

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Administración y Sistemas**



**TESIS**

Habilidades blandas y atención al cliente en los hoteles de la  
provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

**Para Optar** : El Título Profesional de Licenciada en Administración

**Autor(es)** : Bach. Vanessa Katherine Rejas Gutierrez

Bach. Magaly Sanchez Lopez

**Asesor** : Mtro. Ivo Genaro Guevara Sinchez

**Línea de investigación** : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

**Institucional**

**Fecha de inicio y** : Del 15/08/2023 al 14/08/2024

**culminación**

Huancayo – Perú

2024

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**TESIS**

**HABILIDADES BLANDAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS  
HOTELES DE LA PROVINCIA DE HUAMANGA EN  
AYACUCHO, 2023**

**PRESENTADO POR:**

Bach. Vanessa Katherine Rejas Gutiérrez  
Bach. Magaly Sánchez López

**PARA OPTAR EL TITULO DE:**

Licenciado en Administración

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**  
**APROBADO POR LOS SIGUIENTES JURADOS:**

DECANO : .....  
DR. AGUEDO ALVINO BEJAR MORMONTOY

PRIMER MIEMBRO : .....  
DR. MAITA FRANCO ABDON CASIANO

SEGUNDO MIEMBRO : .....  
DR. RODRIGUEZ CASAS JOSE LUIS

TERCER MIEMBRO : .....  
MG. PAUCAR HINOSTROZA PEDRO

Huancayo 21 de marzo del 2024

**HABILIDADES BLANDAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE HUAMANGA EN  
AYACUCHO, 2023**

**ASESOR**  
**MTRO. IVO GENARO GUEVARA SINCHÉZ**

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres quienes nos han brindado todo el apoyo necesario para salir adelante cada día y a nuestros amigos quienes nos han apoyado durante el curso de la carrera profesional.

**Vanessa y Magaly**

### **AGRADECIMIENTO**

A la universidad Peruana los Andes y a los hoteles ubicados en la provincia de Huamanga en Ayacucho por permitir el desarrollo de la presente investigación.

**Los autores**

## CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0128 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

**Habilidades blandas y atención al Cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023**

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : BACH. REJAS GUTIERREZ VANESSA KATHERINE  
 BACH. SANCHEZ LOPEZ MAGALY

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Académica : ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

Asesor(a) : MTRO. GUEVARA SINCHES IVO GENARO

Fue analizado con fecha **05/03/2024**; con **88 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de **17 %**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 05 de marzo de 2024.



MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI  
 JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

## CONTENIDO

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS .....	2
ASESOR .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
CONTENIDO .....	viii
CONTENIDO DE TABLAS .....	xi
CONTENIDO DE FIGURAS .....	xii
RESUMEN .....	xiii
ABSTRAC .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	xv
CAPÍTULO I .....	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	17
1.1 Descripción de la realidad problemática .....	17
1.2 Delimitación de la investigación .....	18
1.2.1 Delimitación espacial .....	18
1.2.2 Delimitación temporal .....	18
1.2.3 Delimitación conceptual y temática .....	18
1.3 Formulación del problema .....	18
1.3.1 Problema general .....	18
1.3.2 Problemas específicos .....	18
1.4 Justificación de la investigación .....	19
1.4.1 Justificación social .....	19
1.4.2 Justificación teórica .....	19
1.4.3 Justificación metodológica .....	19
1.5 Objetivos de la investigación .....	19
1.5.1 Objetivo general .....	19
1.5.2 Objetivos específicos .....	20
CAPÍTULO II .....	21
MARCO TEORICO .....	21
2.1 Antecedentes de la investigación (nacionales e internacionales) .....	21
2.1.1 Nacionales .....	21
2.1.2 Internacionales .....	23



2.2 Bases teóricas o científicas .....	26
2.2.1 Variable 1: Habilidades blandas .....	26
2.2.2 Variable 2: Atención al cliente .....	27
2.3 Marco conceptual.....	28
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>30</b>
<b>HIPOTESIS.....</b>	<b>30</b>
3.1 Hipótesis general.....	30
3.2 Hipótesis específicas.....	30
3.3 Variables (Definición conceptual y operacional) .....	31
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>33</b>
<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>33</b>
4.1 Método de investigación .....	33
4.1.1 Método general .....	33
4.1.2 Métodos específicos.....	33
4.2 Tipo de investigación.....	33
4.3 Nivel de investigación.....	33
4.4 Diseño de investigación .....	34
4.5 Población y muestra.....	34
4.5.1 Población.....	34
4.5.2 Muestra .....	34
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	36
4.6.1 Técnicas .....	36
4.6.2 Instrumentos.....	36
4.6.3 Validez y Confiabilidad de los instrumentos .....	37
4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	37
4.8 Aspectos éticos de la investigación.....	38
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>39</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>39</b>
5.1 Descripción de resultados .....	39
5.2 Contrastación de hipótesis .....	47
5.2.1 Hipótesis general.....	47
5.2.2 Hipótesis específicas.....	48
<b>ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>51</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>53</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>54</b>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
ANEXOS .....	58
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	59
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables.....	60
Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento .....	62
Anexo 4: Instrumentos de investigación.....	64
Anexo 5: Validez del instrumento .....	66
Anexo 6: Base de datos.....	72
Anexo 7: Consentimiento informado.....	76
Anexo 8: Fotografías.....	85

**CONTENIDO DE TABLAS**

Tabla 1 Población .....	34
Tabla 3 Resultado de investigación sobre las habilidades blandas .....	39
Tabla 4 Resultado de investigación sobre el liderazgo .....	40
Tabla 5 Resultado de investigación sobre el trabajo en equipo .....	41
Tabla 6 Resultado de investigación sobre la toma de decisiones .....	42
Tabla 7 Resultado de investigación sobre la atención al cliente.....	43
Tabla 8 Resultado de investigación sobre la comunicación clara.....	44
Tabla 9 Resultado de investigación sobre la comunicación empática.....	45
Tabla 10 Resultado de investigación sobre la comunicación proactiva .....	46
Tabla 11 Escala de correlación .....	47
Tabla 12 Logro del objetivo general .....	47
Tabla 13 Logro del objetivo específico 1 .....	48
Tabla 14 Logro del objetivo específico 2 .....	49
Tabla 15 Logro del objetivo específico 3 .....	50

**CONTENIDO DE FIGURAS**

Figura 1 Resultado estadístico de la tabla 3 .....	39
Figura 2 Resultado estadístico de la tabla 4 .....	40
Figura 3 Resultado estadístico de la tabla 5 .....	41
Figura 4 Resultado estadístico de la tabla 6 .....	42
Figura 5 Resultado estadístico de la tabla 7 .....	43
Figura 6 Resultado estadístico de la tabla 8 .....	44
Figura 7 Resultado estadístico de la tabla 9 .....	45
Figura 8 Resultado estadístico de la tabla 10 .....	46

## RESUMEN

La investigación denominado Habilidades blandas y atención al cliente en los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023, presento como problema ¿Cómo se relacionan las habilidades blandas con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?, concerniente a ello nos hemos planteado el objetivo de determinar la relación que hay entre las habilidades blandas y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023, para lo cual se ha utilizado el método científico de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel correlacional y diseño no experimental, utilizando una muestra de 90 hoteles ubicados en la provincia de Huamanga, es así que la investigación obtuvo como resultado un nivel de correlación de 0,994 entre las habilidades blandas y la atención al cliente, lo que llevo a concluir que los rasgos de carácter y competencias interpersonales llegan a determinar una buena atención al cliente, por lo tanto se ha recomendado que dentro de cada hotel se debe de realizar capacitaciones y motivaciones que conlleven al personal mejorar el carácter de los trabajadores y les motive a ser pacientes y generar buenos tratos con los clientes.

**Palabras clave:** Liderazgo, trabajo en equipo y toma de decisiones

## ABSTRAC

The research called Soft skills and customer service in hotels in the province of Huamanga in Ayacucho, 2023, presented as a problem How are soft skills related to customer service in hotels in the Province of Huamanga in Ayacucho, 2023? And concerning this we have set the objective of determining the relationship between soft skills and customer service in hotels in the Province of Huamanga in Ayacucho, 2023, for which the scientific method of quantitative approach, applied type, correlational level and non-experimental design has been used, using a sample of 90 workers from different hotels located in the province of Huamanga, the research resulted in a correlation level of 0.994 between soft skills and customer service, which led to the conclusion that character traits and interpersonal skills come to determine good customer service, Therefore, it has been recommended that within each hotel training and motivations should be carried out that lead the staff to improve the character of the workers and motivate them to be patient and generate good deals with customers.

**Keywords:** Leadership, teamwork and decision making

## INTRODUCCIÓN

La investigación presente es titulada *Habilidades blandas y atención al Cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023* el cual presenta como problema la mala atención que se brinda a los clientes en los diferentes hoteles, todo esto causado por que los trabajadores no tienen habilidades blandas como son el liderazgo, el trabajo en equipo, las adecuadas decisiones que se deben de tomar para que toda la labor que desempeñan sea eficiente, y así todo esto va perjudicando al servicio que brindan los hoteles. Por lo tanto, nuestro problema fue ¿Cómo se relacionan las habilidades blandas con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023? y en función a ello nos planteamos el objetivo de determinar la relación que hay entre las habilidades blandas y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023, la metodología científica cuyo enfoque fue el cuantitativo, de tipo aplicada, nivel correlacional, y diseño no experimental, asimismo, la población estuvo conformada por los 106 hoteles ubicados en la Provincia de Huamanga, en el cual la muestra fue de 90 hoteles en donde fue empleado el instrumento de investigación, asimismo todo el proyecto de investigación está dividido en los siguientes capítulos:

En el capítulo I se encuentra detallado la descripción de la problemática presente, los cuales detallan el origen, las causas, consecuencias y el pronóstico del tiempo, asimismo menciona las delimitaciones y las justificaciones que encaminan el desarrollo de la investigación. En el capítulo II se encuentra detallado el marco teórico en el cual se presenta todo tipo de información relevante sobre las variables de estudio y también se encuentran los antecedentes de investigación, los cuales son investigaciones que tienen una o dos variables similares a la presente. En el capítulo III se encuentra la hipótesis de la investigación y el cuadro de operacionalización de las variables de estudio. En el capítulo IV se encuentra la

metodología, el cual menciona el tipo, nivel, diseño y señala el tamaño de la población y de la muestra de investigación, asimismo se muestra los aspectos éticos mencionados a través de la Universidad Peruana los Andes. En el capítulo V, se señalan los resultados de la investigación y los niveles de correlación que se han obtenido entre variables y dimensiones, finalmente se adjuntan los anexos empleados.

**Los autores**



## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Descripción de la realidad problemática

La problemática que presenta la investigación estudiada es la mala atención que se le está brindando a los clientes en los diferentes hoteles ubicados en la provincia de Huamanga en el departamento de Ayacucho, ya que muchos de los clientes consideran que no han sido tratados de forma correcta por lo que mencionan que no se les brinda la información necesaria de los servicios que ofrecen los hoteles y lo que va y no va incluido en el precio que está en sus tarifas, asimismo consideran que los trabajadores son muy serios por lo que no les genera confianza, para solventar cualquier duda, también consideran que no tienen la capacidad para tratar con clientes del extranjero, y con clientes de bajos recursos, mencionan que hacen diferencias en el trato que les dan, por lo que es su descontento al adquirir los servicios de los hoteles.

Las causas que generan la problemática presente, es que los hoteles no están realizando capacitaciones a su personal y dentro de ello no tienen contratado personal capacitado que cuente con habilidades blandas conocidas como el liderazgo y que fomente el trabajo en equipo, dentro de la organización, asimismo se ve que otra de las causas son las malas decisiones que se toman el cual se ve reflejado en la poca clientela que tienen los hoteles y aun mas los hoteles de 5 y 3 estrellas las cuales deberían ser las más solicitadas sin embargo hoy en día no lo son.

Por lo tanto, toda esta problemática está trayendo consigo consecuencias que son perjudiciales no solo para los hoteles, también para la población ya que la mala atención al cliente está generando que disminuya el turismo y esto afecta de manera genérica a toda la provincia de Huamanga.

Es así que consideramos que las habilidades blandas establecidas dentro de los hoteles son un medio eficaz para mejorar la calidad de atención al cliente, por lo que nuestro objetivo

es determinar la relación que hay entre las habilidades blandas y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, para así lograr el propósito de la investigación y proponer las recomendaciones necesarias para que los hoteles mejoren y generen mayores atractivos para el turismo.

## **1.2 Delimitación de la investigación**

### **1.2.1 Delimitación espacial**

La investigación se llevó a cabo en los hoteles que se encuentran ubicados en la provincia de Huamanga en el departamento de Ayacucho.

### **1.2.2 Delimitación temporal**

Se tomó información del periodo actual 2023

### **1.2.3 Delimitación conceptual y temática**

La investigación tematizó información sobre las habilidades blandas que se encuentra vinculado con el liderazgo, el trabajo en equipo y la toma de decisiones, asimismo se tematizará la atención al cliente el cual se encuentra vinculado con la comunicación clara, empática y proactiva, por lo que esta información será de gran ayuda para el desarrollo de toda la investigación.

## **1.3 Formulación del problema**

### **1.3.1 Problema general**

¿Cómo se relacionan las habilidades blandas con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?

### **1.3.2 Problemas específicos**

1. ¿Cómo se relacionan el liderazgo con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?

2. ¿Cómo se relacionan el trabajo en equipo con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?
3. ¿Cómo se relacionan la toma de decisiones con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **1.4.1 Justificación social**

El beneficiario con el desarrollo de la investigación será el cliente ya que al mejorar e implementar las habilidades blandas, el personal podrá brindar un mejor servicio al cliente, por lo que el cliente encontrará toda la satisfacción y beneficios por contar con el servicio de los hoteles de la provincia de Huamanga.

### **1.4.2 Justificación teórica**

Teóricamente la investigación presenta bases teóricas científicas y plasmadas en libros de los cuales se ha extraído las partes más resaltantes para la realización de la presente investigación sobre las habilidades blandas y la atención al cliente.

### **1.4.3 Justificación metodológica**

La investigación fue de método científico de enfoque cuantitativo, ya que presenta dos variables de estudio, de los cuales se ha elaborado dos instrumentos de investigación que fueron medibles para la obtención de los resultados.

