICA – HOTEL “EL EDEN” E.I.R.L.



Foto 01: Toma de la fachada, del Hotel El Edén E.I.R.L



Foto 02: Toma del ingreso al Hotel El Edén



Foto 03: Toma de la sala de espera, del Hotel El Edén.

Foto 04: Toma de la habitación doble, del Hotel El Edén.

Cientes del Hostal en plena encuesta



Encuesta a trabajadores del Hotel El Edén



Taller de Capacitación N°01

Tema: Atención al Cliente

[ttiperu] Soluciones de Tecnologías para PYMES

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

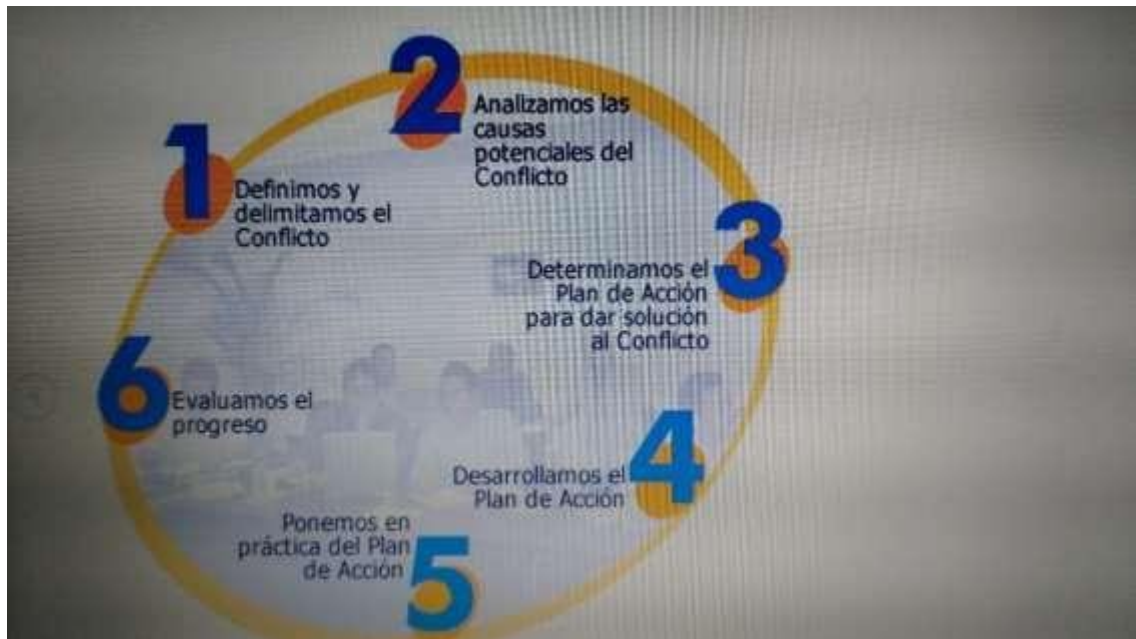
Tema: Atención al Cliente



Taller de Capacitación N°02

Tema: Solución de conflictos, empatía manejo del estrés





Taller de Capacitación N°02

Tema: Solución de conflictos, empatía manejo del estrés

Taller de Capacitación N°03

Tema: 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 Cole	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 óptimas y el costo de los productos
Cadotte, woodruff y jenkins	Sensación desarrollada a partir de la evolución de una experiencias o uso del producto.

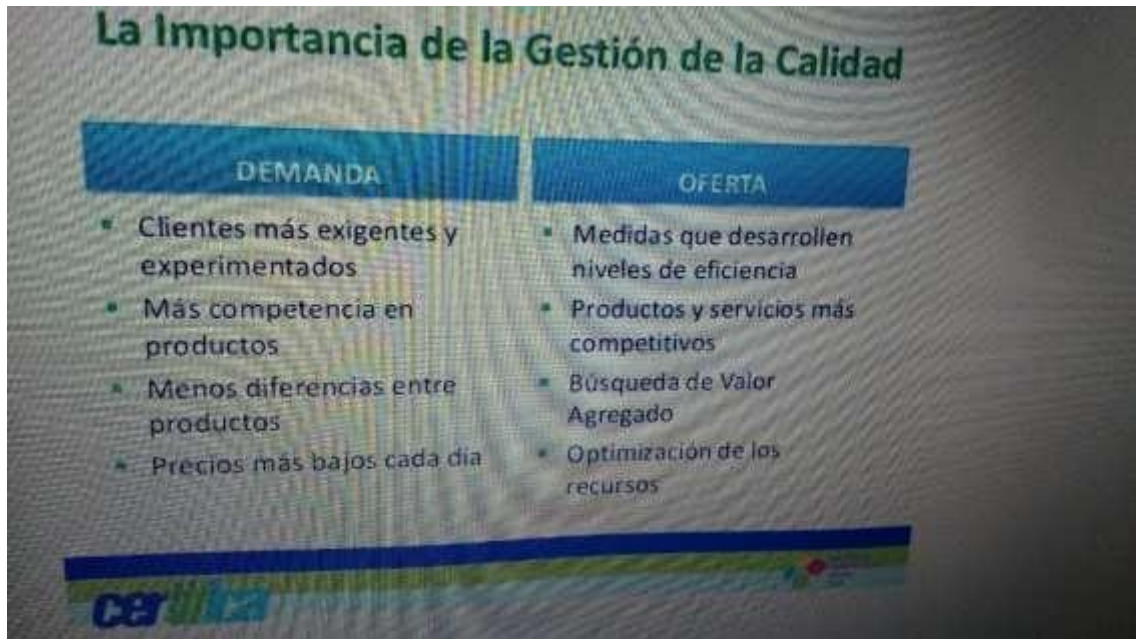
Taller de Capacitación N°03

Tema: Satisfacción del Cliente

Taller de Capacitación N°04

Tema: Manejo y calidad de los productos





Taller de Capacitación N°04

Tema: Manejo y calidad de los productos

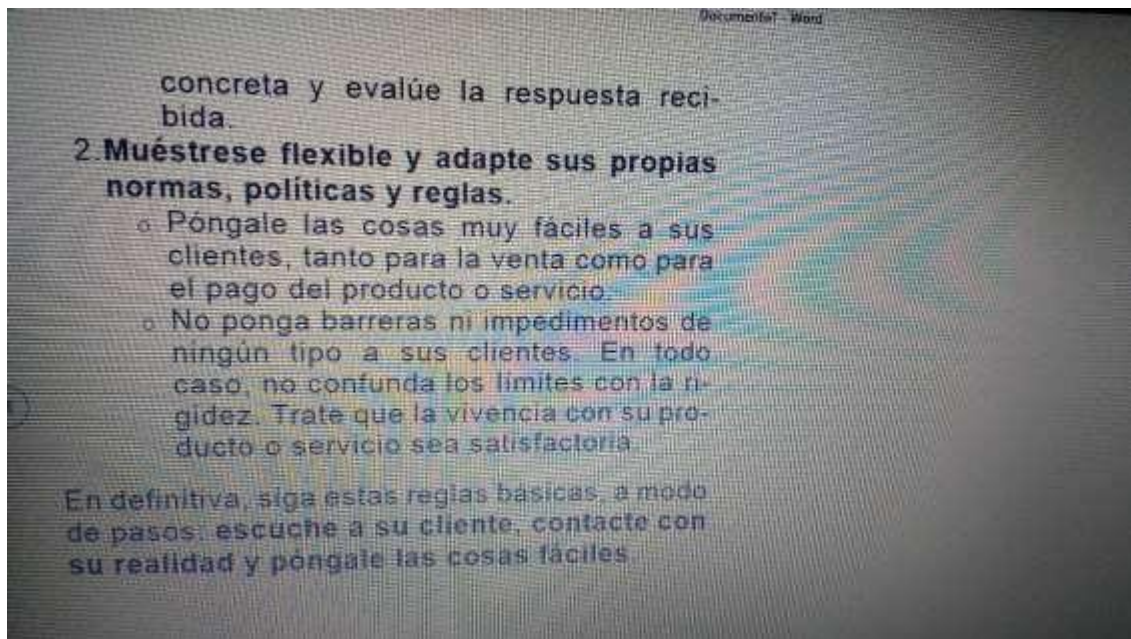
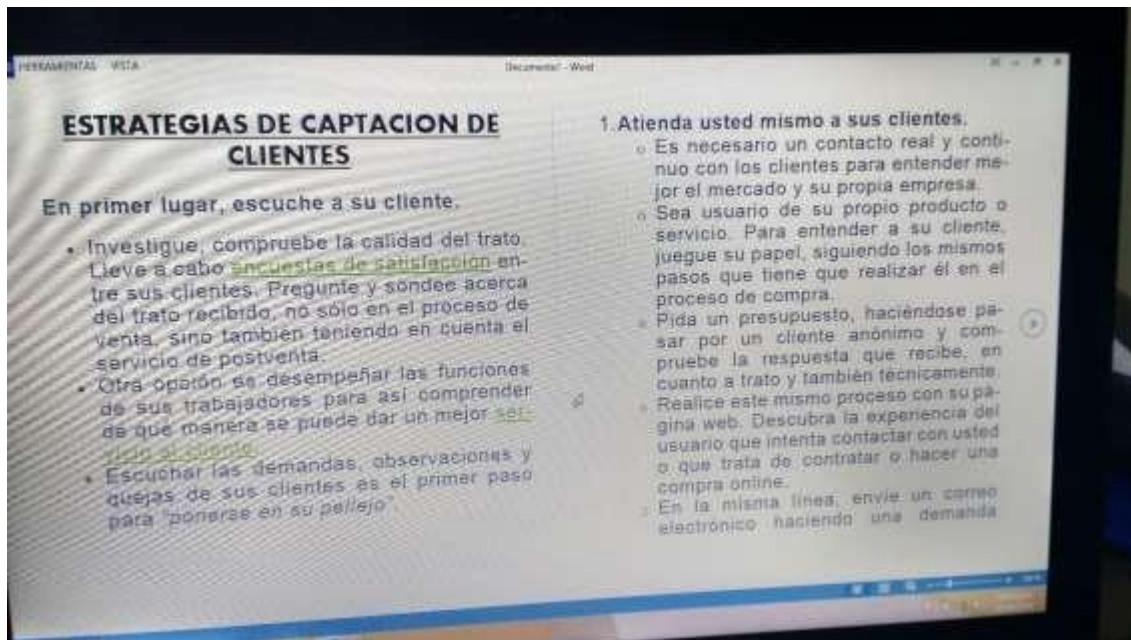
Taller de Capacitación N°05



i

Taller de Capacitación N°06

Tema: Estrategias de captación de clientes



Taller de Capacitación N°06

Tema: Estrategias de captación de clientes

Tema: Principales centros turísticos de Bagua Grande



FOTO 01: LLEGADA AL CERRO DE LA TORITA



FOTO 02: CERRO DE LA TORITA



FOTO 03: LAGUNA DE BURLAN



FOTO 04: PONGO DE RENTEMA

ENCUESTAS

Modelo de las encuestas aplicada a los clientes

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 Hotel "El Edén" E.I.R.L.

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 Hotel "El Edén" me atienden con cortesía.					
2	En el hotel me brindan una atención muy personal.					
3	El personal del hotel 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 hotel trata con sensatez al brindar su servicio.					
6	Considera que la ubicación del hotel es la más apropiada.					
7	Cuando necesita ayuda, siente toda la confianza de acudir al personal del hotel 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 Hotel cuenta con sistemas de seguridad dentro y fuera de las instalaciones.					