## **1.5 Objetivos de la investigación**

### **1.5.1 Objetivo general**

Determinar la relación que hay entre las habilidades blandas y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

1. Determinar la relación que hay entre el liderazgo y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.
2. Determinar la relación que hay entre el trabajo en equipo y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.
3. Determinar la relación que hay entre la toma de decisiones y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEORICO

#### 2.1 Antecedentes de la investigación (nacionales e internacionales)

##### 2.1.1 Nacionales

Pinedo (2021) en su investigación refiere lo siguiente

Fue titulado “*Habilidades blandas y servicio al cliente en la empresa Constructora del Oriente E y KSAC Tarapoto – 2021*”, elaborado en la Universidad Cesar Vallejo para optar el grado de maestro en administración de negocios, el objetivo fue determinar la relación entre habilidades blandas y servicio al cliente en la empresa Constructora del Oriente E y K S.A.C, Tarapoto – 2021. Es de tipo básica y diseño no experimental de nivel correlacional, cuya población y muestra es de 30 clientes externos, concluye que ambas variables representan una correlación positiva moderada; demostrando que las habilidades blandas influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa.

Flores & Vigil (2021) en su investigación refiere lo siguiente

Fue titulado “*Las habilidades blandas y su orientación hacia la gestión de calidad en el nuevo escenario laboral de la empresa agrícola Puemape S.A.C. - Año 2020*”, elaborado en la Universidad Privada Antenor Orrego, para optar el título profesional de licenciado en administración, el objetivo de la investigación fue determinar cómo las habilidades blandas se orientan en la gestión calidad en el nuevo escenario laboral de la empresa agrícola Puemape S.A.C. año 2020. El tipo de estudio es el no experimental, el diseño de estudio es aplicada - correlacional. La población de estudio estuvo conformada por los 21 colaboradores de la empresa agrícola Puemape SAC, se concluyó que las habilidades blandas se orientan

positivamente en la gestión de la calidad en el nuevo escenario laboral de la empresa agrícola Puemape SAC, año 2020.

Hidalgo (2020) en su investigación refiere que

Fue titulado “*Influencia de las habilidades blandas en el desempeño laboral de los trabajadores del programa nacional de asistencia solidaria pensión 65 para la elaboración de la relación bimestral de usuarios RBU*”, elaborado en la Universidad Ricardo Palma para optar el título profesional de licenciado en Administración, La presente investigación tiene como finalidad determinar de qué manera influyen las habilidades blandas en el desempeño laboral de los trabajadores del Programa Nacional de Asistencia Solidaria Pensión 65. Se utilizó el diseño transversal descriptivo porque se indagó la incidencia en dos variables en una población, empleando la técnica de la encuesta anónima para la recopilación de datos. El método fue no experimental. La población está conformada por 40 colaboradores, la muestra fue a 34 trabajadores, concluyendo que los factores que determinan en las habilidades blandas son los estilos comunicativos, resolución de conflicto, la toma de decisiones, la empatía, la influencia y el liderazgo.

Chaca & Contreras (2022) en su investigación refiere lo siguiente

Fue titulada “*Habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto Escuela de Posgrado Huancayo, 2021*”, elaborado en la Universidad Continental, elaborado para optar el grado de maestro en recursos humanos, su objetivo fue determinar el nivel de relación de las Habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto Escuela de Posgrado Huancayo 2021, la investigación se empleó el método descriptivo correlacional. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario, se concluye que demuestra una

correlación positiva y buena, es decir, si las habilidades blandas aumentan significativamente mejora el desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto de la Escuela de Posgrado Huancayo 2021.

Chinchay (2020) en su investigación refiere lo siguiente

Fue titulado “*La calidad del servicio y su relación con las habilidades blandas de los vendedores de la empresa Detecin SAC Lima 2020*”, elaborado en la Universidad Científica del Sur, para optar el título profesional de licenciado en administración, la investigación busco determinar cómo se desarrolla la relación entre la calidad de servicio y las habilidades blandas de los vendedores de la empresa Detecin S.A.C. ubicada en Lima, Perú, empleando un diseño no experimental cuantitativo y de corte transversal correlacional, usando una muestra poblacional de 109 encuestados, concluyendo que se espera que esta investigación impulse la mejora de las relaciones entre los vendedores y clientes; la satisfacción y fidelización de estos últimos; afianzar las barreras de entrada; reducir costos de recuperación de clientes; e incrementar las ventas mediante el desarrollo de habilidades blandas del personal mencionado.

### **2.1.2 Internacionales**

Vargas (2020) en su investigación refiere lo siguiente

Fue titulado “*Las habilidades blandas en los directivos de las empresas del sector turismo de Manizales*”, elaborado en la universidad Nacional de Colombia para optar el grado de maestro en administración, elaborado con el objetivo de generar inquietud en las entidades educativas y en las empresas pertenecientes al sector turístico para profundizar en el impacto de las habilidades blandas, y cómo estas afectan factores relevantes para la permanencia en el mercado y el éxito empresarial, la investigación se realizó por medio del instrumento de Crawford,

aplicado a una muestra de 102 directivos del sector turístico de Manizales, finalmente concluyo que los modelos evaluados permitieron caracterizar las habilidades blandas, y también se encontraron factores complementarios que se usaron en la propuesta del modelo de caracterización, los cuales fueron relevantes para abordar las habilidades blandas como un elemento integral en la gestión personal y empresarial, acompañado de habilidades técnicas, conceptuales o de diseño.

Granda (2018) en su investigación refiere que

Fue titulado “*Habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de ventaja competitiva de las empresas del sector comercialización de electrodomésticos*”, elaborado en la Universidad Simón Bolívar para optar el grado de maestro en administración de empresas, la investigación fue desarrollado con el fin de desarrollar un marco teórico que explica, el uso de habilidades blandas en el servicio al cliente como generadoras de ventajas competitivas. Se utiliza el modelo Servqual para validar la investigación de campo, además se aplica análisis del discurso, para contrastar los resultados cuantitativos, mediante actores calificados, finalmente concluye que el proceso de servicio de estas organizaciones, en cuanto a los aspectos tangibles e intangibles del mismo, hallándose discrepancias entre las expectativas y el servicio prestado que perciben los consumidores.

Chaverra & Méndez (2020) en su investigación refiere lo siguiente

Fue titulado “*Las habilidades blandas como factor de mejora en gestión de las pymes: modelo de negocio para una empresa consultora*”, elaborado en la Universidad Autónoma de Bucaramanga, para optar el grado de magister en administración y dirección de empresas, el fin de esta investigación presenta el plan de negocio con cada uno de sus análisis, que permiten estimar la viabilidad de crear



una empresa consultora dedicada al asesoramiento en la implementación de habilidades blandas, concluye que la empresa Conhábil S.A.S. se constituye como sueño de la autora del proyecto, permitiendo así la puesta en marcha de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la Maestría.

Escamilla (2021) en su investigación refiere que

Fue titulado “*Las habilidades blandas en la mejora del servicio al cliente en el área de ventas de las concesionarias automotrices en el área metropolitana de Monterre*”y, elaborado en la universidad Autónoma de Nuevo León elaborado para obtener el grado de Doctor en filosofía con especialidad en administración, la investigación fue realizada con el fin de investigar la relación de las “soft skills”: hospitalidad, trabajo en equipo, comunicación efectiva, resolución de problemas y la motivación, como impulsoras del servicio al cliente, finalmente concluye que cuando se realizó la aplicación de las encuestas, ese 90% de los colaboradores estaban haciendo un esfuerzo importante para vender de forma remota y/o digital. Por lo que las habilidades mencionadas se tuvieron que acentuar. Las hicieron realidad a través de llamadas o video llamadas, el contacto con el cliente debía ser más estrecho y cálido, cuidando no abrumarlo.

Guerrero (2019) en su investigación refiere lo siguiente

Fue titulado “*Medición automática de habilidades blandas para la validación del perfil de conocimientos de candidatos a puestos de trabajo*”, elaborado en la universidad de estudios unidos de México para optar el maestro en ciencias de la computación, elaborado con el fin de explicar el modelado y desarrollo de un sistema web, en el cual fueron implementados instrumentos realizados por expertos que permiten la evaluación de habilidades blandas, finalmente concluyen que, las pruebas de funcionalidad fueron realizadas mediante una lista de cotejo y una

encuesta, aplicadas a los diez usuarios del sistema para posteriormente mostrar los resultados mediante gráficas de pastel, que son útiles para el análisis de los resultados.

## **2.2 Bases teóricas o científicas**

### **2.2.1 Variable 1: Habilidades blandas**

Castro (2020) menciona que

Las habilidades blandas son habilidades subjetivas que son difíciles de cuantificar, también conocidas como habilidades de las personas o habilidades interpersonales, se relacionan con la forma en que te relacionas e interactúas con otras personas, entre las cuales se encuentran el liderazgo, el trabajo en equipo, la toma de decisiones entre otras. (p.8)

#### **2.2.1.1 Dimensiones de la variable 1**

##### **Dimensión 1: Liderazgo**

Escuela Europea de excelencia (2018) menciona que

El liderazgo es la capacidad que tienen una persona de influir, motivar, organizar y llevar a cabo acciones para lograr sus fines y objetivos que involucren a personas y grupos de un marco de valores, puede desarrollarse de diferentes formas y en situaciones muy diferentes unas de otras, se relaciona de manera muy estrecha con el cambio y con la transformación personal y colectiva. (p.5)

##### **Dimensión 2: Trabajo en equipo**

Churchill (2019) refiere que

Es una manera organizada de trabajar entre varias personas con el fin de alcanzar metas comunes, las habilidades de los integrantes son complementarias, mantienen una responsabilidad individual y mutua, además de un marcado compromiso

común por los objetivos generando una sinergia positiva a través del esfuerzo coordinado de sus integrantes. (p.3)

### **Dimensión 3: Toma de decisiones**

Castro (2020) menciona que

La toma de decisiones es algo se hace en toda la vida cotidiana ya sea de nivel profesional o personal, necesitando en este caso colaboradores que sean solucionadores de problemas, que sepan tomar la decisión correcta aun en situaciones complicadas. (p.6)

#### **2.2.2 Variable 2: Atención al cliente**

Rojas (2022) menciona que

La atención al cliente consiste en dar soporte al consumidor, resolver sus problemas y en consecuencia velar por su satisfacción, para ofrecer un buen servicio al cliente, es fundamental que tu equipo este bien preparado para garantizar una comunicación clara, humana, empática y proactiva con los clientes. (p.10)

##### **2.2.2.1 Dimensiones de la variable 2**

#### **Dimensión 1: Comunicación clara**

Rojas (2022) menciona que

La comunicación clara es un instrumento que ayuda a acercar la administración a los ciudadanos generando relaciones de confianza con ellos a través del esfuerzo que hacemos para que nuestras políticas y procedimientos sean comprensibles para la mayoría, y por lo tanto les faciliten su interacción diaria con nosotros. (p.11)

#### **Dimensión 2: Comunicación empática**

Rojas (2022) menciona que

La comunicación empática es posible cuando la persona es capaz de darse cuenta de las diferentes formas en que la gente siente las cosas y comprende la perspectiva del otro y comienza a saber escuchar, guiada en base a tres elementos principales, la transparencia, el autocontrol y la aceptación incondicional. (p.11)

### **Dimensión 3: Comunicación proactiva**

Polanco (2018)

La comunicación proactiva se da con el finde interactuar con el público para provocar en él, un estado mayor de análisis y comprensión de los mensajes, es proveer a los clientes de información y experiencias que realmente les interesa en el momento y lugar idóneo, la clave reside en generar historias atractivas que aporten valor y que propicien continuas conversaciones en todos los lugares y ambientes posibles. (p.2)

### **2.3 Marco conceptual**

1. **Habilidades blandas:** Son aquellas habilidades que tienen las personas de forma natural, o porque han sido formados así, el cual trae grandes beneficios si estas habilidades se explotan a favor de los demás.
2. **Liderazgo:** Es cuando una persona forma a los demás instruyéndolos con ejemplos y guiándolos de la mano.
3. **Trabajo en equipo:** Es el esfuerzo que demuestran un grupo de personas que emplean sus ideas y habilidades individuales para ser usados en un solo fin.
4. **Toma de decisiones:** Son las decisiones que se toman para poder mejorar una idea y poder llevarlo a cabo.
5. **Atención al cliente:** Es el trato que se le da al cliente cuando este solicita un servicio y realiza una determinada compra.

6. **Comunicación clara:** Son las ideas claras y concisas que revelan toda la información para que el usuario quede satisfecho al escucharlas y no tenga ninguna duda
7. **Comunicación empática:** Es ponerse en el lugar del otro para poder comprender sus necesidades
8. **Comunicación proactiva:** Es aquella comunicación que se realiza para mantener la charla con el cliente y que este se sienta interesado en seguir informándose.

## **CAPÍTULO III**

### **HIPOTESIS**

#### **3.1 Hipótesis general**

Las habilidades blandas se relacionan directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

#### **3.2 Hipótesis específicas**

1. El liderazgo se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023
2. El trabajo en equipo se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023
3. La toma de decisiones se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

### 3.3 Variables (Definición conceptual y operacional)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Habilidades blandas	Castro (2020) menciona que “Las habilidades blandas son habilidades subjetivas que son difíciles de cuantificar, también conocidas como habilidades de las personas o habilidades interpersonales, se relacionan con la forma en que te relacionas e interactúas con otras personas, entre las cuales se encuentran el liderazgo, el trabajo en equipo, la toma de decisiones entre otras”. (p.8)	Se realizó una escala de tipo Likert compuesta por 9 preguntas, para medir las siguientes dimensiones: El liderazgo, el trabajo en equipo y la toma de decisiones.	D1: Liderazgo	Capacidad	Escala ordinal
				Motivación	
				Organización	
			D2: Trabajo en equipo	Alcance de metas	
				Responsabilidad individual	
				Compromiso común	
			D3: Toma de decisiones	Decisiones profesionales	
				Solución de problemas	
				Situaciones complicadas	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Atención al cliente	Rojas (2022) menciona que “La atención al cliente consiste en dar soporte al consumidor, resolver sus problemas y en consecuencia velar por su satisfacción, para ofrecer un buen servicio al cliente, es fundamental que tu equipo este bien preparado para garantizar una comunicación clara, humana, empática y proactiva con los clientes”. (p.10)	Se realizo una escala de tipo Likert compuesto por 9 preguntas, para medir las siguientes dimensiones: La comunicación clara, empática, y proactiva	D1: Comunicación clara	Administración	Escala ordinal
				Relaciones de confianza	
				Esfuerzo	
			D2: Comunicación empática	Comprensión	
				Perspectiva	
				Autocontrol	
			D3: Comunicación proactiva	interactuar	
				Experiencias	
				Conversación atractiva	



## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGIA**

#### **4.1 Método de investigación**

##### **4.1.1 Método general**

El método general para la investigación fue el método científico

“El método científico es el camino a seguir mediante una serie de operaciones prefijadas los cuales nos permiten alcanzar un resultado” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p.23)

##### **4.1.2 Métodos específicos**

###### **Método inductivo**

“El método inductivo analiza los casos particulares a partir de los cuales se extraen conclusiones de carácter general” (Valderrama, 2017,p.62).

###### **Método deductivo**

“El método deductivo parte de una premisa general para sacar conclusiones de un caso en particular” (Valderrama, 2017,p.61).

#### **4.2 Tipo de investigación**

La investigación fue una investigación de tipo aplicada

“La investigación aplicada tiene propósitos prácticos, se interesa en la aplicación de conocimientos teóricos para solucionar problemas específicos de la vida cotidiana generando bienestar a la sociedad” (Valderrama & Jaimes, 2019, p.250).

#### **4.3 Nivel de investigación**

El nivel de investigación empleado fue el correlacional

Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018), menciona que

El nivel correlacional es aquella que va más allá de la descripción de fenómenos o conceptos, o del solo establecimiento de la relación de conceptos, este nivel busca responder las causas de los eventos o sucesos que se están estudiando, explicando de

forma clara la influencia de una variable sobre la otra debido a su nivel de relación.  
(p.105)

#### 4.4 Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue el diseño no experimental

“La investigación no experimental es cuando no se manipulan ninguna variable independiente, para ver sus efectos en la variable dependiente, lo que hace es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (Valderrama & Jaimes, 2019, p.254).

#### 4.5 Población y muestra

##### 4.5.1 Población

“Es conocida también como el universo poblacional ,un conjunto finito o infinito de los elementos que la componen, tales como personas que tienen características comunes, sobre los cuales se realiza la investigación” (Valderrama & Jaimes, 2019, p. 255).

Los hoteles ubicados en la provincia de Huamanga, considerando entre ellas las empresas jurídicas, son 106 en toda la provincia de Huamanga. Según el informe emitido por la SUNAT, Dicho documento se encuentra adjunto en el anexo 7

Tabla 1  
Población

<b>HOTELES EN LA PROVINCIA DE HUAMANGA - AYACUCHO</b>	
<b>N°</b>	<b>HOTELES</b>
106	PERSONAS JURIDICAS SEGÚN SUNAT

Nota: registran como actividad económica al código 5510 (Actividades de alojamiento para estancias cortas) SUNAT

##### 4.5.2 Muestra

El muestreo fue, el probabilístico Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018), menciona que

Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo o análisis. (p.175)

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Valor de la población

Z = Valor crítico correspondiente un coeficiente

p = Proporción proporcional de ocurrencia de un evento

q = Proporción proporcional de no ocurrencia de un evento

E = Error muestral

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

### **Cálculo de la fórmula**

(N= 106)

Z= para un nivel de confianza del 95% =1.96

p= 0.5

q= 0.5

E= 5% = 0.05

$n = \frac{1.96 \times 1.96 \times 0.5 \times 0.5 \times 106}{0.05^2 (106 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$	= <b>89.78</b>
---	----------------

$$0.05 \times 0.05 (106-1) + 1.96 \times 1.96 \times 0.5 \times 0.5$$

La muestra lo representan 90 hoteles.

**CRITERIOS DE INCLUSION:** Teniendo el tamaño de la muestra, se incluyen a los hoteles más reconocidos y del cual se va encuestar a la persona que trabaja directamente con los clientes (Administrador u hotelero)

**CRITERIOS DE EXCLUSION:** Aquí se encuentran los 16 hoteles que no están dentro de la muestra en el cual se encuentran los hoteles menos cotizados por los clientes.

#### **4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **4.6.1 Técnicas**

Dentro de la investigación se empleó la encuesta como técnica

“Es una técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigado” (Carrasco, 2016, p.314)

##### **4.6.2 Instrumentos**

Dentro de la investigación se empleó el cuestionario como instrumento de recolección de datos

“Explica el proceso para elaborar un instrumento de medición y las principales alternativas para recolectar datos, (Se basa en preguntas que pueden ser cerradas o abiertas, sus preguntas pueden ser auto administrados, entrevista personal o telefónica, vía internet)” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.196).

### 4.6.3 Validez y Confiabilidad de los instrumentos

#### 4.6.3.1 Validez

Para la valides de los instrumentos de investigación, se proporcionó los instrumentos a tres jurados que son profesionales contables, quienes calificaron su contenido, otorgando la validez del mismo, luego que el proyecto de investigación fue aprobado.

#### 4.6.3.2 Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos, se analizó con el estadístico Alpha de Cronbach los datos recaudados de las encuestas realizadas a nuestros sujetos de muestra en los cuales los resultados fueron los siguientes:

Para la variable Habilidades blandas

<b>Alpha de Cronbach</b>	
Grado de confiabilidad	0,976
Tamaño de la muestra	90
Numero de preguntas	9

Para la variable atención al cliente

<b>Alpha de Cronbach</b>	
Grado de confiabilidad	0,865
Tamaño de la muestra	90
Numero de preguntas	9

### 4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se utilizó: la estadística descriptiva, la distribución de frecuencias explicadas en tablas y figuras, con sus respectivas interpretaciones.

La estadística inferencial, para la correlación y la prueba de hipótesis con el estadístico Rho de Spearman, por contar con una muestra 90 sujetos de análisis, asimismo después de determinar la correlación que tienen una variable con la otra.

#### **4.8 Aspectos éticos de la investigación**

La investigación fue realizada tomando en cuenta el Reglamento General de la investigación de la Universidad Peruana los Andes. Según lo estipulado en el artículo 27° donde se establecen los principios que rigen la actividad investigativa podemos decir que la presente investigación es realizada tomando en cuenta el cumplimiento de dichos principios tales como que la investigación fue ejecutada en el tiempo que provee al Universidad, se respetó el anonimato de los involucrados en la presente, la participación de los encuestados fue realizada de manera voluntaria, la investigación no perjudica a ninguna persona ni entidad pública.

Asimismo, según el artículo 28° donde se establecen las normas de comportamiento ético de quienes investigan, podemos resaltar que, la investigación fue realizada teniendo el consentimiento de los hoteles ubicados en la provincia de Huamanga, así como lo demostramos en el anexo 5, se respetó los plazos establecidos para la elaboración de la investigación la cual se establecen en las resoluciones emitidas por la Universidad Peruana los Andes, se garantiza la originalidad de todo el proceso de investigación, asimismo, nos hacemos responsables ante cualquier inconveniente que se pudiera presentar y finalmente ponemos en consideración la publicación de los hallazgos encontrados de manera abierta y completa.

## CAPÍTULO V

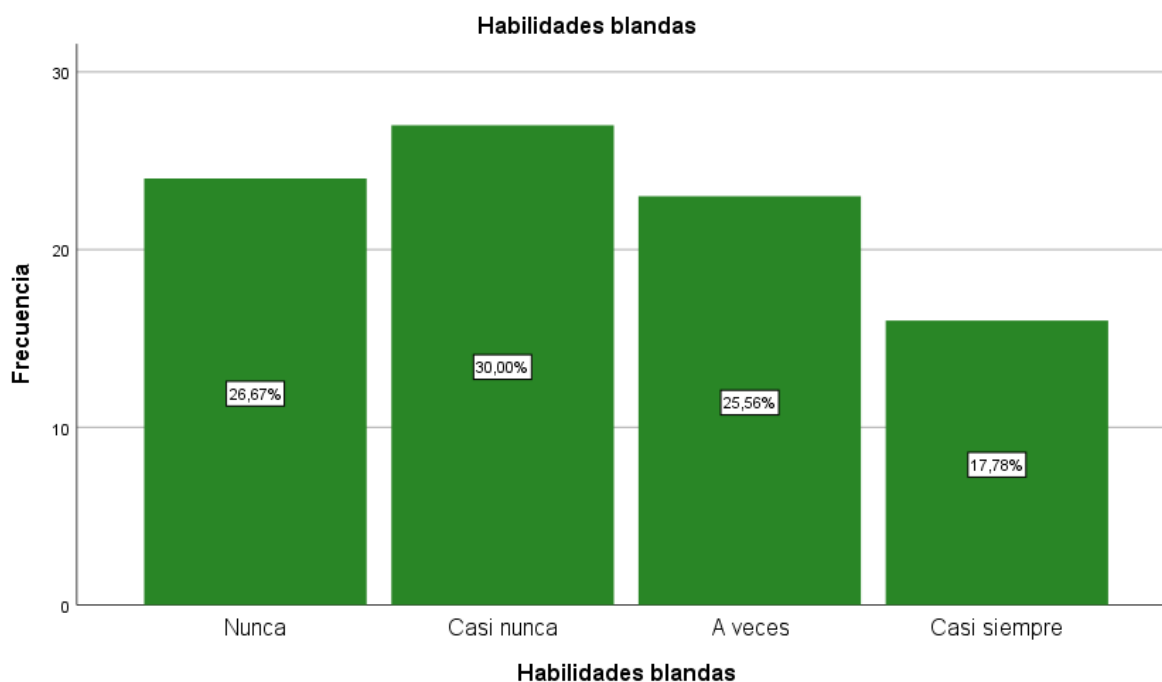
### RESULTADOS

#### 5.1 Descripción de resultados

Tabla 2  
Resultado de investigación sobre las habilidades blandas

<b>HABILIDADES BLANDAS</b>	
<b>VALIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Nunca	24
Casi nunca	27
A veces	23
Casi siempre	16
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 1  
Resultado estadístico de la tabla 3



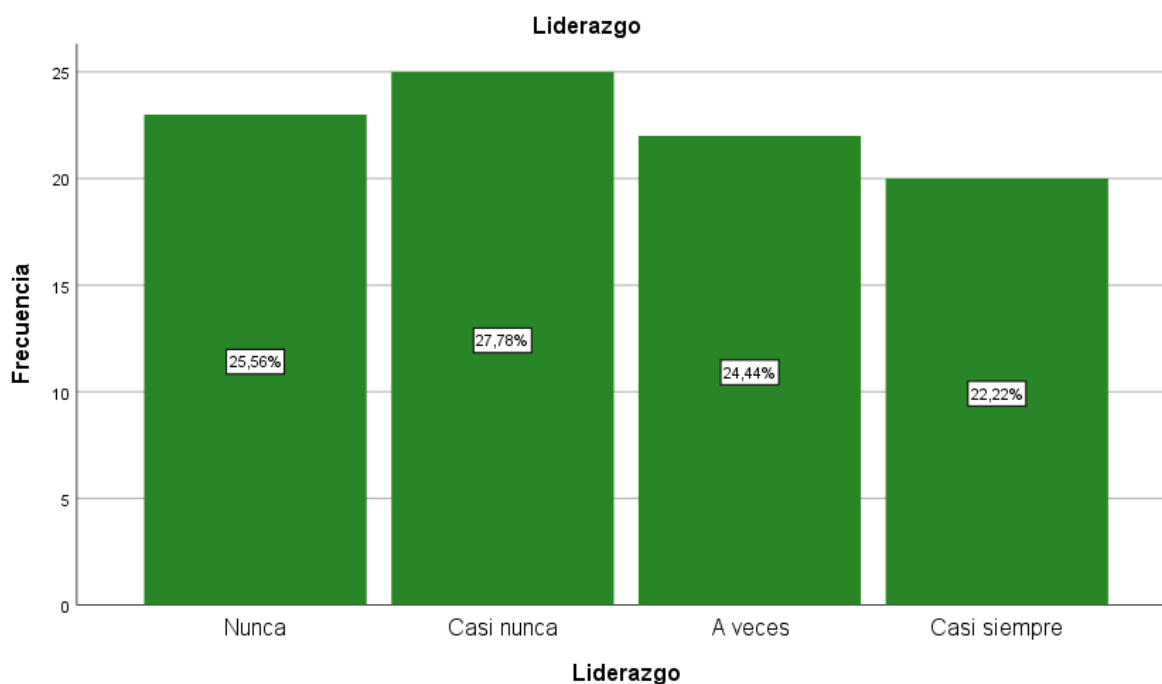
Los resultados de las encuestas realizadas sobre las habilidades blandas dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, demostraron que el 30% de personas encuestadas manifestaron que casi nunca se ha empleado una estrategia para mejorar el carácter que tienen los trabajadores al interactuar con los clientes, por otro lado el 18% manifestó que

este comportamiento casi siempre es el mismo, y que la gerencia hasta hoy en día no ha tomado en cuenta la importancia de una mejora al respecto.