18	Las instalaciones del Hotel siempre están limpias.						
19	El personal se preocupa porque su habitación este limpia.						
20	Las sabanas del dormitorio son cambiadas diariamente.						
21	Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.						
22	Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.						
23	Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hostal, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida.						
24	Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.						
25	Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.						
26	Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el Hotel.						
27	Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.						
28	Percibo una buena comunicación interna en el Hotel El Edén.						

ENCUESTAS

Modelo de las encuestas aplicada a los trabajadores del Hotel El Edén

ANEXO 02:

Diagnóstico para evaluar el nivel de conocimiento del Personal del Hotel "El Edén"

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 visitado la Plaza de Armas de Bagua Grande?		
11	¿En semana santa se visita la vía crucis masivamente la ciudad?		
12	¿En Bagua Grande existe algún lugar turístico para visitar?		
13	¿Hay movilidad permanente para visitar ese lugar turístico?		
14	¿Has escuchado hablar sobre la Laguna de Burian?		
15	¿Sabe si existe esta laguna es una de las principales del Perú?		
16	¿Conoces el río Utcubamba y lo navegable que es?		
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?		

ENCUESTAS

Encuestas aplicadas a los clientes

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 Hotel "El Edén" E.I.R.L.

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

18	Las instalaciones del Hotel siempre están limpias.		X			
19	El personal se preocupa porque su habitación este limpia.		X			
20	Las sabanas del dormitorio son cambiadas diariamente.	X				
21	Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.			X		
22	Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.		X			
23	Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hostal, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida.		X			
24	Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.		X			
25	Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.		X			
26	Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el Hotel.		X			
27	Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.			X		
28	Percibo una buena comunicación interna en el Hotel El Edén.			X		

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 Hotel "El Edén" E.I.R.L.

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

18	Las instalaciones del Hotel siempre están limpias.		X			
19	El personal se preocupa porque su habitación este limpia.		X			
20	Las sabanas del dormitorio son cambiadas diariamente.		X			
21	Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.				X	
22	Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.			X		
23	Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hostel, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida.			X		
24	Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.			X		
25	Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.		X			
26	Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el Hotel.		X			
27	Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.			X		
28	Percibo una buena comunicación interna en el Hotel El Edén.			X		

ENCUESTAS

Encuestas aplicadas al personal del Hotel

ANEXO 02:

Diagnóstico para evaluar el nivel de conocimiento del Personal del Hotel "El Edén"

Objetivo: Recabar información del personal referente a su conocimiento.

Instrucciones: Sirvase 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.	X	
2	¿Te sientes satisfecho con lo que el Hostal te ofrece?	X	
3	¿En un conflicto laboral analiza usted las causas del mismo?	X	
4	Cree usted que en un conflicto es mejor escoger la mejor alternativa que convenga a las partes.	X	
5	¿En un momento de estrés es mejor calmarse para entender el conflicto?	X	
6	Al hablar de satisfacción de un cliente, crees que él lo relaciona comparando necesidad, expectativa, ¿y el costo del servicio o producto?	X	
7	¿Existen clientes exigentes y experimentados?	X	
8	Crees que al haber más competencia, los precios tienden a bajar.		X
9	¿En la actualidad existen en el mercado productos y servicios más competitivos?	X	
10	Alguna vez has visitado la Plaza de Armas de Bagua Grande?	X	
11	¿En semana santa se visita la vía crucis masivamente la ciudad?	X	
12	¿En Bagua Grande existe algún lugar turístico para visitar?	X	
13	¿Hay movilidad permanente para visitar ese lugar turístico?	X	
14	¿Has escuchado hablar sobre la Laguna de Burlan?	X	
15	¿Sabe si existe esta laguna es una de las principales del Perú?		X
16	¿Conoces el rio Utcubamba y lo navegable que es?	X	
17	¿Es fácil el acceso a este centro turístico?	X	
18	¿Cree usted que escuchar las demandas, observaciones y quejas de sus clientes permite fidelizar (captar) al mismo?	X	

ANEXO 02:

Diagnóstico para evaluar el nivel de conocimiento del Personal del Hotel "El Edén"

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.	X	
2	¿Te sientes satisfecho con lo que el Hostal te ofrece?	X	
3	¿En un conflicto laboral analiza usted las causas del mismo?	X	
4	Cree usted que en un conflicto es mejor escoger la mejor alternativa que convenga a las partes.	X	
5	¿En un momento de estrés es mejor calmarse para entender el conflicto?	X	
6	Al hablar de satisfacción de un cliente, crees que él lo relaciona comparando necesidad, expectativa, ¿y el costo del servicio o producto?	X	
7	¿Existen clientes exigentes y experimentados?	X	
8	Crees que al haber más competencia, los precios tienden a bajar.	-	X
9	¿En la actualidad existen en el mercado productos y servicios más competitivos?	X	
10	Alguna vez has visitado la Plaza de Armas de Bagua Grande?	X	
11	¿En semana santa se visita la vía crucis masivamente la ciudad?	X	
12	¿En Bagua Grande existe algún lugar turístico para visitar?	X	
13	¿Hay movilidad permanente para visitar ese lugar turístico?	X	
14	¿Has escuchado hablar sobre la Laguna de Burian?	X	
15	¿Sabe si existe esta laguna es una de las principales del Perú?		X
16	¿Conoces el río Utcubamba y lo navegable que es?	X	
17	¿Es fácil el acceso a este centro turístico?	X	
18	¿Cree usted que escuchar las demandas, observaciones y quejas de sus clientes permite fidelizar (captar) al mismo?	X	

CARTILLA DE VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR EXPERTOS N° 1



CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	C.P.C. Karla Yvet López Meléndez
PROFESIÓN	Contador
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO	Contador - Bachiller
ESPECIALIDAD	Contador
INSTITUCIÓN EN DONDE LABORA	Unidad de Gestión Educativa Local - Mosambán
CARGO	Jepe (a) del Órgano de Control Institucional

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDÉN EIRL. BAGUÁ GRANDE – 2017."

NOMBRE DEL TESISISTA	Ramos Saavedra Ceci del Rosario
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario de tesis sobre la liquidez
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recabar información del cliente referente al servicio recibido y evaluar el nivel de conocimiento del Personal del Hotel "El Edén"

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA UNO DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO RELACIONÁNDOLOS CON LOS INDICADORES Y DIMENSIONES DE LAS VARIABLES.

- Adjuntar el instrumento y el cuadro de Operacionalización de variables

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA

Por favor marque con una equis (x) la opción que considera debe aplicarse a cada ítem y realice de ser necesaria sus observaciones.

Ítem	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
El personal del Hotel "El Edén" me atienden con cortesía.	X			
En el hotel me brindan una atención muy personal.	X			
El personal del hotel siempre está atento a mis necesidades.	X			
Los datos y la información sobre la estadía del cliente son tomadas con discreción.	X			
El personal del hotel trata con sensatez al brindar su servicio.	X			
Considera que la ubicación del hotel es la más apropiada.	X			
Cuando necesita ayuda, siente toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de su requerimiento.	X			
El comportamiento del personal transmite confianza.	X			
Confía en la integridad del personal que trabaja en el hotel.	X			

El personal es competente y profesional.	X			
El ambiente que hay en el hotel le hace sentir cómodo(a) y en confianza.	X			
El hospedaje cuenta con instalaciones modernas y atractivas	X			
La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante mi estancia.	X			
Los equipos que se encuentran en cada habitación están en buen estado.	X			
Me siento seguro de dejar mis pertenencias en la habitación.	X			
Confío en que no entrará al hospedaje alguien que no esté autorizado para hacerlo.	X			
El Hotel cuenta con sistemas de seguridad dentro y fuera de las instalaciones.	X			
Las instalaciones del Hotel siempre están limpias.	X			
El personal se preocupa porque su habitación este limpia.	X			
Las sábanas del dormitorio son cambiadas diariamente.	X			
Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.	X			
Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.	X			
Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida.	X			
Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.	X			
Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.	X			
Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el Hotel.	X			
Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.	X			
Tienes por costumbre saludar a los clientes.	X			
¿Te sientes satisfecho con lo que el Hostal te ofrece?	X			
¿En un conflicto laboral analiza usted las causas del mismo?	X			
Cree usted que en un conflicto es mejor escoger la mejor alternativa que convenga a las partes.	X			
¿En un momento de estrés es mejor calmarse para entender el conflicto?	X			
Al hablar de satisfacción de un cliente, crees que él lo relaciona comparando	X			