Tabla 3  
Resultado de investigación sobre el liderazgo

<b>LIDERAZGO</b>	
<b>VALIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Nunca	23
Casi nunca	25
A veces	22
Casi siempre	20
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 2  
Resultado estadístico de la tabla 4



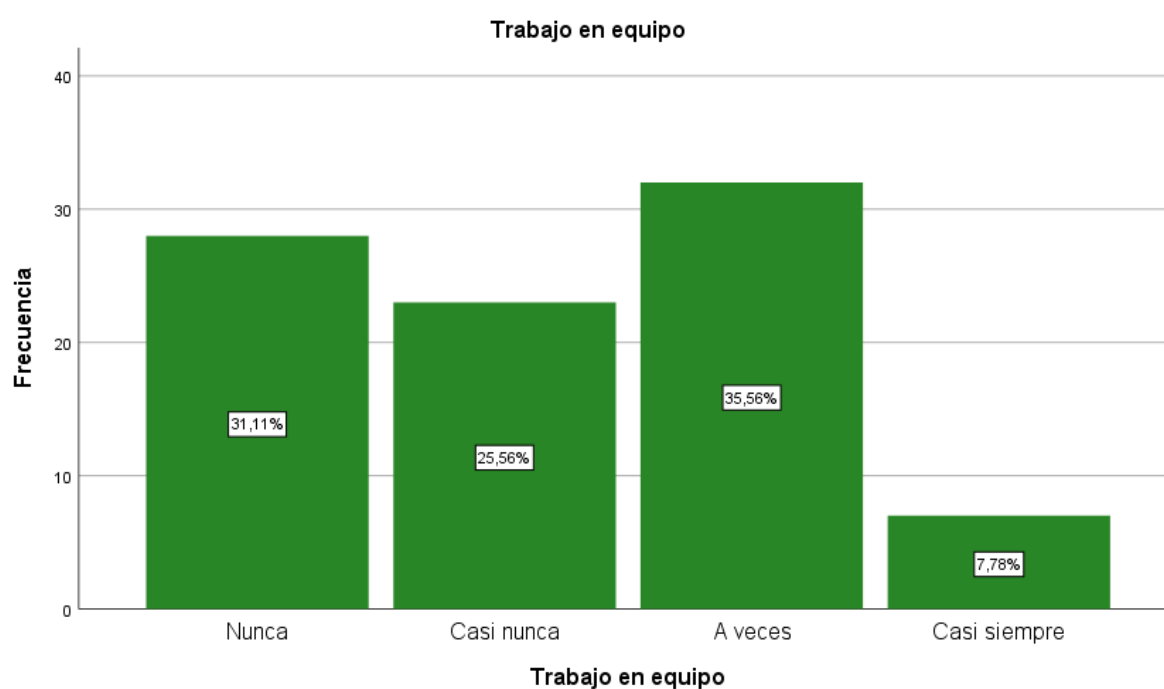
Los resultados de las encuestas realizadas sobre el liderazgo dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, demostraron que el 28% de personas encuestadas manifestaron que casi nunca se ha tenido un líder permanente dentro de la empresa hotelera, por otro lado, el 22% manifestó que casi siempre la importancia de un líder pasa a segundo plano.



Tabla 4  
Resultado de investigación sobre el trabajo en equipo

<b>TRABAJO EN EQUIPO</b>	
<b>VALIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Nunca	28
Casi nunca	23
A veces	32
Casi siempre	7
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 3  
Resultado estadístico de la tabla 5

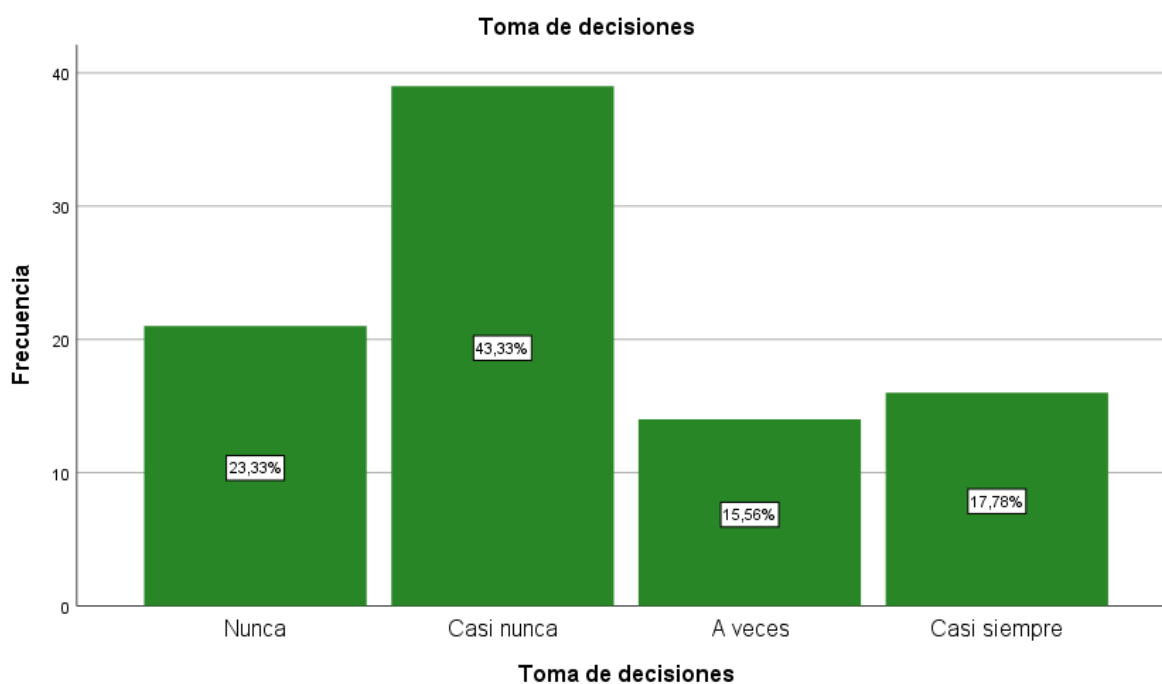


Los resultados de las encuestas realizadas sobre el trabajo en equipo dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, demostraron que el 36% de personas encuestadas manifestaron que a veces existe el interés de parte de los trabajadores de desarrollar trabajos conjuntos, sin embargo, el 8% manifestó que casi siempre los trabajadores desempeñan su labor de manera independiente.

Tabla 5  
Resultado de investigación sobre la toma de decisiones

<b>TOMA DE DECISIONES</b>	
<b>VALIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Nunca	21
Casi nunca	39
A veces	14
Casi siempre	16
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 4  
Resultado estadístico de la tabla 6

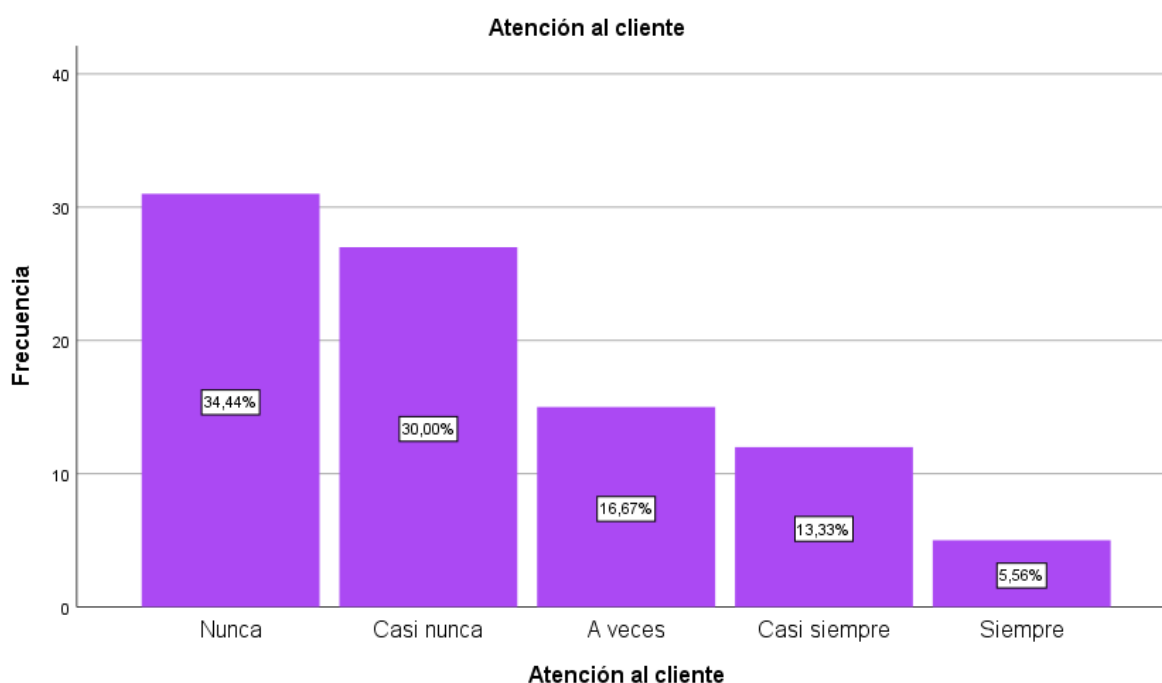


Los resultados de las encuestas realizadas sobre la toma de decisiones dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, demostraron que el 43% de personas encuestadas manifestaron que casi nunca se han tomado buenas decisiones que ayuden a la empresa a crecer y a expandirse, por otro lado, el 16% manifestó que solamente a veces las decisiones tomadas por parte de la gerencia son aplicadas y desarrolladas, pero no en su totalidad.

Tabla 6  
Resultado de investigación sobre la atención al cliente

ATENCIÓN AL CLIENTE	
VALIDO	FRECUENCIA
Nunca	31
Casi nunca	27
A veces	15
Casi siempre	12
Siempre	5
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 5  
Resultado estadístico de la tabla 7

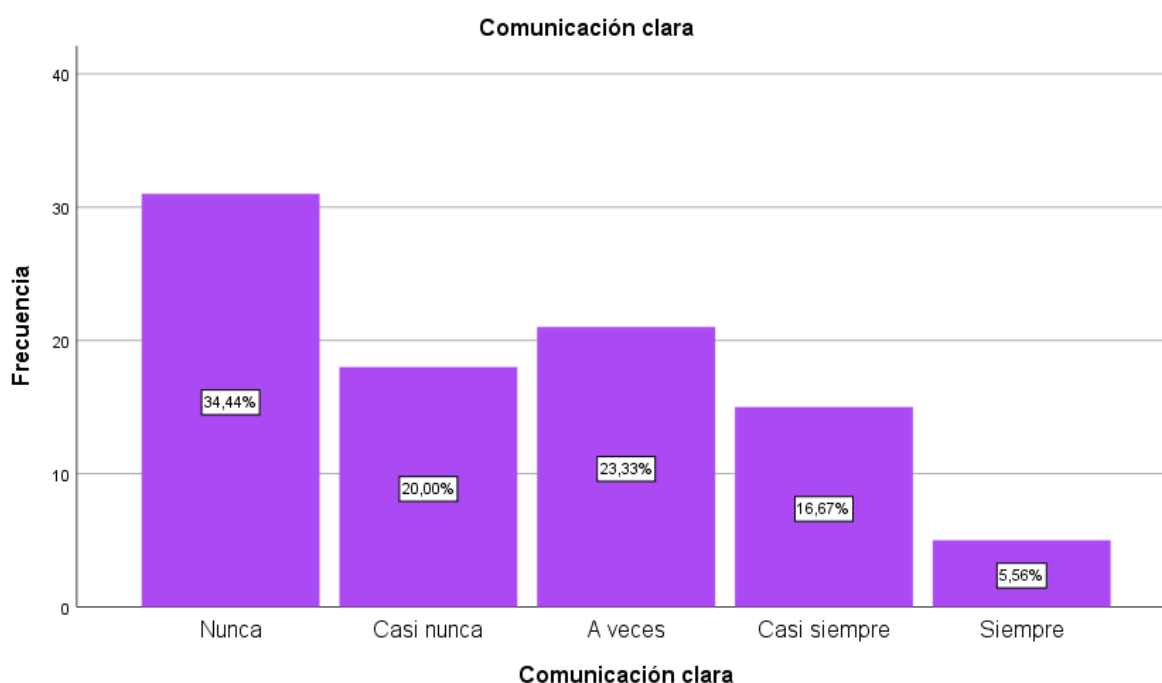


Los resultados de las encuestas realizadas sobre la atención al cliente dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho demostraron que el 34% de personas encuestadas manifestaron que nunca han tomado en cuenta la importancia que tienen la forma de atención al cliente que brindan los hoteles, sin embargo, el 6% manifestó que siempre se debe de priorizar esa parte tan importante como es la atención al cliente ya que dependerá de ello, el futuro de las empresas hoteleras.

Tabla 7  
Resultado de investigación sobre la comunicación clara

<b>COMUNICACIÓN CLARA</b>	
<b>VALIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Nunca	31
Casi nunca	18
A veces	21
Casi siempre	15
Siempre	5
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 6  
Resultado estadístico de la tabla 8

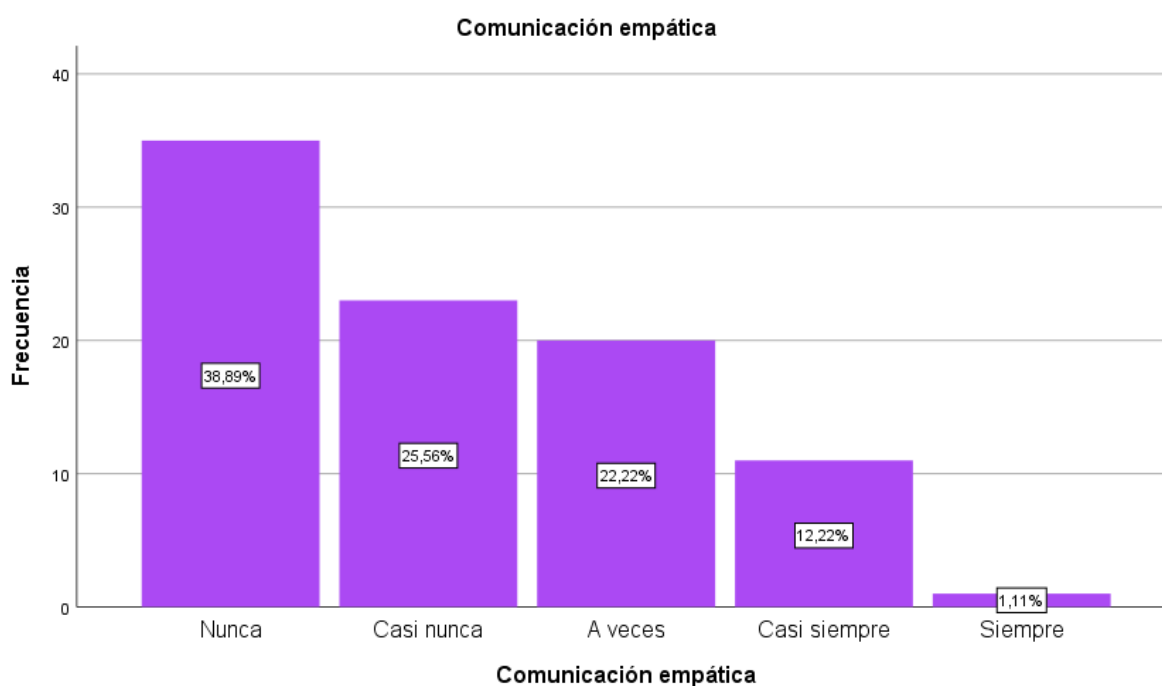


Los resultados de las encuestas realizadas sobre la comunicación clara dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, demostraron que el 34% de personas encuestadas manifestaron que nunca ha existido una comunicación clara entre trabajadores y empleados, por otro lado, el 6% manifestó que este problema ha persistido desde siempre, desde que las empresas hoteleras han iniciado sus actividades.

Tabla 8  
Resultado de investigación sobre la comunicación empática

<b>COMUNICACIÓN EMPÁTICA</b>	
<b>VALIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Nunca	35
Casi nunca	23
A veces	20
Casi siempre	11
Siempre	1
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 7  
Resultado estadístico de la tabla 9

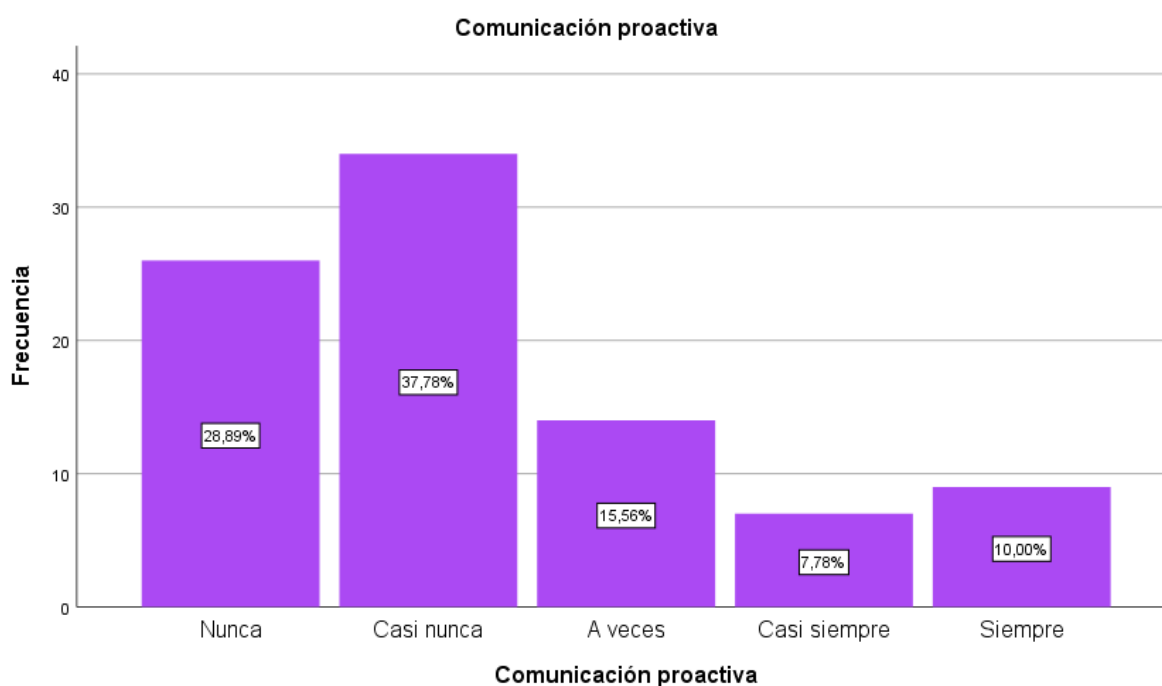


Los resultados de las encuestas realizadas sobre la comunicación empática dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, demostraron que el 39% de personas encuestadas manifestaron que nunca a los trabajadores se les ha enseñado la capacidad de entender los sentimientos y demostrar de forma gestual una comunicación agradable entre trabajadores, pero por otro lado, el 1% manifestó que siempre la comunicación agradable que emite un trabajador no es bien recibida por su compañero, por lo tanto este tipo de comunicación se ha venido extinguiendo entre los trabajadores..

Tabla 9  
Resultado de investigación sobre la comunicación proactiva

<b>COMUNICACIÓN PROACTIVA</b>	
<b>VALIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Nunca	26
Casi nunca	34
A veces	14
Casi siempre	7
Siempre	9
<b>Total</b>	<b>90</b>

Figura 8  
Resultado estadístico de la tabla 10



Los resultados de las encuestas realizadas sobre la comunicación proactiva dentro de los hoteles de la provincia de Huamanga en Ayacucho, demostraron que el 38% de personas encuestadas manifestaron que casi nunca los trabajadores dan inicio a una conversación agradable entre ellos, por lo que dentro de su centro de labor prefieren mantenerse aislados, por otro lado, el 8% manifestó que casi siempre este tipo de comunicación pasa a segundo plano ya que para que se realice siempre debe de haber alguien que de inicio a la comunicación agradable.

## 5.2 Contrastación de hipótesis

Tabla 10  
Escala de correlación

NIVEL DE RELACIÓN	
Positiva grande y perfecta	1
Positiva muy alta	0.9 a 0.99
Positiva alta	0.7 a 0.89
Positiva moderada	0.4 a 0.69
Positiva baja	0.2 a 0.39
Positiva muy baja	0.01 a 0.19
Nula	0
Negativa muy baja	-0.01 a -0,19
Negativa baja	-0.2 a -0.39
Negativa moderada	-0.4 a -0.69
Negativa alta	-0.7 a -0.89
Negativa muy alta	-0.9 a -0.99
Negativa grande y perfecta	-1

### 5.2.1 Hipótesis general

**H<sub>1</sub>**: Las habilidades blandas se relacionan directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

**H<sub>0</sub>**: Las habilidades blandas NO se relacionan directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

Nivel de significancia = 0,05

Tabla 11  
Logro del objetivo general

Correlaciones – Rho de Spearman			
		Habilidades blandas	Atención al cliente
Habilidades blandas	Nivel de correlación	1,000	0,994
	Nivel de significancia	.	0,000
	Muestra	90	90
Atención al cliente	Nivel de correlación	0,994	1,000
	Nivel de significancia	0,000	.
	Muestra	90	90

En los resultados obtenidos se demuestra un nivel de correlación de  $0,000 < 0,05$  por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre las habilidades blandas y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,994, lo que demuestra que las estrategias empleadas para mejorar el carácter de las personas van a lograr que se mejore las formas de atención al cliente.

### 5.2.2 Hipótesis específicas

#### Hipótesis específica 1

**H<sub>1</sub>:** El liderazgo se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

**H<sub>0</sub>:** El liderazgo NO se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

Nivel de significancia = 0,05

Tabla 12  
Logro del objetivo específico 1

<b>Correlaciones – Rho de Spearman</b>			
		Liderazgo	Atención al cliente
Liderazgo	Nivel de correlación	1,000	0,990
	Nivel de significancia	.	0,000
	Muestra	90	90
Atención al cliente	Nivel de correlación	0,990	1,000
	Nivel de significancia	0,000	.
	Muestra	90	90

En los resultados obtenidos se demuestra un nivel de correlación de  $0,000 < 0,05$  por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre el liderazgo y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,990, lo que demuestra que un adecuado liderazgo va a lograr mantener una buena atención al cliente.



### Hipótesis específica 2

**H<sub>1</sub>:** El trabajo en equipo se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

**H<sub>0</sub>:** El trabajo en equipo NO se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

Nivel de significancia = 0,05

Tabla 13  
Logro del objetivo específico 2

Correlaciones – Rho de Spearman			
		Trabajo en equipo	Atención al cliente
Trabajo en equipo	Nivel de correlación	1,000	0,983
	Nivel de significancia	.	0,000
	Muestra	90	90
Atención al cliente	Nivel de correlación	0,983	1,000
	Nivel de significancia	0,000	.
	Muestra	90	90

En los resultados obtenidos se demuestra un nivel de correlación de  $0,000 < 0,05$  por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre el trabajo en equipo y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,983, lo que demuestra que un buen trabajo en equipo va a resultar eficiente y dará resultados con la atención al cliente.

### Hipótesis específica 3

**H<sub>1</sub>:** La toma de decisiones se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

**H<sub>0</sub>:** La toma de decisiones NO se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023

Nivel de significancia = 0,05

Tabla 14  
Logro del objetivo específico 3

<b>Correlaciones – Rho de Spearman</b>			
		Toma de decisiones	Atención al cliente
Toma de decisiones	Nivel de correlación	1,000	0,980
	Nivel de significancia	.	0,000
	Muestra	90	90
Atención al cliente	Nivel de correlación	0,980	1,000
	Nivel de significancia	0,000	.
	Muestra	90	90

En los resultados obtenidos se demuestra un nivel de correlación de  $0,000 < 0,05$  por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre la toma de decisiones y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,980, lo que demuestra que la correcta toma de decisiones va a determinar el correcto trato en la atención al cliente.

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se ha desarrollado todo el proceso de la investigación teniendo en cuenta las bases teóricas de las variables estudiadas y se ha demostrado con la contrastación de hipótesis el logro de los objetivos, los cuales demostraron niveles de correlación altos como es el caso de la hipótesis general que demostró un nivel de correlación de 0,994, la hipótesis específica 1, presento un nivel de correlación de 0,990, también la hipótesis específica 2 que presento un nivel de correlación de 0,983 y la hipótesis específica 3 que demostró un nivel de correlación de 0,980, pudiendo así asegurar el logro de la investigación

Por otro lado, podemos discutir los resultados obtenidos con la de otros investigadores, nacionales quienes realizaron investigaciones similares a la presente, como es el caso de: Pinedo (2021) en su investigación titulado Habilidades blandas y servicio al cliente en la empresa Constructora del Oriente E y KSAC Tarapoto – 2021, quien concluye que ambas variables representan una correlación positiva moderada; demostrando que las habilidades blandas influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa. También tenemos a Flores & Vigil (2021) en su investigación titulado Las habilidades blandas y su orientación hacia la gestión de calidad en el nuevo escenario laboral de la empresa agrícola Puemape S.A.C. - Año 2020, quien concluyó que las habilidades blandas se orientan positivamente en la gestión de la calidad en el nuevo escenario laboral de la empresa agrícola Puemape SAC, año 2020. Así también la investigación de Hidalgo (2020) que fue titulado Influencia de las habilidades blandas en el desempeño laboral de los trabajadores del programa nacional de asistencia solidaria pensión 65 para la elaboración de la relación bimestral de usuarios RBU, donde concluyeron que los factores que determinan en las habilidades blandas son los estilos comunicativos, resolución de conflicto, la toma de decisiones, la empatía, la influencia y el liderazgo. Así también la investigación de Chaca & Contreras (2022) en su investigación

titulada Habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto Escuela de Posgrado Huancayo, 2021, quien concluye que demuestra una correlación positiva y buena, es decir, si las habilidades blandas aumentan significativamente mejora el desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto de la Escuela de Posgrado Huancayo 2021. Y finalmente tenemos a Chinchay (2020) en su investigación titulado La calidad del servicio y su relación con las habilidades blandas de los vendedores de la empresa Detecin SAC Lima 2020, quien concluyo esperando que esta investigación impulse la mejora de las relaciones entre los vendedores y clientes; la satisfacción y fidelización de estos últimos; afianzar las barreras de entrada; reducir costos de recuperación de clientes; e incrementar las ventas mediante el desarrollo de habilidades blandas del personal mencionado. Por lo tanto, podemos decir que el desarrollo de a investigación es un aporte muy útil para la comunidad administrativa y de gran ayuda para el desarrollo de nuevos investigadores que estén interesados en realizar investigaciones similares a la presente.

## CONCLUSIONES

1. Rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre las habilidades blandas y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,994, lo que demuestra que las estrategias empleadas para mejorar el carácter de las personas van a lograr que se mejore las formas de atención al cliente.
2. Rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre el liderazgo y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,990, lo que demuestra que un adecuado liderazgo va a lograr mantener una buena atención al cliente.
3. Rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre el trabajo en equipo y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,983, lo que demuestra que un buen trabajo en equipo va a resultar eficiente y dará resultados con la atención al cliente.
4. Rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir, existe relación directa entre la toma de decisiones y la atención al cliente, con un nivel de correlación de 0,980, lo que demuestra que la correcta toma de decisiones va a determinar el correcto trato en la atención al cliente.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al gerente de cada empresa Hotelera, realizar charlas motivacionales al inicio de cada jornada laboral, para incentivar a los trabajadores y realizar estrategias que motiven su carácter y mejores su trato con los clientes cada día.
2. Se recomienda al área de recursos humanos, contar con montos para la capacitación del personal sobre la forma de cómo tratar a los clientes ya que de eso dependen los ingresos económicos y el crecimiento de las empresas hoteleras.
3. También recomendamos a los gerentes de las empresas hoteleras realizar utilizar la presente investigación de la forma correcta, ya que de no hacerlo podrían no obtener los resultados esperados, y así poder hacer público para que otras empresas también puedan aplicarlo.
4. Finalmente se recomienda incentivar al nuevo personal a realizar investigaciones referentes al tema y/o de otros temas que sean necesarios y que estén presentando problemas dentro de las empresas hoteleras para que estos puedan ayudar a resolver y mejorar dichos inconvenientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carrasco, D. S. (2016). *Metodología de la Investigación Científica* (Décima). San Marcos E.I.R.L.
- Castro, R. (2020). *Habilidades blandas: Qué son y por qué son importantes*. <https://dpersonas.com/2020/01/31/habilidades-blandas-que-son-y-por-que-son-importantes/>
- Chaca, O., Aydee E., & Contreras, T., Lisect. (2022). *Habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto Escuela de Posgrado Huancayo, 2021* [Universidad Continental]. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10572/1/IV\\_PG\\_MRH\\_GO\\_TE\\_Chaca\\_Contreras\\_2022.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10572/1/IV_PG_MRH_GO_TE_Chaca_Contreras_2022.pdf)
- Chaverra, P. A., & Méndez, B., Diana. (2020). *Las habilidades blandas como factor de mejora en gestión de las pymes: Modelo de negocio para una empresa consultora* [Universidad Autónoma de Bucaramanga]. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/11907?show=full>
- Chinchay, M. V. (2020). *La calidad del servicio y su relación con las habilidades blandas de los vendedores de la empresa Detecin SAC - Lima 2020* [Universidad Científica del Sur]. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2070/TL-Chinchay%20M-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Churchill, W. (2019). *Trabajo en equipo, que es, sus características, beneficios de importancias*. <https://coworkingfy.com/trabajo-en-equipo/>
- Escamilla, V., Roxana Dalila. (2021). *Las habilidades blandas en la mejora del servicio al cliente en el área de ventas de las concesionarias automotrices en el área metropolitana de Monterrey* [Universidad Autónoma de Nuevo León]. <http://eprints.uanl.mx/24126/1/1080328436.pdf>

- Escuela Europea de excelencia. (2018). *Que es el liderazgo: Aspectos mas relevantes*.  
<https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2015/08/que-es-el-liderazgo-aspectos-relevantes/>
- Flores, L., Carlos Daniel, & Vigil, H., Rodrigo. (2021). *Las habilidades blandas y su orientación hacia la gestión de calidad en el nuevo escenario laboral de la empresa agrícola Puemape S.A.C. - Año 2020* [Universidad Privada Antenor Orrego].  
[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7697/1/REP\\_CARLOS.FLORES\\_RODRIGIGO.VIGIL\\_LAS.HABILIDADES.BLANDAS.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7697/1/REP_CARLOS.FLORES_RODRIGIGO.VIGIL_LAS.HABILIDADES.BLANDAS.pdf)
- Granda, A. G. (2018). *Habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de ventaja competitiva de las empresas del sector comercialización de electrodomésticos* [Universidad Andina Simón Bolívar].  
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6132/1/T2636-MAE-Granda-Habilidades.pdf>
- Guerrero, G., Manuel. (2019). *Medición automática de habilidades blandas para la validación del perfil de conocimientos de candidatos a puestos de trabajo* [Estudios Unidos de México].  
[https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/1544/2/2020\\_155\\_Manuel\\_Guerrero\\_Garc%C3%ADa%20pendiente.pdf](https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/1544/2/2020_155_Manuel_Guerrero_Garc%C3%ADa%20pendiente.pdf)
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6°). MacGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. MCGRAW-HILL.
- Hidalgo, D., Norma. (2020). *Influencia de las habilidades blandas en el desempeño laboral de los trabajadores del programa nacional de asistencia solidaria pensión 65 para la elaboración de la relación bimestral de usuarios RBU* [Universidad Ricardo Palma].



[https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/3967/ADM-T030\\_10065343\\_T%20%20%20HIDALGO%20DAVILA%20NORMA.pdf?sequence=1](https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/3967/ADM-T030_10065343_T%20%20%20HIDALGO%20DAVILA%20NORMA.pdf?sequence=1)

Pinedo, F., Kiara. (2021). *Habilidades blandas y servicio al cliente en la empresa Constructora del Oriente E y KSAC Tarapoto—2021* [Universidad Cesar Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66389/Pinedo\\_FKM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66389/Pinedo_FKM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Polanco, M. (2018). *Sabes que es la comunicación proactiva.*

<https://es.linkedin.com/pulse/sabes-qu%C3%A9-es-la-comunicaci%C3%B3n-proactiva-mariam-polanco>

Rojas, K. (2022). *Atención al cliente que es y claves para mejorar el servicio.*

<https://tiendanube.com/blog/que-es-servicio-atencion-cliente/>

Valderrama, M. S. (2017). *Metodología del trabajo universitario (2º)*. Editorial San Marcos EIR.

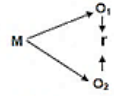
Valderrama, M., Santiago, & Jaimes, V., Carlos. (2019). *El desarrollo de la tesis (Primera)*. San Marcos.

Vargas, D. R., Adrian de Jesús. (2020). *Las habilidades blandas en los directivos de las empresas del sector turismo de Manizales* [Universidad Nacional de Colombia].

<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/78513/75091056.2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema genera	Objetivo general	Hipótesis general	Variables y dimensiones	Metodología
¿Cómo se relacionan las habilidades blandas con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?	Determinar la relación que hay entre las habilidades blandas y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.	Las habilidades blandas se relacionan directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023	<b>Variable 1:</b> Habilidades blandas <b>Dimensiones:</b> D1: Liderazgo D2: Trabajo en equipo D3: Toma de decisiones	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Método:</b> Científico <b>Tipo:</b> Aplicada <b>Nivel:</b> Correlacional <b>Diseño:</b> No experimental <b>Esquema:</b>
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		
¿Cómo se relacionan el liderazgo con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?	Determinar la relación que hay entre el liderazgo y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.	El liderazgo se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023	<b>Variable 2:</b> Atención al cliente <b>Dimensiones:</b> D1: Comunicación clara D2: Comunicación empática D3: Comunicación proactiva	 <p>Donde: M = Muestra O<sub>1</sub> = Observación de la V.1. O<sub>2</sub> = Observación de la V.2. r = Correlación entre dichas variables.</p>
¿Cómo se relacionan el trabajo en equipo con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?	Determinar la relación que hay entre el trabajo en equipo y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.	El trabajo en equipo se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023		<b>Población:</b> Conformado por 106 hoteles ubicados en la provincia de Huamanga - Ayacucho <b>Muestra:</b> 90 hoteles seleccionados según fórmula estadística
¿Cómo se relacionan la toma de decisiones con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023?	Determinar la relación que hay entre la toma de decisiones y la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023.	La toma de decisiones se relaciona directamente con la atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023		<b>Técnicas:</b> Encuesta. <b>Instrumentos:</b> Cuestionario.

**Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Habilidades blandas	Castro (2020) menciona que “Las habilidades blandas son habilidades subjetivas que son difíciles de cuantificar, también conocidas como habilidades de las personas o habilidades interpersonales, se relacionan con la forma en que te relacionas e interactúas con otras personas, entre las cuales se encuentran el liderazgo, el trabajo en equipo, la toma de decisiones entre otras” (p.8)	Se realizo una escala de tipo Likert compuesto por 9 preguntas, para medir las siguientes dimensiones: El liderazgo, el trabajo en equipo y la toma de decisiones.	<b>D1: Liderazgo</b>	Capacidad	Escala ordinal
				Motivación	
				Organización	
			<b>D2: Trabajo en equipo</b>	Alcance de metas	
				Responsabilidad individual	
				Compromiso común	
			<b>D3: Toma de decisiones</b>	Decisiones profesionales	
				Solución de problemas	
				Situaciones complicadas	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Atención al cliente	Rojas (2022) menciona que La atención al cliente consiste en dar soporte al consumidor, resolver sus problemas y en consecuencia velar por su satisfacción, para ofrecer un buen servicio al cliente, es fundamental que tu equipo este bien preparado para garantizar una comunicación clara, humana, empática y proactiva con los clientes. (p.10)	Se realizo una escala de tipo Likert compuesto por 9 preguntas, para medir las siguientes dimensiones: La comunicación clara, empática, y proactiva	<b>D1: Comunicación clara</b>	Administración	Escala ordinal
				Relaciones de confianza	
				Esfuerzo	
			<b>D2: Comunicación empática</b>	Comprensión	
				Perspectiva	
				Autocontrol	
			<b>D3: Comunicación proactiva</b>	interactuar	
				Experiencias	
				Conversación atractiva	

## Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº	Preguntas	Escala tipo Likert
<b>Habilidades blandas</b>	<b>Liderazgo</b>	Capacidad	1	¿Los trabajadores cuentan con la capacidad de atender a los clientes de una forma eficiente?	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
		Motivación	2	¿Se realizan motivaciones a los trabajadores de forma constante?	
		Organización	3	¿Se organizan adecuadamente las labores que se van a desempeñar dentro de la empresa hotelera en la que usted trabaja?	
	<b>Trabajo en equipo</b>	Alcance de metas	4	¿Se logran alcanzar las metas establecidas para cada mes?	
		Responsabilidad individual	5	¿Se designa responsabilidades a los trabajadores cada día?	
		Compromiso común	6	¿Se tiene compromiso por cada trabajador?	
	<b>Toma de decisiones</b>	Decisiones profesionales	7	¿Se toman las decisiones de forma profesional para mejorar las funciones dentro del hotel donde usted labora?	
		Solución de problemas	8	¿Se solucionan los problemas de forma rápida y en cualquier momento?	
		Situaciones complicadas	9	¿La empresa se ha visto implicada en situaciones complicadas difíciles de solucionar?	

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº	Preguntas	Escala tipo likert
<b>Atención al cliente</b>	<b>Comunicación clara</b>	Administración	1	¿El área administrativa ayuda a mantener la comunicación eficiente con los clientes?	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
		Relaciones de confianza	2	¿Se han generado relaciones de confianza con los clientes?	
		Esfuerzo	3	¿El personal se esfuerza en comunicar al cliente los beneficios de adquirir los servicios del hotel de una forma clara?	
	<b>Comunicación empática</b>	Comprensión	4	¿El personal es comprensivo con la situación económica de los clientes?	
		Perspectiva	5	¿Los trabajadores son empáticos con los clientes en todo momento?	
		Autocontrol	6	¿El personal se controla ante situaciones difíciles con los clientes?	
	<b>Comunicación proactiva</b>	interactuar	7	¿Los trabajadores interactúan contantemente con los clientes para generar confianza?	
		Experiencias	8	¿Los clientes hablan sobre las buenas y malas experiencias que han tenido al adquirir los servicios hoteleros en otros lugares?	
		Conversación atractiva	9	¿El cliente encuentra la conversación atractiva por parte de los administradores de los hoteles?	

## Anexo 4: Instrumentos de investigación

### INFORMACION GENERAL

Lea determinadamente cada pregunta y marque en el casillero que usted considere el adecuado, asimismo se le pide su completa sinceridad al momento de rellenar el cuestionario ya que se le garantiza que usted no presentara ningún inconveniente con su centro de labor ya que se le garantiza que la investigación es de manera anónima.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

### CUESTIONARIO SOBRE LA VARIABLE HABILIDADES BLANDAS

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿Los trabajadores cuentan con la capacidad de atender a los clientes de una forma eficiente?					
02	¿Se realizan motivaciones a los trabajadores de forma constante?					
03	¿Se organizan adecuadamente las labores que se van a desempeñar dentro de la empresa hotelera en la que usted trabaja?					
04	¿Se logran alcanzar las metas establecidas para cada mes?					
05	¿Se designa responsabilidades a los trabajadores cada día?					
06	¿Se tiene compromiso por cada trabajador?					
07	¿Se toman las decisiones de forma profesional para mejorar las funciones dentro del hotel donde usted labora?					
08	¿Se solucionan los problemas de forma rápida y en cualquier momento?					
09	¿La empresa se ha visto implicada en situaciones complicadas difíciles de solucionar?					



**CUESTIONARIO SOBRE LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE**

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿El área administrativa ayuda a mantener la comunicación eficiente con los clientes?					
02	¿Se han generado relaciones de confianza con los clientes?					
03	¿El personal se esfuerza en comunicar al cliente los beneficios de adquirir los servicios del hotel de una forma clara?					
04	¿El personal es comprensivo con la situación económica de los clientes?					
05	¿Los trabajadores son empáticos con los clientes en todo momento?					
06	¿El personal se controla ante situaciones difíciles con los clientes?					
07	¿Los trabajadores interactúan contantemente con los clientes para generar confianza?					
08	¿Los clientes hablan sobre las buenas y malas experiencias que han tenido al adquirir los servicios hoteleros en otros lugares?					
09	¿El cliente encuentra la conversación atractiva por parte de los administradores de los hoteles?					

## Anexo 5: Validez del instrumento

### VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA (S)</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1.Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2.Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD (C)</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1.No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA (Ch)</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA (R)</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido



### VARIABLE – HABILIDADES BLANDAS

Nº	PREGUNTAS	S	C	Ch	R
01	¿Los trabajadores cuentan con la capacidad de atender a los clientes de una forma eficiente?	4	4	4	4
02	¿Se realizan motivaciones a los trabajadores de forma constante?	4	4	4	4
03	¿Se organizan adecuadamente las labores que se van a desempeñar dentro de la empresa hotelera en la que usted trabaja?	4	4	4	4
04	¿Se logran alcanzar las metas establecidas para cada mes?	4	4	4	4
05	¿Se designa responsabilidades a los trabajadores cada día?	4	4	4	4
06	¿Se tiene compromiso por cada trabajador?	4	4	4	4
07	¿Se toman las decisiones de forma profesional para mejorar las funciones dentro del hotel donde usted labora?	4	4	4	4
08	¿Se solucionan los problemas de forma rápida y en cualquier momento?	4	4	4	4
09	¿La empresa se ha visto implicada en situaciones complicadas difíciles de solucionar?	4	4	4	4

### VARIABLE – ATENCION AL CLIENTE

01	¿El área administrativa ayuda a mantener la comunicación eficiente con los clientes?	4	4	4	4
02	¿Se han generado relaciones de confianza con los clientes?	4	4	4	4
03	¿El personal se esfuerza en comunicar al cliente los beneficios de adquirir los servicios del hotel de una forma clara?	4	4	4	4
04	¿El personal es comprensivo con la situación económica de los clientes?	4	4	4	4
05	¿Los trabajadores son empáticos con los clientes en todo momento?	4	4	4	4
06	¿El personal se controla ante situaciones difíciles con los clientes?	4	4	4	4
07	¿Los trabajadores interactúan contantemente con los clientes para generar confianza?	4	4	4	4

08	¿Los clientes hablan sobre las buenas y malas experiencias que han tenido al adquirir los servicios hoteleros en otros lugares?	4	4	4	4
09	¿El cliente encuentra la conversación atractiva por parte de los administradores de los hoteles?	4	4	4	4

EXPERTO	GRADO ACADEMICO	EVALUACION	OBSERVACIONES
Michael Rojas Vega	Magister	CALIFICACION PROMEDIO 4	El instrumento si cumple con los criterios establecidos
Firma y sello del Validador en señal de conformidad	 		

Huancayo 15 de setiembre del 2023

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO**

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtenerla medición de esta	4.No cumple con el criterio 5.Nivel bajo 6.Nivel moderado 4. Nivel alto	5.Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 6.Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 7.Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 8. Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	5.No cumple con el criterio 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8.Nivel alto	5.El ítem no es claro 6.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 7.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 8.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	5.No cumple con el criterio 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8.Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 5.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 6.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	5.No cumple con el criterio. 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8.Nivel alto	5.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 6.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 7.El ítem es relativamente importante 8.El ítem es muy relevante y debe ser incluido

**VARIABLE – HABILIDADES BLANDAS**

Nº	PREGUNTAS	S	C	Ch	R
01	¿Los trabajadores cuentan con la capacidad de atender a los clientes de una forma eficiente?	4	4	4	4
02	¿Se realizan motivaciones a los trabajadores de forma constante?	4	4	4	4
03	¿Se organizan adecuadamente las labores que se van a desempeñar dentro de la empresa hotelera en la que usted trabaja?	4	4	4	4
04	¿Se logran alcanzar las metas establecidas para cada mes?	4	4	4	4
05	¿Se designa responsabilidades a los trabajadores cada día?	4	4	4	4
06	¿Se tiene compromiso por cada trabajador?	4	4	4	4
07	¿Se toman las decisiones de forma profesional para mejorar las funciones dentro del hotel donde usted labora?	4	4	4	4
08	¿Se solucionan los problemas de forma rápida y en cualquier momento?	4	4	4	4
09	¿La empresa se ha visto implicada en situaciones complicadas difíciles de solucionar?	4	4	4	4

**VARIABLE – ATENCION AL CLIENTE**

01	¿El área administrativa ayuda a mantener la comunicación eficiente con los clientes?	4	4	4	4
02	¿Se han generado relaciones de confianza con los clientes?	4	4	4	4
03	¿El personal se esfuerza en comunicar al cliente los beneficios de adquirir los servicios del hotel de una forma clara?	4	4	4	4
04	¿El personal es comprensivo con la situación económica de los clientes?	4	4	4	4
05	¿Los trabajadores son empáticos con los clientes en todo momento?	4	4	4	4

<b>06</b>	¿El personal se controla ante situaciones difíciles con los clientes?	4	4	4	4
<b>07</b>	¿Los trabajadores interactúan contantemente con los clientes para generar confianza?	4	4	4	4
<b>08</b>	¿Los clientes hablan sobre las buenas y malas experiencias que han tenido al adquirir los servicios hoteleros en otros lugares?	4	4	4	4
<b>09</b>	¿El cliente encuentra la conversación atractiva por parte de los administradores de los hoteles?	4	4	4	4

EXPERTO	GRADO ACADEMICO	EVALUACION	OBSERVACIONES
Christian Barja Huayta	Magister	<b>CALIFICACION PROMEDIO</b> 4	El instrumento no necesita mejoras
Firma y sello del Validador en señal de conformidad			

Huancayo 15 de setiembre del 2023

**VALIDEZ DEL INSTRUMENTO**

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtenerla medición de esta	7.No cumple con el criterio 8. Nivel bajo 9. Nivel moderado 4. Nivel alto	9. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 10. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 11. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 12. Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	9.No cumple con el criterio 10. Nivel bajo 11. Nivel moderado 12. Nivel alto	9. El ítem no es claro 10. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 11. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 12. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	9.No cumple con el criterio 10. Nivel bajo 11. Nivel moderado 12. Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 7. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 8. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	9.No cumple con el criterio. 10. Nivel bajo 11. Nivel moderado 12. Nivel alto	9. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 10. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 11. El ítem es relativamente importante 12. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

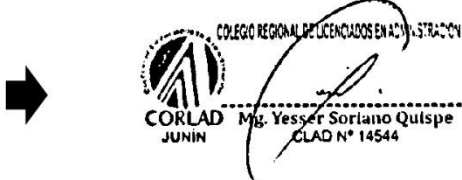
**VARIABLE – HABILIDADES BLANDAS**

Nº	PREGUNTAS	S	C	Ch	R
01	¿Los trabajadores cuentan con la capacidad de atender a los clientes de una forma eficiente?	4	4	4	4
02	¿Se realizan motivaciones a los trabajadores de forma constante?	4	4	4	4
03	¿Se organizan adecuadamente las labores que se van a desempeñar dentro de la empresa hotelera en la que usted trabaja?	4	4	4	4
04	¿Se logran alcanzar las metas establecidas para cada mes?	4	4	4	4
05	¿Se designa responsabilidades a los trabajadores cada día?	4	4	4	4
06	¿Se tiene compromiso por cada trabajador?	4	4	4	4
07	¿Se toman las decisiones de forma profesional para mejorar las funciones dentro del hotel donde usted labora?	4	4	4	4
08	¿Se solucionan los problemas de forma rápida y en cualquier momento?	4	4	4	4
09	¿La empresa se ha visto implicada en situaciones complicadas difíciles de solucionar?	4	4	4	4

**VARIABLE – ATENCION AL CLIENTE**

01	¿El área administrativa ayuda a mantener la comunicación eficiente con los clientes?	4	4	4	4
02	¿Se han generado relaciones de confianza con los clientes?	4	4	4	4
03	¿El personal se esfuerza en comunicar al cliente los beneficios de adquirir los servicios del hotel de una forma clara?	4	4	4	4

<b>04</b>	¿El personal es comprensivo con la situación económica de los clientes?	4	4	4	4
<b>05</b>	¿Los trabajadores son empáticos con los clientes en todo momento?	4	4	4	4
<b>06</b>	¿El personal se controla ante situaciones difíciles con los clientes?	4	4	4	4
<b>07</b>	¿Los trabajadores interactúan contantemente con los clientes para generar confianza?	4	4	4	4
<b>08</b>	¿Los clientes hablan sobre las buenas y malas experiencias que han tenido al adquirir los servicios hoteleros en otros lugares?	4	4	4	4
<b>09</b>	¿El cliente encuentra la conversación atractiva por parte de los administradores de los hoteles?	4	4	4	4

EXPERTO	GRADO ACADEMICO	EVALUACION		OBSERVACIONES
Yesser Soriano Quispe	Magister	<b>CALIFICACION PROMEDIO</b>	4	El instrumento esta conforme a lo requerido
Firma y sello del Validador en señal de conformidad				

Huancayo 15 de setiembre del 2023

## Anexo 6: Base de datos

Muestra	HABILIDADES BLANDAS								
	D1 Liderazgo			D2: Trabajo en equipo			D2: Toma de decisiones		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	2
8	1	1	1	1	1	1	1	1	2
9	1	1	1	1	1	1	1	1	2
10	1	1	1	1	1	1	1	1	2
11	1	1	1	1	1	1	1	1	2
12	1	1	1	1	1	1	1	1	2
13	1	1	1	1	1	1	1	1	2
14	1	1	1	1	1	1	1	1	2
15	1	1	1	1	1	1	1	1	2
16	1	1	1	1	1	1	1	1	2
17	1	1	1	1	1	1	1	1	2
18	1	1	1	1	1	1	1	1	2
19	1	1	1	1	1	1	1	1	2
20	1	1	1	1	1	1	1	1	2
21	1	2	1	1	1	1	1	1	2
22	1	2	1	1	1	1	2	1	2
23	1	2	1	1	1	1	2	1	2
24	1	2	2	1	1	1	2	1	2
25	1	2	2	1	1	2	2	1	2
26	1	2	2	1	1	2	2	1	2
27	1	2	2	1	1	2	2	1	2
28	1	2	2	1	1	2	2	1	2
29	1	2	2	2	1	2	2	1	2
30	1	2	2	2	1	2	2	1	2
31	1	2	2	2	1	2	2	1	2
32	1	2	2	2	1	2	2	1	2
33	1	2	2	2	1	2	2	1	2
34	1	2	2	2	1	2	2	1	2
35	1	2	2	2	1	2	2	1	2
36	1	2	2	2	2	2	2	1	2
37	1	2	2	2	2	2	2	1	2
38	1	2	2	2	2	2	2	1	2
39	1	2	2	3	2	2	2	1	2
40	1	2	2	3	2	2	2	1	2



41	1	2	2	3	2	2	2	1	2
42	2	2	2	3	2	2	2	1	2
43	2	2	2	3	2	2	2	1	2
44	2	3	2	3	2	2	2	1	2
45	2	3	2	3	2	2	2	1	2
46	2	3	2	3	2	2	2	1	2
47	2	3	2	3	2	2	2	1	2
48	2	3	2	3	2	2	2	1	2
49	2	3	3	3	2	2	2	1	2
50	2	3	3	3	2	2	3	1	2
51	2	3	3	3	2	2	3	1	2
52	2	3	3	3	2	3	3	1	3
53	2	3	3	3	2	3	3	1	3
54	2	3	3	3	2	3	3	1	3
55	2	3	3	3	2	3	3	1	3
56	2	3	3	3	3	3	3	1	3
57	2	3	3	3	3	3	3	1	3
58	2	3	3	3	3	3	3	1	3
59	2	3	3	3	3	3	3	1	3
60	2	3	3	3	3	3	3	1	3
61	2	3	3	3	3	3	3	3	3
62	2	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	3	3	3	3	3	3	3	3
64	4	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	3	3	3	3	3	3	3	3
66	4	3	3	3	3	3	3	3	3
67	4	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	3	3	3	3	3	3	3	3
69	4	3	3	3	3	3	3	3	3
70	4	3	3	3	3	3	4	3	3
71	4	3	4	3	3	3	4	3	3
72	4	3	4	3	3	3	4	3	3
73	4	3	4	3	3	3	4	3	3
74	4	4	4	3	3	3	4	3	3
75	4	4	4	3	3	3	4	4	3
76	4	4	4	3	3	3	4	4	3
77	4	4	4	3	3	3	4	4	3
78	4	4	4	3	3	3	4	4	3
79	4	4	4	3	3	3	4	4	3
80	4	4	4	3	3	3	4	4	3
81	4	4	4	3	4	3	4	4	3
82	4	4	4	3	4	3	4	4	4
83	4	4	4	3	4	3	4	4	4
84	5	4	4	4	4	3	4	4	4
85	5	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	4	4	4	4	4	4	4	4
87	5	4	4	4	5	4	4	4	4
88	5	4	4	4	5	4	4	4	4
89	5	4	4	4	5	4	4	5	4
90	5	4	4	4	5	4	4	5	4

Muestra	ATENCIÓN AL CLIENTE								
	D1: Comunicación clara			D2: Comunicación empática			D3: Comunicación proactiva		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	2	1	2	1	1	1	1	1
23	1	2	1	2	1	1	1	1	1
24	1	2	1	2	1	1	1	1	1
25	1	2	1	2	1	1	1	2	1
26	1	2	1	2	1	1	1	2	1
27	1	2	1	2	1	1	1	2	2
28	1	2	1	2	1	1	1	2	2
29	1	2	1	2	1	1	1	2	2
30	1	2	1	2	1	1	1	2	2
31	1	2	1	2	1	1	1	2	2
32	2	2	1	2	1	1	1	2	2
33	2	2	1	2	1	1	1	2	2
34	2	2	1	2	1	1	1	2	2
35	2	2	1	2	1	1	1	2	2
36	2	2	1	2	1	2	1	2	2
37	2	2	2	2	1	2	1	2	2
38	2	2	2	2	1	2	1	2	2
39	2	2	2	2	1	2	1	2	2
40	2	2	2	2	1	2	1	2	2

41	3	2	2	2	1	2	1	2	2
42	3	2	2	2	1	2	1	2	2
43	3	2	2	2	1	2	1	2	2
44	3	2	2	2	1	2	1	2	2
45	3	2	2	2	1	2	1	2	2
46	3	2	2	2	1	2	1	2	2
47	3	2	2	2	1	2	1	2	2
48	3	2	2	2	1	2	1	2	2
49	3	2	2	2	3	2	1	3	2
50	3	3	2	2	3	2	1	3	2
51	3	3	2	2	3	2	1	3	2
52	3	3	2	2	3	2	1	3	2
53	3	3	2	2	3	2	1	3	2
54	3	3	2	2	3	2	2	3	2
55	3	3	2	2	3	2	2	3	2
56	3	3	2	2	3	2	2	3	2
57	3	3	2	2	3	2	2	3	2
58	3	3	2	2	3	2	2	3	2
59	3	3	3	3	3	2	2	3	2
60	3	3	3	3	3	2	2	3	2
61	3	3	3	3	3	2	3	3	2
62	3	3	3	3	3	2	3	3	2
63	3	3	3	3	3	2	3	3	2
64	3	3	3	3	3	2	3	3	2
65	3	3	3	3	3	2	3	3	2
66	3	3	3	3	3	2	3	3	2
67	3	3	3	3	3	2	3	3	2
68	3	3	4	3	3	2	3	3	2
69	3	3	4	3	3	2	3	3	2
70	3	3	4	3	3	2	4	4	2
71	3	4	4	4	3	2	4	4	2
72	3	4	4	4	3	2	4	4	2
73	3	4	4	4	3	2	4	4	2
74	4	4	4	4	4	2	4	4	2
75	4	4	4	4	4	2	4	4	4
76	4	4	4	4	4	2	4	4	4
77	4	4	4	4	4	2	4	4	4
78	4	4	4	4	4	2	4	4	4
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4
80	4	4	4	4	4	3	4	4	4
81	4	4	4	4	4	3	4	4	5
82	4	4	4	4	4	3	4	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4	5	5
84	4	4	4	4	4	5	4	5	5
85	4	4	4	4	4	5	4	5	5
86	4	5	5	4	4	5	4	5	5
87	4	5	5	4	4	5	4	5	5
88	4	5	5	4	4	5	4	5	5
89	4	5	5	4	4	5	4	5	5
90	4	5	5	5	4	5	4	5	5

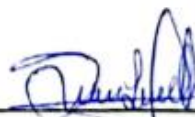
**Anexo 7: Consentimiento informado****CONSENTIMIENTO INFORMADO****PROVINCIA: HUAMANGA****LUGAR: HOTEL SAUNA GIANMAR****ADMINISTRADOR(A): CHAVEZ CUEVA MARGARITA BETSY**

Yo, Bach. VANESSA KATHERINE REJAS GUTIERREZ con DNI. N°45945839 y con código de matrícula J04591K, así mismo Bach. MAGALY SANCHEZ LOPEZ identificado con DNI. N°45473616 y con código de matrícula H13926D ambos egresados de la carrera de Administración y Sistemas, ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos:


Que al estar en la etapa de desarrollo de mi proyecto de investigación, titulado **Habilidades blandas y atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023**; para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, solicito a Usted se sirva autorizar lo suscrito para poder aplicar el instrumento de investigación que sea necesario para la obtención de información y procesamiento de datos para la realización del trabajo de investigación, el cual se realizara en forma anónima a los profesionales administrativos, oficinas y demás áreas. Por lo expuesto Solicito dar una carta de respuesta con autorización para concluir la investigación de mi tesis.


**Ayacucho, 08 de agosto del 2023**

VANESSA KATHERINE REJAS GUTIERREZ  
DNI. N°45945839



MAGALY SANCHEZ LOPEZ  
DNI. N° 45473616



HOTEL SAUNA GIANMAR  
  
CHAVEZ CUEVA MARGARITA B.  
GERENTE GENERAL

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**PROVINCIA: HUAMANGA**

**LUGAR: HOTEL Y RESTAURANT SANTA ROSA E.I.R.L.**

**ADMINISTRADOR(A): CLEMENTE PALOMINO LUCERO BALERA**

Yo, Bach. VANESSA KATHERINE REJAS GUTIERREZ con DNI. N°45945839 y con código de matrícula J04591K, así mismo Bach. MAGALY SANCHEZ LOPEZ identificado con DNI. N°45473616 y con código de matrícula H13926D ambos egresados de la carrera de Administración y Sistemas, ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos:

Que al estar en la etapa de desarrollo de mi proyecto de investigación, titulado **Habilidades blandas y atención al cliente en los hoteles de la Provincia de Huamanga en Ayacucho, 2023**; para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, solicito a Usted se sirva autorizar lo suscrito para poder aplicar el instrumento de investigación que sea necesario para la obtención de información y procesamiento de datos para la realización del trabajo de investigación, el cual se realizara en forma anónima a los profesionales administrativos, oficinas y demás áreas. Por lo expuesto Solicito dar una carta de respuesta con autorización para concluir la investigación de mi tesis.

Ayacucho, 08 de agosto del 2023



VANESSA KATHERINE REJAS GUTIERREZ  
DNI. N°45945839



MAGALY SANCHEZ LOPEZ  
DNI. N° 45473616



SANTA ROSA  
LUCERO CLEMENTE PALOMINO  
GERENTE

## **CONSENTIMIENTO INFORMADO JUSTIFICADO**

Dentro de la investigación se ha consignado 2 consentimientos informados, como evidencia del requerimiento al desarrollo de la investigación, considerando que son 90 empresas hoteleras las cuales se han encuestado, consideramos que es mucha documentación para considerarla dentro de la tesis, asimismo se presenta la información obtenida por la SUNAT tras haber solicitado el registro de las empresas hoteleras formales actuales dentro de la provincia de Huamanga

**Att. Las investigadoras**



PERÚ

Ministerio  
de Economía y FinanzasSuperintendencia Nacional  
de Aduanas y de Administración  
Tributaria - SUNAT

Firmado Digitalmente por:  
ANGELA PAMELA SERRANO VERA  
JEFE DE DIVISIÓN  
DIVISIÓN DE SERVICIOS AL  
CONTRIBUYENTE  
Fecha y Hora : 18/01/2024 16:09

BICENTENARIO  
PERÚ  
2024

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración  
de las heroicas batallas de Junin y Ayacucho"**CARTA N.º 000003-2024-SUNAT/700700**

Ayacucho, 18 de enero de 2024

Señora

**VANESSA KATHERINE REJAS GUTIERREZ**

AV. JOSÉ MARTI N° 684 – HUAMANGA - AYACUCHO

Presente

Asunto : ATENCIÓN A SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Referencia : FORMULARIO VIRTUAL 5030 N° 88039403

De mi consideración:

Es grato dirigirme a Usted, señora VANESSA KATHERINE REJAS GUTIERREZ, en atención a la solicitud en referencia, a través de la cual solicita relación de empresas hoteleras pertenecientes a la provincia de Huamanga - Ayacucho.

Sobre el particular, se le comunica que el numeral 5 del artículo 2° de la Constitución Política del Perú establece que toda persona tiene derecho a solicitar sin expresión de causa la información que requiera y a recibirla de cualquier entidad pública, en el plazo legal y con el costo que suponga el pedido.

Por otro lado, el artículo 10° del Texto Único Ordenado de la Ley 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado mediante Decreto Supremo N° 021-2019-JUS, publicado el 11.12.2019, establece que las entidades de la Administración Pública tienen la obligación de proveer la información requerida siempre que haya sido creada u obtenida por ella o que se encuentre en su posesión o bajo su control.

Respecto a su pedido, se solicitó a la Intendencia Nacional de Sistemas de Información de esta Administración Tributaria, brindar información respecto a lo solicitado. Por lo que, en atención a su solicitud, se le remite la relación de contribuyentes con domicilio fiscal ubicado en la provincia de Huamanga del departamento de Ayacucho, que registran como actividad económica al código 5510 (ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS) de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme -CIUI en el Anexo N° 01 adjunto al presente, en diecinueve (04) folios. Información obtenida al 18.01.2024.

Finalmente, se le comunica que en aplicación del artículo 84° del Código Tributario, puede acceder a nuestros canales de orientación, a través de la CENTRAL DE CONSULTAS llamando al 0-801-12-100 (desde teléfonos fijos a nivel nacional) o (01) 315-0730 (desde celulares y teléfonos fijos) de lunes a viernes de 8:30 a.m. a 6:00 p.m. y los sábados de 9:00 a.m. a 1:00 p.m., vía redes sociales - Facebook SUNAT en el siguiente link <https://www.facebook.com/SUNAT/>, mediante nuestro Chat Tributario en el siguiente link <http://sunatchat.sunat.gob.pe/wchat/>, o acudiendo a nuestros Centros de

Esta es una representación impresa cuya autenticidad puede ser contrastada con la representación imprimible localizada en la sede digital de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. La representación imprimible ha sido generada atendiendo lo dispuesto en la Directiva N° 002-2021-PCM/SGTD. La verificación puede ser efectuada a partir del 18/01/2024. Base Legal: Decreto Legislativo N° 1412, Decreto Supremo N° 029-2021-PCM y la Directiva N° 002-2021-PCM/SGTD.

URL: <https://www.sunat.gob.pe/cl-ti-ti-interoperabilidad/valida/verificacion>  
CVD: 0096 1349 9213 4120



Servicios al Contribuyente según se detalla en el siguiente link  
<http://www.sunat.gob.pe/institucional/contactenos/index.html>.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para manifestarle los sentimientos de mi especial estima.

Atentamente,

ANGELA PAMELA SERRANO VERA



ANGELA PAMELA  
SERRANO VERA  
JEFE DE DIVISION  
18/01/2024 16:09:44

Esta es una representación impresa cuya autenticidad puede ser contrastada con la representación imprimible localizada en la sede digital de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. La representación imprimible ha sido generada atendiendo lo dispuesto en la Directiva N° 002-2021-PCM/SGTD. La verificación puede ser efectuada a partir del 18/01/2024. Base Legal: Decreto Legislativo N° 1412, Decreto Supremo N° 029-2021-PCM y la Directiva N° 002- 2021-PCM/SGTD.

URL: <https://www.sunat.gob.pe/cl-i-i-interoparabilidad/valida/verificacion>  
CVD: 0096 1349 9213 4120





N°	RUC	NOMBRES	TIPO CONTRIBUYENTE	CIU	DEPARTAME	PROVINCIA	DISTRITO	UBIGEO
1	20172767355	AGEN DE VIAJES Y TURISMO MALY TOURS SRL	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
2	20207086208	CIA INVERSIONES GENERALES EIRL	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
3	20365284190	LAS VOCES DEL TAPIZ & SANTA ANA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
4	20452274133	EMPRESA MULTISERVICIOS UNION S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
5	20452539293	HOTEL UNIVERSO S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
6	20452741017	R&R INVERSIONES S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
7	20452819903	ASOCIACION DE FONDO DE FOMENTO DE LA GAN	ASOCIACION	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	50105
8	20452833302	HOSPEDAJE MAGDALENA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
9	20494326231	INVERSIONES NOWA S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
10	20494430569	INVERSIONES BEZU S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
11	20494478332	VIAVIA CAFE AYACUCHO S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
12	20494537100	DALVE S.A.C	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	JESUS NAZARENO	50115
13	20494608996	COMUNIDAD CAMPESINA CHIQUINTIRCA Y SUS A	COMUNIDAD CAMPESINA, NATIVA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
14	20494713277	SERVICIOS MULTIPLES LA MERCED S.R.L	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
15	20494787807	INVERSIONES INCASOL E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	JESUS NAZARENO	50115
16	20494934109	INVERSIONES E IMPORTACIONES PISCIS - LEO S.A.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CA	50116
17	20494953316	LAS PALIZADAS E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
18	20495001491	EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES P & E S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
19	20495016332	INVERSIONES KATARIA E.I.RL.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
20	20495162584	HOTEL SAN FRANCISCO DE PAULA S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
21	20495190448	MULTISERVICIOS AIDA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	QUINUA	50108
22	20519057175	HOSPEDAJE CAMILA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
23	20534264331	MONTEFINO S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	50105
24	20534358076	CATERING TEMATICO S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
25	20534388226	HOTEL SIERRA DORADA S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
26	20534497351	INVERSIONES MALHUAYZA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
27	20534497351	INVERSIONES MALHUAYZA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
28	20534542756	EMPRESA DE TRANSPORTES DE PASAJEROS Y SER	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110

29	20536111680	POTATOS PERU S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
30	20574639299	HOSTERIA, CAFETERIA FLORIDA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
31	20574679673	HOTEL Y RESTAURANT SANTA ROSA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
32	20574701351	MULTISERVICIOS JHOSCAR S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	JESUS NAZARENO	50115
33	20574701431	REPRESENTACIONES Y MULTISERVICIOS MAYRA S	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
34	20574754047	A&H MEGA FORTALEZA DE LA CONSTRUCCION E.I	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
35	20600040309	YUQUI EL MESON S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
36	20600105303	INVERSIONES KIBO E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CAI	50116
37	20600105419	SERVICIOS GENERALES LOS ALAMOS E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
38	20600646908	HSOPEDAJE MAGDALENA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
39	20600789784	FUNDO SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA S.A.C. EN	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	PACAYCASA	50107
40	20601026237	GRUPO ECONOMICO MILEAL E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
41	20601172039	HOTEL RESTAURANT MARIO'S E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
42	20601179726	HOSPEDAJE LA RESERVA INN S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
43	20601389283	KAMIC-AYACUCHO INVERSIONES S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
44	20601535239	EMPRESA PRODUCTORA JATARISUM S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	VINCHOS	50114
45	20601752507	COMPANIA QUISVEL E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
46	20601883121	MULTISERVICIOS QALLARI INVERSIONES PALOMIN	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
47	20602088597	EL BALCÓN AMY E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
48	20602645127	SALON DE EVENTOS LA MANSION AYACUCHO E.I.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CAI	50116
49	20603236786	MULTISERVICIOS MAB E.I.R.L	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
50	20603283326	TURISMO RIVERO Y HNOS S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
51	20603911653	THE SPIRIT OF PACHAMAMA ECOLOGDE AND SPA	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	50105
52	20603926545	NOGOCIACIONES EL NUEVO MILENIO E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
53	20604003734	QUINUAQ S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	QUINUA	50108
54	20604008515	CADENAS DE HOTELES MI CASA S .A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
55	20604670200	AGENCIA DE TURISMO MAGICAL TRAVELS PERÚ E	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
56	20604914257	CINEMA HOTEL E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
57	20605164626	SUITE LA MAGDALENA S.A.C	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101

58	20605307354	TAMAYA ASIRI SOLUCIONES E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
59	20605676988	HOTEL CLASSIC CONTINENTAL STAR AYACUCHO S	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CA	50116
60	20605683071	NUNAWARNA S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
61	20605729399	SARHUA TOURS PERU E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
62	20605765301	HOSPEDAJE SAUNA LOS INKAS E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	JESUS NAZARENO	50115
63	20605769048	INVERSIONES & EXPORT KILLARY E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	JESUS NAZARENO	50115
64	20606118253	QURI WASI ECOLOGE S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	PACAYCASA	50107
65	20606165456	ASOCIACION DE TURISMO RURAL - VINCHOS	ASOCIACION	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
66	20606532785	GRUPO VRAC E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
67	20606623730	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS	ASOCIACION	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
68	20606711647	EMPRESA AGROPECUARIA LA PRADERA DE SACHA	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	50105
69	20606828374	COMPLEJO TURISTICO HANAN PACHA S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
70	20606957824	GRUPO COSADI S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
71	20607250198	ESTACIONAMIENTOS AYACUCHO E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
72	20607730131	GRUPO RAMIREZ ORE CONSULTOR, EJECUTOR DE	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CARMEN ALTO	50104
73	20607865800	WODAN E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
74	20608076884	DEL ANDE GRANJA INTEGRAL S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	50105
75	20608291912	MULTISERVICIOS "J&D" SOLUCIÓN E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
76	20608335545	ECOGLAMP EXPERIENCE E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
77	20608392131	DONAZAGAS E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
78	20608496948	VIAJES COORDENADAS E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
79	20608645153	HOSTAL DEL FARAON E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
80	20608770608	HOSTAL LUNA AZUL ALYU S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
81	20608963376	AS ASOCIADOS Y HOTELES S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
82	20609057115	RECUMBRE HOTELERIA Y TURISMO E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CA	50116
83	20609132290	MESONERO S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
84	20609193671	SIERRA DORADA HOTEL Y EVENTOS S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SOCOS	50112
85	20609530520	AYPER CONTRATISTAS GENERALES S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
86	20609564548	INVERSIONES HNOS BEDOYA S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101

87	20609700085	SAYA TEC E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CARMEN ALTO	50104
88	20609742349	APU WASI S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	QUINUA	50108
89	20609759365	CENTRO VACACIONAL TURISTICO PARADA 8 S.A.C	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
90	20609844567	CARNIVOROS PARRILLAS Y CARNICERIA S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
91	20609896281	ALTOANDINO S.A..C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
92	20610141642	7 LAGUNAS AZULES TOURS S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	50105
93	20610276637	HOTEL PUERTA DE AYACUCHO E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
94	20610426132	HOSPEDAJE PRADO ENCISO E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CA	50116
95	20610579443	INVERSIONES NACIONALES TURISTICAS CALROM S	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
96	20610995005	ECOLOGDGE CHUPAS WASI S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	50105
97	20611159375	KAY PACHA ECOLOGDGE E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CA	50116
98	20611247584	HOSTAL EGIPTO E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
99	20611271876	AVENTURA EXTREMA AYAHUARCUNA E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
100	20611309008	CORPORACION KENKOS E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
101	20611424729	CORPORACION CONFIANZA PERU S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
102	20611487691	AGENCIA DE TURISMO MAGICAL TOURS E.I.R.L.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	SAN JUAN BAUTISTA	50110
103	20611512016	INTERNAZIONALE HOTEL GROUP S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101
104	20611555793	SIERRA TRAVEL S.R.L.	SOC.COM.RESPONS. LTDA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	ANDRES AVELINO CA	50116
105	20611662956	HOLDING LA PRADERA S.A.C.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	TAMBILLO	50113
106	20611808837	AYPER & CONTRATISTAS GENERALES TRANSPORT	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5510	AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	50101

**Anexo 8: Fotografías**