necesidad, expectativa, ¿y el costo del servicio o producto?	X		
¿Existen clientes exigentes y experimentados?	X		
Crees que al haber más competencia, los precios tienden a bajar.	X		
¿En la actualidad existen en el mercado productos y servicios más competitivos?	X		
Alguna vez has visitado la Plaza de Armas de Bagua Grande?	X		
¿En semana santa se visita la vía crucis masivamente la ciudad?	X		
¿En Bagua Grande existe algún lugar turístico para visitar?	X		
¿Hay movilidad permanente para visitar ese lugar turístico?	X		
¿Has escuchado hablar sobre la Laguna de Burlan?	X		
¿Sabe si existe esta laguna es una de las principales del Perú?	X		
¿Conoces el río Utcubamba y lo navegable que es?	X		
¿Es fácil el acceso a este centro turístico?	X		
¿Cree usted que escuchar las demandas, observaciones y quejas de sus clientes permite fidelizar (captar) al mismo?	X		

Observaciones:

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Fecha: Junio 2018



Firma del experto

DNI: 70564307

CARTILLA DE VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR EXPERTOS N° 2



CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	LUIS FERNANDO REGO VASQUEZ
PROFESIÓN	CONTADOR PUBLICO
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO	CONTADOR PUBLICO
ESPECIALIDAD	CIENCIAS CONTABLES/EMPRESARIALES
INSTITUCIÓN EN DONDE LABORA	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL UTCUBAMBA
CARGO	TESORERO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDÉN EIRL, BAGUA GRANDE – 2017."

NOMBRE DEL TESISTA	Ramos Saavedra Ceci del Rosario
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario de tesis sobre la liquidez
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recabar información del cliente referente al servicio recibido y evaluar el nivel de conocimiento del Personal del Hotel "El Edén".

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA UNO DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO RELACIONÁNDOLOS CON LOS INDICADORES Y DIMENSIONES DE LAS VARIABLES.

* Adjuntar el instrumento y el cuadro de Operacionalización de variables

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA

Por favor marque con una equis (x) la opción que considera debe aplicarse a cada ítem y realice de ser necesaria sus observaciones.

Ítem	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
El personal del Hotel "El Edén" me atienden con cortesia.	X			
En el hotel me brindan una atención muy personal.	X			
El personal del hostal siempre está atento a mis necesidades.	X			
Los datos y la información sobre la estadía del cliente son tomadas con discreción.	X			
El personal del hostal trata con sensatez al brindar su servicio.	X			
Considera que la ubicación del hostal es la más apropiada.	X			
Cuando necesita ayuda, siente toda la confianza de acudir al personal del hostal para que se haga cargo de su requerimiento.	X			
El comportamiento del personal transmite confianza.	X			
Confía en la integridad del personal que trabaja en el hotel.	X			

El personal es competente y profesional.	X			
El ambiente que hay en el hotel le hace sentir cómodo(a) y en confianza.	X			
El hospedaje cuenta con instalaciones modernas y atractivas	X			
La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante mi estancia.	X			
Los equipos que se encuentran en cada habitación están en buen estado.	X			
Me siento seguro de dejar mis pertenencias en la habitación.	X			
Confío en que no entrará al hospedaje alguien que no esté autorizado para hacerlo.	X			
El Hotel cuenta con sistemas de seguridad dentro y fuera de las instalaciones.	X			
Las instalaciones del Hotel siempre están limpias.	X			
El personal se preocupa porque su habitación este limpia.	X			
Las sábanas del dormitorio son cambiadas diariamente.	X			
Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.	X			
Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.	X			
Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida.	X			
Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.	X			
Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.	X			
Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el Hotel.	X			
Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.	X			
Tienes por costumbre saludar a los clientes.	X			
¿Te sientes satisfecho con lo que el Hostal te ofrece?	X			
¿En un conflicto laboral analiza usted las causas del mismo?	X			
Cree usted que en un conflicto es mejor escoger la mejor alternativa que convenga a las partes.	X			
¿En un momento de estrés es mejor calmarse para entender el conflicto?	X			
Al hablar de satisfacción de un cliente, crees que él lo relaciona comparando	X			

necesidad, expectativa, ¿y el costo del servicio o producto?	X			
¿Existen clientes exigentes y experimentados?	X			
Crees que al haber más competencia, los precios tienden a bajar.	X			
¿En la actualidad existen en el mercado productos y servicios más competitivos?	X			
Alguna vez has visitado la Plaza de Armas de Bagua Grande?	X			
¿En semana santa se visita la vía crucis masivamente la ciudad?	X			
¿En Bagua Grande existe algún lugar turístico para visitar?	X			
¿Hay movilidad permanente para visitar ese lugar turístico?	X			
¿Has escuchado hablar sobre la Laguna de Burlan?	X			
¿Sabe si existe esta laguna es una de las principales del Perú?	X			
¿Conoces el río Utcubamba y lo navegable que es?	X			
¿Es fácil el acceso a este centro turístico?	X			
¿Cree usted que escuchar las demandas, observaciones y quejas de sus clientes permite fidelizar (captar) al mismo?	X			

Observaciones:

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Fecha: Junio 2018


CPC Luis Apolindo Negro Vásquez
 COP. N° 04 - 3721

Firma del experto
 DNI: 46928685.

CARTILLA DE VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR EXPERTOS N° 3



CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	CP. ING. LILIANA ALVA MARQUEZ
PROFESIÓN	CONTADOR
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO	CONTADOR PÚBLICO
ESPECIALIDAD	CONTADOR
INSTITUCIÓN EN DONDE LABORA	UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL UTEOBAMBA
CARGO	AUDITOR III - OCE UGEL UTEOBAMBA

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDÉN EIRL. BAGUA GRANDE – 2017."

NOMBRE DEL TESISISTA	Ramos Saavedra Ceci del Rosario
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario de tesis sobre la liquidez
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recabar información del cliente referente al servicio recibido y evaluar el nivel de conocimiento del Personal del Hotel "El Edén"

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA UNO DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO RELACIONÁNDOLOS CON LOS INDICADORES Y DIMENSIONES DE LAS VARIABLES.

- Adjuntar el instrumento y el cuadro de Operacionalización de variables

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA

Por favor marque con una equis (x) la opción que considera debe aplicarse a cada ítem y realice de ser necesaria sus observaciones.

Ítem	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
El personal del Hotel "El Edén" me atienden con cortesía.	X			
En el hotel me brindan una atención muy personal.	X			
El personal del hostel siempre está atento a mis necesidades.	X			
Los datos y la información sobre la estadía del cliente son tomadas con discreción.	X			
El personal del hostel trata con sensatez al brindar su servicio.	X			
Considera que la ubicación del hostel es la más apropiada.	X			
Cuando necesita ayuda, siente toda la confianza de acudir al personal del hostel para que se haga cargo de su requerimiento.	X			
El comportamiento del personal transmite confianza.	X			
Confía en la integridad del personal que trabaja en el hotel.	X			

El personal es competente y profesional.	X			
El ambiente que hay en el hotel le hace sentir cómodo(a) y en confianza.	X			
El hospedaje cuenta con instalaciones modernas y atractivas	X			
La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante mi estancia.	X			
Los equipos que se encuentran en cada habitación están en buen estado.	X			
Me siento seguro de dejar mis pertenencias en la habitación.	X			
Confío en que no entrará al hospedaje alguien que no esté autorizado para hacerlo.	X			
El Hotel cuenta con sistemas de seguridad dentro y fuera de las instalaciones.	X			
Las instalaciones del Hotel siempre están limpias.	X			
El personal se preocupa porque su habitación este limpia.	X			
Las sábanas del dormitorio son cambiadas diariamente.	X			
Se usa ambientadores de agradable aroma en la habitación.	X			
Los servicios que brinda el hospedaje funcionan generalmente con rapidez.	X			
Si requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hostal, sé que me ayudarán a conseguirlo de una manera rápida.	X			
Si se siento delicado de salud, sé que me atenderán con rapidez.	X			
Si la habitación asignada no es de su agrado, le permiten cambiarme de habitación.	X			
Le mantienen informado acerca de los servicios que brinda el Hotel.	X			
Me brindan información acerca de los lugares o atractivos turísticos que hay en la ciudad.	X			
Tienes por costumbre saludar a los clientes.	X			
¿Te sientes satisfecho con lo que el Hostal te ofrece?	X			
¿En un conflicto laboral analiza usted las causas del mismo?	X			
Cree usted que en un conflicto es mejor escoger la mejor alternativa que convenga a las partes.	X			
¿En un momento de estrés es mejor calmarse para entender el conflicto?	X			
Al hablar de satisfacción de un cliente, crees que él lo relaciona comparando	X			

necesidad, expectativa, ¿y el costo del servicio o producto?	X		
¿Existen clientes exigentes y experimentados?	X		
Crees que al haber más competencia, los precios tienden a bajar.	X		
¿En la actualidad existen en el mercado productos y servicios más competitivos?	X		
Alguna vez has visitado la Plaza de Armas de Bagua Grande?	X		
¿En semana santa se visita la vía crucis masivamente la ciudad?	X		
¿En Bagua Grande existe algún lugar turístico para visitar?	X		
¿Hay movilidad permanente para visitar ese lugar turístico?	X		
¿Has escuchado hablar sobre la Laguna de Burlan?	X		
¿Sabe si existe esta laguna es una de las principales del Perú?	X		
¿Conoces el río Utcubamba y lo navegable que es?	X		
¿Es fácil el acceso a este centro turístico?	X		
¿Cree usted que escuchar las demandas, observaciones y quejas de sus clientes permite fidelizar (captar) al mismo?	X		

Observaciones:

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Fecha: Junio 2018



Firma del experto
DNI: 70084597

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, Jaime Laramie Castañeda Gonzales, Docente del curso de Desarrollo del Proyecto de Investigación, y revisor del trabajo académico (Tesis) titulado:

IMPLEMENTAR UN PLAN ESTRATEGICO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDEN I.E.R.L., BAGUA GRANDE - 2017.

Del Bachiller de la Escuela Profesional de Contabilidad:

RAMOS SAAVEDRA CECI DEL ROSARIO

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud 23 %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencias irrelevantes que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 3 de agosto del 2018



Mg. Jaime Laramie Castañeda Gonzales
Docente



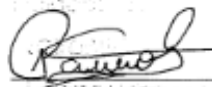
**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 2 de 2

Yo Ramos Saavedra Ceci del Rosario, identificada con DNI N° 44329125 egresada de la Escuela de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo, autorizo (), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: **PROGRAMA DE CAPACITACION EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL HOTEL EL EDEN EIRL BAGUA GRANDE - 2017**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....


FIRMA

DNI: 44329125

FECHA: 04 de julio de 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
EP DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

RAMOS SAAVEDRA CECI DEL ROSARIO

INFORME TITULADO:

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS HOTELEROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD
DEL HOTEL EL EDÉN EIRL. BAGUA GRANDE-2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

CONTADOR PÚBLICO

SUSTENTADO EN FECHA: 22/01/2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR MAYORÍA



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN