



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Análisis de la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal  
Alameda- Nuevo Chimbote en el periodo 2016- 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Castro Roldán, Stephany Yosilú

ASESOR:

Dra. ESPINOZA RODRIGUEZ OLENKA ANA CATHERINE

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
PLANIFICACIÓN

NUEVO CHIMBOTE – PERÚ

2017

Página del Jurado



Dra. Espinoza Rodriguez Olenka  
Presidenta



Mg. Mario Landers Moscol  
Secretario (a)



Mg. Juan Francisco Salazar Llanos  
Vocal

## **Dedicatoria**

A Dios.

Por haberme concedido llegar hasta este punto y brindarme la fortaleza para alcanzar mis objetivos y metas, además de su infinita bondad y amor, para salir adelante a pesar de las innumerables ocasiones de presión y angustia.

A mi madre.

Por haberme apoyado en todo instante, por la motivación inquebrantable que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre.

Por los ejemplos de persistencia, sacrificio constante y lucha por sacarme adelante, su firmeza que lo definen y que me ha infundado siempre, por el valor evidente para salir adelante y por su amor.

A mis hermanas

Por ser su ejemplo y motivación

El autor.

## **Agradecimiento**

A Dios

Por permitirnos la vida y la salud de todos los días.

A los docentes de la Escuela Académica de Administración de la Universidad César Vallejo

Por su labor de enseñanza y por haber contribuido al desarrollo de mis competencias laborales y profesionales.

A mi profesora Dra. Olenka Espinoza Rodríguez

Por sus sabias enseñanzas y por su asesoría durante toda la planificación y desarrollo del presente trabajo de investigación.

El autor.

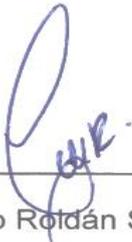
## **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Castro Roldán Stephany Yosilú, con DNI N° 48050949 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chimbote, abril de 2017



---

Castro Roldán Stephany Yosilu

## **Presentación**

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Análisis de la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016- 2017”, con la finalidad de Analizar la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor.

## Índice

Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad problemática.....	11
1.2. Trabajos previos.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.4. Formulación del Problema.....	36
1.5. Justificación del estudio.....	36
1.6. Hipótesis.....	37
1.7. Objetivos.....	37
II. MÉTODO.....	38
2.1. Diseño .....	39
2.2. Variables, Operacionalización.....	41
2.3. Población, muestra .....	42
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, confiabilidad.....	42
2.5. Métodos de análisis de datos.....	44
2.6. Aspectos éticos.....	44
III. RESULTADOS .....	45
IV. DISCUSIÓN.....	58
V. CONCLUSIONES.....	62
VI. RECOMENDACIONES.....	64
VII. PROPUESTA .....	67
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
ANEXOS	

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como principal objetivo Analizar la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017. Este estudio se realizó con la documentación de planificación estratégica del Hostal “Alameda” Nuevo Chimbote, registro de ingresos de huéspedes proyecciones económicas de gastos e ingresos y evidencias empíricas de planificación a quien se aplicó un análisis documental cuyo autor es Gómez (2012), teniendo como resultado una planificación deficiente en el Hostal “Alameda”, en donde se analizó la dinámica del mercado de actividad de hostales en el distrito de Nuevo Chimbote, en donde el Hostal Alameda se encuentra en el grupo de no categorizados dentro de los 16801 hostales de la misma categoría en el periodo enero – junio del 2016, también se realizó el diagnóstico en el Hostal Alameda, en donde se observa el análisis FODA del servicio de alojamiento, asimismo se describieron las actividades de planeación estratégica del Hostal Alameda en el análisis cualitativo realizado, debido a que se realiza una administración empírica ya que no cuentan con la profesionalización requerida en administración hotelera y por último se diseñó la planificación estratégica con proyección económica del servicio de alojamiento del Hostal Alameda. Por tanto, se comprueba que está aplicando una administración empírica del proceso de planeación estratégica de las políticas empresariales internas de planeación.

Palabras Claves: planificación estratégica, misión, visión.

## **ABSTRACT**

The main objective of the present investigation was to analyze the strategic planning of the accommodation service of the "Alameda" Hostel - Nuevo Chimbote in the period 2016-2017. This study was carried out with the strategic planning documentation of the Hostel "Alameda" Nuevo Chimbote, guest income record economic projections of expenses and income and empirical evidence of planning to whom a documentary analysis was applied whose author is Gómez (2012), having as a result poor planning in the "Alameda" Hostel, where the dynamics of the activity market of hostels in the district of Nuevo Chimbote was analyzed, where the Alameda Hostel is in the group of not categorized within the 16801 hostels of the same category in the period January - June 2016, the diagnosis was also made at the Alameda Hostel, where the SWOT analysis of the accommodation service was observed, as well as the strategic planning activities of Alameda Hostel in the qualitative analysis carried out, because an empirical administration is performed since they do not have the professionalization required in hotel management and finally the strategic planning was designed with economic projection of the service of lodging of the Hostel Alameda. Therefore, it is verified that it is applying an empirical administration of the process of strategic planning of the internal business policies of planning.

Key words: strategic planning, mission, vision.

I

# INTRODUCCIÓN

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

Es indiscutible el rol que ha asumido la administración de hotelería o servicio hotelero a nivel mundial en el desarrollo social, político y económico de un país, provincia, ciudad, entre otros. Actualmente el mundo moderno, tan cambiante se encuentra ahora con nuevas exigencias y expectativas por parte de los clientes en los servicios que ellas solicitan, esto hace que las Instituciones o negocios hoteleros o negocios que brindan servicios de alojamiento enfrenten nuevos retos cada día convirtiéndose en un desafío que no se limita solo a las grandes ciudades, sino que abarca a todo el mundo, en especial a las empresas que se dedican a la administración con servicio hotelero.

En la actualidad en un mundo globalizado y moderno, complejo y cambiante, las organizaciones se enfrentan ante nuevas exigencias y expectativas por parte de los clientes en los bienes, servicios y productos que demandan, esta situación genera nuevos retos organizacionales cada día convirtiéndose en un desafío que no se limita solo a las grandes ciudades, sino que abarca a todo el mundo, en especial a las empresas que se dedican a la administración con servicio hotelero.

Cabe destacar que en este rubro hotelero, cada día la competencia se incrementa y acelera, es por esto que en países desarrollados el servicio hotelero es muy eficiente debido a la estrategias administrativas que se utilizan, para atender las diferentes necesidades que tienen sus huéspedes, desde el restaurante hasta sus piscinas o los conocidos sitios de recreación, con el único fin de que los turistas o personas que llegan al hotel encuentren un lugar de descanso agradable o hasta un lugar lleno de diversión y relajamiento, pero con una gestión administrativa de calidad, con un talento humano preparado para enfrentar los retos de permanencia en el mercado.

La planificación estratégica en el sector hotelero constituye una herramienta fundamental que permite la formulación de prioridades, objetivos y estrategias del servicio de alojamiento como apoyo a los recursos técnicos, humanos y financieros que se requieren para el logro de los resultados esperados.

En el caso del Perú, en los últimos años se ha experimentado un crecimiento de la actividad hotelera como producto de las políticas de desarrollo del sector turístico del Perú a nivel nacional e internacional, sin embargo, este crecimiento de la actividad hotelera se ve perjudicada por una serie de problemas críticos que afronta, especialmente por la falta de control de las autoridades del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y de las autoridades de los gobiernos regionales y locales, problemas relacionados con la empírica planificación estratégica del servicio, la deficiente calidad de los servicios de alojamiento que presta, el trato, el confort, la seguridad, etc.

Hostal “Alameda” caracterizado por ofrecer servicios de alojamiento en el distrito de Nuevo Chimbote en función de la práctica de una gestión hotelera basada en la experiencia de su propietario aplica mecanismos empíricos para la planificación, ejecución y evaluación de la actividad de alojamiento realizando una proyección de ingresos económicos que le han permitido en estos años ir dando sostenibilidad al negocio; sin embargo debido a la necesidad de ofrecer el servicio de forma rápida y confiable para sus clientes ha relegado a un segundo plano el cumplimiento de todas las actividades de planificación relacionadas con la formulación de objetivos y metas, elaboración de presupuestos de gastos e ingresos, programación del servicio de alojamiento e implementación de mejoras en el servicio, las mismas que se realizan de forma empírica o dejan entrever la necesidad de una mejora al formular objetivos, metas, estrategias y acciones del establecimiento para lograr resultados deseados a futuro y encaminarlos a cambiar la situación actual que le asegure el crecimiento y mejora de sus servicios.

Una vez identificada la realidad problemática es preciso dar respuesta a una serie de interrogantes de investigación:

- ¿Cuál es la dinámica del mercado de actividad hotelera en el distrito de Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017?
- ¿Cuál es el diagnóstico del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017?
- ¿Cuáles son las actividades de planeación estratégica del servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017?
- ¿Cómo se diseña la planificación estratégica con proyección económica del servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017?

## **1.2. Trabajos previos**

Cervantes (2013) en la tesis:

Plan estratégico para Hotel Bahía Dorada, S.A. de C.V., presentada en el Instituto Tecnológico de Investigación, La Paz, Baja California Sur, llegó a las siguientes conclusiones: Se concluye que la hipótesis planteada es certera dado que, a partir de la aplicación de herramientas y técnicas, así como de metodologías de gestión administrativa se logró diseñar una propuesta de plan estratégico para la empresa Central de Telas Importadas, S.A. de C.V., el cual permitió definir un nuevo enfoque para establecer el rumbo que la organización debe seguir para lograr el crecimiento y posicionamiento deseado por sus accionistas. Tanto el objetivo general como los específicos se cumplieron en su totalidad, ya que se llevó a cabo un diagnóstico, el cual permite determinar las condiciones actuales de la empresa y por tanto, estar en posibilidades de generar la propuesta del plan estratégico.

Para finalizar este trabajo de investigación, se concluye que cada una de las fases integrantes del proceso administrativo son relevantes en la organización, sin embargo, la planeación es la que mayor significancia posee al recaer en ella todos los aspectos que la empresa considera para su actuar diario, por lo que, si se planea formal y adecuadamente se podrán obtener resultados positivos y de trascendencia“(p. 92)

Aquino (2012) en la tesis:

Plan estratégico para el Hotel-Suites Costa de Oro del Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, Ecuador 2012-2016 presentada en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, llegó a las siguientes conclusiones: La industria hotelera tiene grandes proyecciones de crecimiento, lo cual constituye una gran oportunidad y fortaleza para el Hotel “Suites Costa de Oro” debido a que la demanda de turistas en la Provincia de Santa Elena va en crecimiento. Los clientes internos del Hotel-Suites Costa de Oro no tienen conocimiento de la cultura corporativa, es decir no conocen la Filosofía, Misión, Visión, Objetivos y Políticas de la institución, haciendo que los colaboradores no se involucren con la entidad. Los resultados obtenidos indican que los clientes requieren de servicios con mayor valor agregado para hospedarse en el Hotel-Suites Costa de Oro; los principales factores que determinan la utilización del hotel son el precio y la calidad del servicio. El Hotel actualmente carece de estrategias lo que impide alcanzar mejores resultados en cuanto a satisfacción de clientes, posicionamiento de la marca en el mercado y la obtención de mayores ingresos, lo cual puede ocasionar pérdidas económicas y de clientes, esto se debe principalmente a la carencia de una cultura de servicio al cliente. El Direccionamiento del hotel carece de un Plan Estratégico que sirva como herramienta y estrategias administrativas, ya que todas las acciones son operativas y no se enfoca al cumplimiento de objetivos reales, lo que ocasiona la desorientación del cliente interno (p.104).

Montenegro (2011) en la tesis:

La planificación estratégica en el Hotel Turístico Patate y su Incidencia en el Desarrollo organizacional de la Institución en el periodo noviembre 2010, junio 2011 presentada en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. El trabajo llegó a las siguientes conclusiones: La Planificación Estratégica del Turismo en el Cantón Patate está encaminándose correctamente y la estrategia de Turismo de la Provincia de Tungurahua, creada por el Gobierno Provincial y Consejo Provincial de Tungurahua, así como miembros del Comité de Coordinación Provincial de Turismo, son los responsables.

El Hotel Turístico Patate debe contar con una correcta planificación estratégica, ya que de esta manera se puede tomar mejores decisiones para el mismo y podrá operar adecuadamente. Las personas que se beneficiarán principalmente con el funcionamiento del Hotel serán los profesionales, puesto que el Hotel necesita de personas muy bien capacitadas y con experiencia para que este opere adecuadamente, siguiendo los objetivos y estrategias que se hayan planteado en la Planificación Estratégica“(p. 96).

Mendoza (2015) en la tesis:

Planificación estratégica y su relación con la calidad de servicio en los hoteles tres estrellas del distrito de Andahuaylas, 2014 presentada en la Universidad Nacional José María Arguedas, investigación correlacional cuya población estuvo constituida por los 8 hoteles de tres estrellas en Andahuaylas, y la población de huéspedes se obtuvo al recurrir a los hoteles y solicitar la información sobre el total de huéspedes atendidos en el año de referencia y una muestra de 43 huéspedes; llegó a las siguientes conclusiones: El análisis ambiental y la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas del distrito de Andahuaylas, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una

correlación de 0,358, lo que significa que existe una relación positiva baja, demostrando que si los hoteles al desarrollar un análisis ambiental pertinente, el desempeño de la calidad del servicio se llevaría a cabo de forma efectiva.

La formulación de la estrategia y la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas del distrito de Andahuaylas, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación de 0.214, lo que significa que existe una relación positiva baja, demostrando que, si los hoteles llevarían a cabo una adecuada formulación de las estrategias, el desarrollo de la calidad de servicio sería buena.

La implementación de la estrategia, y la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas del distrito de Andahuaylas, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación de 0,152, lo que significa que existe una correlación positiva muy baja.

La evaluación y control de la estrategia, y la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas del distrito de Andahuaylas, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación de 0,147, lo que significa que existe una correlación positiva muy baja.

La planificación estratégica y la calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas del distrito de Andahuaylas, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación de 0,294, lo que significa que existe una correlación positiva baja, con lo que se demuestra la hipótesis general“ (p. 87).

Epifanía (2016) en su tesis:

Análisis de la planificación estratégica institucional de EsSalud en el Hospital III Chimbote – 2015 presentada en la Universidad César Vallejo, Chimbote, investigación descriptiva y corresponde a un diseño no experimental con una población conformada por el personal administrativo e informes del área de planificación y calidad, para la variable planificación estratégica, el instrumento es la guía análisis documental, la técnica que se aplicó es el análisis documental lo cual permitió obtener los resultados, análisis de los resultados; llegó a las

siguientes conclusiones: Se describió la planificación estratégica institucional en las distintas áreas administrativas del hospital III de Chimbote, en donde se observó que el área de finanzas y costos, el área de adquisiciones y logística tiene una baja calificación en los elementos más tocados fue con respecto a la tecnología que usamos, lo que quiere decir es que no se está utilizando de la manera que se espera. Se identificó el nivel de planificación estratégica que en la figura se puede observar que en el área de planificación tiene 17% en lo que implica que su rango es bajo, el área de finanzas y costos tiene 14% estando en el rango bajo, el área de recursos humanos tiene 19% estando en el rango bajo, el área de asesoría jurídica tiene 18% estando en el rango bajo, el área de adquisiciones y logística tiene 17% estando en el rango bajo, el área de control patrimonial tiene 15% estando en el rango bajo, indicando que cumple algunos elementos, pero no se realizan en su totalidad. La matriz PEYEA se utiliza como herramienta para determinar la postura estratégica apropiada. El resultado del análisis muestra la ubicación del sector salud, ha tenido ha tenido fuerza financiera en un ambiente que no está creciendo, además no tiene ventajas competitivas importantes, por otro lado, padece de ventajas competitivas importantes en un ambiente tecnológico estable, pero con ventajas descendentes. En los resultados obtenidos y encontrándose ciertas deficiencias se ha diseñado una propuesta para mejorar la planificación estratégica institucional en el hospital III de Chimbote“(p. 81)

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

La planificación es la determinación de fines y la disposición de los medios necesarios para sus realizaciones.

Koontz, Wehrich y Cannice (2012) aducen que “la planificación es el proceso que consiste en el establecimiento de metas, la elección de los medios para el logro de esas metas, la formulación de la filosofía empresarial, de los objetivos estratégicos y del conjunto de actividades orientadas a su

consecución y de la adecuada toma de decisiones para evaluar su cumplimiento. Es un proceso hermano del control, por ello son inseparables. No se puede controlar sin planear, porque los miembros de la organización no podrán evaluar hacia dónde dirigir sus acciones, si previamente conocer hacia dónde se debe ir” (p. 123).

En este sentido, la planeación es el proceso administrativo orientado a la formulación de objetivos, acciones y medios para lograr los propósitos de la organización. Además, permite mediante el análisis situacional del entorno identificar los riesgos, así como mejorar los recursos y diseñar las estrategias para lograr las metas de la organización.

Monteagudo (2008) aduce que “a través de la planeación se responde a interrogantes respecto a las metas, objetivos y aspiraciones de la organización. Es un instrumento a largo plazo que permite realizar la evaluación de las ventajas y riesgos del conjunto de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para reorientarlos hacia la productividad“(p. 68).

Por tanto, la planeación estratégica es el proceso que sirve como herramienta de proyección del presente al futuro de una organización permitiéndole identificar y evaluar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades dentro del entorno organizacional.

Poyeeaux (2008) sostiene que “la planificación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro“(p. 6).

En este sentido, la planificación estratégica es el proceso por el cual una institución o una organización se anticipan y decide sobre su direccionamiento hacia el futuro a partir del análisis situacional del entorno; con la participación de todos los actores tanto internos como externos que tienen intereses comunes sobre el destino de la organización.

Frances (2006) aduce que “la planificación es el proceso que define de forma sistemática los lineamientos estratégicos, o líneas maestras de la organización, se desarrolla en guías detalladas para la acción, se asignan recursos y se plasma en documentos llamados planes“(p. 96).

En este sentido, la planificación estratégica implica la toma de decisiones respecto de las actividades que debe organizar la empresa para lograr sus propósitos que va desde la formulación de sus objetivos hasta el logro de las metas esperadas.

Mazacón (2007) afirma que

Según su importancia la planificación estratégica es un proceso relevante para la gerencia del talento humano y para los directivos de la organización porque favorecerá los otros procesos administrativos de organizar, dirigir y controlar. Por ello una adecuada ejecución de la planeación favorece la consecución de objetivos y el logro del éxito deseado por la organización“(p. 56).

En este sentido, la planificación estratégica es una herramienta valiosa para la gestión de recursos humanos es decir para organizar, dirigir y controlar a los talentos humanos de la empresa.

Gómez (2005) señala que:

La formulación estratégica se debe iniciar con el establecimiento de la visión y misión de la organización, el enunciado de los intereses organizacionales, de sus valores, y del código de ética que normaran el accionar de la organización; la evaluación de los factores externos e internos que influyen en la organización; el análisis del sector industrial y de los competidores; la determinación de los objetivos estratégicos de largo plazo, y determinara con la identificación y delegación de las estrategias específicas que permitirán, al implementarse, mejorar la competitividad de la organización en el ámbito local y/o global para poder alcanzar la visión trazada (p. 79).

Por tanto, la identidad de la institución se logra gracias a la formulación de la misión y visión que define a la empresa como tal y proyecta su imagen y servicio que ofrece a la comunidad en el futuro, así como el establecimiento de los principios y valores que definen la actividad de la organización.

Strickland (2005) afirma que “la misión es una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir”(p. 47).

Gonzales (2012) aduce que la misión “define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas” (p.35)

Según los autores la misión debe satisfacer las necesidades del consumidor para la organización, de esta manera se pueda fortalecer las razones de su existencia, se dirige a planear y tomar en cuenta las decisiones pertinentes para la organización,

Fleitman (2006) afirma que en el mundo empresarial, “la visión se define como el camino al cual se dirige una organización en la que se planea a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad” (p.24)

Strickland (2006) aduce que “el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo” (p.54)

Tortorella (2012) afirma que “la palabra habla de ver, ver a dónde quieres llegar o a donde te diriges como persona o como organización. Implica destino y propósito”(p.32).

Según los autores la visión va dirigida hacia un futuro empresarial, con un solo fin donde la cual se debe tomar en cuentas las decisiones estratégicas que se apliquen en la competitividad.

Seligman (2003) aduce que “las fortalezas y las virtudes actúan a modo de barrera contra la desgracia y los trastornos psicológicos y pueden ser la clave para aumentar la capacidad de recuperación” (p.56)

Buckingham y Clifton (2012) asume que: “Las fortalezas a partir de la relación que tienen con el desempeño y el rendimiento de una persona. También las definen asociándolas con los comportamientos de eficiencia y eficacia en la ejecución de una actividad“(p.23)

Según las fortalezas se define como comportamientos en el cual se manifiesta por tener una buena eficiencia y eficacia en la realización de una función.

Münch (2013) define que: “Los puntos débiles, factores propios de la empresa que obstaculizan e impiden el logro de los objetivos“(p.37).

Según los autores definen la debilidad como una limitación de fortaleza, esto indica que la relación no se efectúa de manera que se puedan establecer o apropiar acciones en el modo que evite el avance.

Capella (2001) afirma que: “En esta etapa el marco analítico de formulación de estrategias se hace uso de la herramienta como es la matriz FODA, mediante las cuales se originaran estrategias opcionales para la superación de la organización“(p.47)

D`Alessio (2015) afirma que: “Respecto al éxito en la formulación estratégica debemos tener en cuenta el aporte que una formulación estratégica será exitosa en la medida en que el gerente lidere el proceso logre un adecuado y permanente monitoreo de las variaciones que se presentan en el

entorno, en la competencia y especialmente en la demanda (clientes y consumidores), y le imprima un carácter interactivo al proceso“ (p. 27).

En ese sentido, el éxito de la formulación de la estrategia depende de las capacidades del gerente para liderar y monitorear el comportamiento del entorno, la oferta y la demanda.

Mintzberg (1997) afirma que:

Respecto a las etapas del proceso de planificación “la planeación estratégica implica el establecimiento de objetivos, la elaboración de presupuestos y planes operativos al final. La formulación de objetivos es la etapa inicial mediante la que se establecen metas generales para la empresa las cuales en función de la estructura organizacional se van descomponiendo para formular los objetivos cuantitativos, que dan como resultado el primer producto de la planeación: los objetivos jerarquizados (p. 155).

Por tanto, la formulación de objetivos y de su jerarquización constituye la primera fase de la planeación estratégica.

Mintzberg (1997) respecto a la Fase de auditoría afirma que: “en la fase de auditoría se hace uso de técnicas para formular una serie de previsiones respecto al perfil del entorno empresarial en el futuro las oportunidades y amenazas que afectarán el desarrollo de la empresa“(p. 156).

Por tanto, la fase de auditoría permite recoger información de las dificultades y deficiencias de la organización con la finalidad de asumir medidas correctivas e implementar mejoras a nivel de la empresa para lograr los resultados y metas esperadas.

Mintzberg (1997) afirma que:

En la fase de auditoría interna se determinan las fuerzas y debilidades para realizar las actividades de la empresa. Existen diferentes técnicas para analizar la organización: las listas de cotejo o verificación de aspectos internos de la

organización creado por Ansoff en 1965; el análisis de la organización a través de sus actividades mediante la cadena de valor de Porter de 1985; el estudio de los recursos y capacidades de la organización de Grant en 1991 y 1996 o el enfoque en la detección de competencias distintivas de Hamel y Prahalad de 1995 (p. 155).

Por tanto, las fases de la auditoría cumplen una función muy importante para la organización por cuanto se aporta un valor a la información recogida que se utilizará para tomar las decisiones pertinentes para la formulación de mejoras a nivel de la organización-

Mintzberg (1997) aduce que en “la fase de evaluación y selección de la estrategia se emplean técnicas administrativas o financieras para la evaluación inmediata de las estrategias más adecuadas para actuar en situación presente y futura del entorno inmediato como en entorno futuro“(p. 158).

Por tanto la fase de evaluación y selección de la estrategia permitirán a la organización saber cómo actuar tanto en el hoy como en el mañana de la empresa.

Mintzberg (1997) afirma que:

La elaboración de las alternativas estratégicas, por ser un proceso sintético, se resiste a la sistematización: es difícil, si no imposible, encontrar técnicas que permitan obtener alternativas estratégicas que se puedan adaptar a las condiciones de una empresa determinada. El papel de las técnicas en este momento del proceso es el de comparar alternativas: por ejemplo, la metodología del presupuesto de capital permite determinar el valor económico esperado para cada una de las alternativas, si se cumplen las previsiones establecidas en cada una de ellas (p. 158).

En esta fase pues, se buscan las estrategias más adecuadas para la formulación del presupuesto que se ajuste a las condiciones económicas de la empresa.

Mintzberg (1997) afirma que:

Para la elaboración de la estrategia una vez que se ha decidido la estrategia a seguir esta deberá convertirse en operativa, a través de una serie de programas de acción con recursos asignados en el presupuesto y para los que se han establecido unos objetivos que permiten medir y controlar el grado de ejecución de los diferentes programas, y en definitiva de la estrategia. Además de los presupuestos, en esta fase pueden obtenerse las jerarquías de estrategias y programas de acción de la organización“(p. 159).

En este sentido, la elaboración de la estrategia además de la formulación de los presupuestos se establecerá la jerarquía de las estrategias y los programas de acción para operativizar las actividades de la organización.

Mintzberg (1994) aduce que:

El control del desempeño implica que en la organización tanto objetivos, presupuestos, estrategias, programas se integrarán en un conjunto de planes operativos, denominado “plan maestro”. En ese sentido el control del desempeño evaluará dentro de la estrategia articulada en el plan maestro el cumplimiento de los objetivos, presupuestos, planes operativos y programas de acción. Además, este proceso tiene lugar cuando las acciones planificadas han concluido (p. 160)

En este sentido a través del control del desempeño se elabora el plan maestro que evaluará el cumplimiento de todas las actividades de la planificación estratégica.

Mintzberg (1994) aduce:

Existe otro proceso que constituye un segundo nivel de planificación: la planificación de la planificación o también llamada el calendario o cronograma de todo el proceso, que en organizaciones concretas asume la forma de proyecto con fases, cronogramas bien definidos y rígido en algunas ocasiones“(p. 160).

Por tanto, la planificación de la planificación es el proceso donde se establecen los cronogramas, actividades que deberá ejecutarse para llevar a cabo la planificación de una organización.

Chiavenato (2011) afirma que “el proceso de planificación estratégica comienza con la iniciativa e impulso del proceso, y termina con el control del rendimiento de la organización según los estándares establecidos en la propia planificación“(p. 26).

En conclusión, la planificación estratégica requiere de una motivación para el inicio de este proceso y culmina con la evaluación de la productividad organizacional de acuerdo a los estándares de la misma planificación.

Oriol (2010) aduce que:

El servicio de alojamiento es una rama del turismo, y es muy importante dentro de ésta; porque se dedica, de manera profesional y habitual (a proporcionar hospedaje o residencia, a los turistas en sus viajes, con o sin prestación de otros servicios. Este servicio está dotado de instalaciones y servicios mínimos que reglamentariamente estén determinados para cada tipo, grupo, modalidad y categoría; según el confort y el lugar donde se encuentren, ya que cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades (p. 112).

Por ello, el servicio de alojamiento dentro de la actividad turística presenta un eficiente motor en su desarrollo capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras e impulsar otras actividades productivas.

Respecto a la actividad hotelera, Felipe (2002) aduce que:

La actividad más productiva para el establecimiento hotelero es la que corresponde al hospedaje. Con excepción de aquellos cuya capacidad para alojar clientes es mínima y la base principal de su negocio se centra en la restauración, el resto trata diariamente de lograr unos índices de ocupación

máximos que permitan la obtención de unos mayores y mejores resultados“ (p. 36).

Por tanto, el hospedaje es la actividad hotelera más productiva que asegura la mayor cantidad de ingresos económicos y mejores resultados para el establecimiento hotelero.

Oriol (2010) aduce que: “La actividad hotelera, es una actividad mercantil de venta de servicios de alojamiento y gastronomía, destinada a satisfacer los requerimientos del público viajero, esta tiene características generales, que la diferencian de otras actividades comerciales e industriales“ (p. 113).

Por lo tanto, dentro de la actividad hotelera los servicios de alojamiento y la gastronomía son los principales servicios que requieren los clientes cuando acuden a un hotel.

Torres (2006) aduce que:

Las características generales, más resaltantes, de este sector son: gran diversidad y complejidad, rigidez de la oferta, condicionamiento a factores externos y demanda elástica. Cabe resaltar que los grandes hoteles urbanos procuran conseguir que sus huéspedes ya no tengan que salir del hotel para comprar cualquier cosa; otros hoteles modifican sus servicios, dependiendo de su tamaño y de su ubicación (p. 77).

Por tanto, existe la tendencia a contar con hoteles que presten la mayor cantidad de servicios a sus huéspedes para cubrir todas las necesidades que se presenten durante su estancia.

Torres (2006) aduce que:

Es común que los hoteles, específicamente los de cuatro estrellas, ofrezcan muchos de los siguientes servicios: bar independiente, habitación con baño privado, aire acondicionado y calefacción, alarma, detector y

extinguidor de incendios, frigobar, televisión a color, radio, teléfono, tóxico, estacionamiento de vehículos, ascensores, etc., para brindar este servicio deben disponer de 30 habitaciones“ (p. 78).

En este sentido, el número de habitaciones, la calidad de los diferentes servicios que ofrecen como bar independiente, habitación con baño privado, aire acondicionado y calefacción, alarma, entre otros son requisitos indispensables para la categoría de hoteles de cuatro estrellas.

Felipe (2002) aduce que:

La actividad hotelera está sometida a una continua evolución, por lo que los estudios sobre las motivaciones y las tendencias sociales y culturales del turista desempeñan un papel fundamental en el acercamiento de la oferta a las nuevas tendencias de la demanda (p. 37).

En este sentido, el análisis del perfil de los turistas cumple un papel fundamental para las propuestas de ofertas y demandas de los destinos turísticos y hoteleros.

Felipe (2002) aduce que:

Los hoteleros, en los próximos años, habrán de tener en cuenta numerosos factores económicos, políticos, ecológicos, tecnológicos, etc., ya que solo aquellos que logren introducir cambios y adaptar el producto a las necesidades del cliente y de la sociedad saldrán adelante; el resto encontrarán grandes dificultades para permanecer en un sector en continua evolución “ (p. 38).

En este sentido, el análisis del entorno y de los factores económicos, políticos, ecológicos, tecnológicos, permitirá al empresario hotelero mejorar sus propuestas de servicio de alojamiento para generar impacto en los usuarios de este tipo de servicios.

Felipe (2002) aduce que: “Los directivos a cambiar constantemente sus estrategias, buscando clientes para sus habitaciones libres, reduciendo precios, accediendo a otros “nichos”, aunque estos no tengan nada que ver con su demanda inicial o potencial.

Por esta razón, hoy en día, ya no se trata de construir hoteles; el objetivo es diseñar espacios con “forma” donde se expresan las nuevas superficies para el descanso, el relax, el trabajo, la diversión, la gastronomía y el ocio en general.

Fuller (2009) aduce que:

El servicio de alojamiento es uno de los sectores más importantes de la economía de los países a nivel mundial, debido a que el turismo ha generado un crecimiento notable en los destinos turísticos más importantes en el Perú en los últimos siglos (p. 115).

Por tanto, esta actividad en el Perú al ser una fuente de generación de empleos y de ingresos económicos constituye un sector importante para la economía nacional.

Fuller (2009) aduce que: El servicio de alojamiento es una actividad con un importante efecto multiplicador que genera gran impacto en la economía de las naciones donde se desarrolla y ofrece a los turistas o visitantes. (p. 117).

En ese sentido, el sector hotelero siendo una actividad derivada de la actividad turística genera impacto económico positivo por el impacto turístico.

Tinoco (2003) aduce que:

Entre los principales impactos positivos que genera el turismo se puede mencionar su contribución a la generación de empleos; empleo directo (hoteles), empleo indirecto (taxistas, recepcionistas, mozos). También su conexión con otros sectores empresariales, como construcción, comercio y

servicios en general. Se le reconoce además su contribución al equilibrio de la balanza de pagos y al aumento y distribución de la renta (p. 81).

Por tanto, son diferentes los impactos positivos del servicio de alojamiento los cuales están vinculados a la generación de empleos, la conexión con otro tipo de empresas y sus aportes al crecimiento económico del país.

En relación a los establecimientos hoteleros y su clasificación, MINCETUR (2004) señala que:

Dentro del conjunto de medios de alojamiento turísticos pueden distinguirse un grupo de alojamiento de tipo hotelero, y otro grupo de tipo extrahotelero (albergues, ecolodge, etc.). Los establecimientos de alojamiento se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma: hotel, apart - hotel, hostel, resort, ecolodge y albergue (Reglamento de Establecimiento de Hospedaje D. S. N° 029-2004 - MINCETUR, 2004).

Por tanto, la actividad hotelera en función de sus establecimientos puede clasificarse en los de tipo hotelero y los del tipo extrahotelero.

Felipe (2002) aduce que: “el sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario“(p. 39).

Por tanto la actividad hotelera comprende a todos aquellos negocios dedicados a prestar servicios de alojamiento con propuestas diversas en cuanto a precios y atención complementaria a este tipo de servicio.

Felipe (2002) afirma que:

En el desarrollo de las operaciones de una organización hotelera, aunque con diferencias importantes según la categoría del hotel, su dimensión, ubicación y localización geográfica y otras características de tipo estructural, se presenta una diversidad de procesos particulares de gran complejidad“ (p. 40).

De ahí, que el funcionamiento y actividad del hotel es complejo en función de las características de calidad que ofrece a sus usuarios.

Fuller (2009) aduce que:

El hotel es el establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Este tipo de empresas se clasifica en cinco categorías que se identifican por estrellas doradas con el símbolo H. Algunos hoteles pueden recibir alguna regulación más específica según sean de montaña, de balneario, de congresos, etc“. (p. 118).

Por tanto, la definición de hotel es específica en función de su número de habitaciones y la categoría en la cual está ubicado, por ejemplo, según la estrella. Para mostrar su categorización, deberán cumplir con las condiciones mínimas que correspondan a la categoría, teniéndose en cuenta el número de habitaciones, extensión de los salones, servicios y equipos con que cuenta, servicios generales, personal calificado y comodidades que ofrecen para ser ubicados en la respectiva categoría.

El Reglamento de Establecimiento de Hospedaje D. S. N° 029-2004-MINCETUR establece la categorización de Hoteles.

Mincetur (2004) afirma que:

El Apart Hotel es el establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración, donde prestan el servicio de hospedaje. Pueden ser categorizados de tres a cinco estrellas y deben ofrecer como mínimos televisor, internet, teléfono para comunicación nacional e internacional.

Por tanto, el apart hotel se compone de departamentos que también prestan servicios de hospedaje y solo se categorizan de tres a cinco estrellas

Mincetur (2004) afirma que:

El hostel es el establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 6 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hostales de 1 a 3 estrellas. Mínimamente deben tener internet, caja fuerte, prestar servicios de limpieza en habitaciones y ambientes, custodia de equipaje de usuarios del servicio, primeros auxilios y cambio regular de toallas y sábanas (p. 39).

Por lo tanto, el hostel es un establecimiento cuya categoría solo son de una a tres estrellas solo cuenta con pocas habitaciones y sus instalaciones son muy similares.

Felipe (2002) afirma que:

El resort es el establecimiento ubicado en zonas vacacionales como playas, ríos y otros de entorno natural, que ocupa la totalidad de un conjunto de edificaciones donde se presta habitualmente el servicio de

alojamiento no permanente, y posee una extensión de áreas libres alrededor del mismo. Pueden ser categorizados de tres a cinco estrellas. (p. 40).

En este sentido, el resort es un establecimiento de hospedaje que se ubica en ambientes naturales cuya finalidad es básicamente promover el turismo ecológico.

Felipe (2002) afirma que: “El ecolodge es el establecimiento de hospedaje de tipo eco turístico debido a que sus actividades se desarrollan en contextos naturales. Su funcionamiento y administración debe ser sensible y de acorde armónico con el respeto y protección del ambiente” (p. 41).

En este sentido, el ecolodge también comparte las características del resort por cuanto es un establecimiento de hospedaje cuya finalidad es básicamente promover el turismo ecológico.

Felipe (2002) afirma que: “El albergue presta servicio de alojamiento de preferencia en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines, que determinarán la modalidad del mismo” (p. 41).

En ese sentido, el albergue a diferencia de otro tipo de establecimiento de hospedaje ofrece servicios de habitación comunes para un grupo de personas cuyas características también son afines.

Respecto a las características de la industria hotelera, Tinoco (2003) aduce que:

Los hoteles constituyen uno de los elementos más importantes de la industria turística de un país. Un país puede tener en su territorio el máximo número de atracciones turísticas de las clases más diversas, pero

sin buenos y confortables hoteles no es posible que aumente su turismo“(p. 82).

En ese sentido, los hoteles constituyen parte de las actividades turísticas que deben convertirse en grandes atractivos para visitantes nacionales y extranjeros.

El alemán Haussler (1986, citado por Tinoco, 2003) afirmó que:

La base de un turismo próspero es la industria hotelera eficiente ya que al brindar un buen alojamiento y una excelente gastronomía permitirá satisfacer las necesidades básicas de los turistas. Al igual que la opinión de Joseph Stradner: “El alojamiento y la comida juega en el turismo un importante papel” (p. 84).

Por lo tanto, la actividad turística de un país se vuelve atractiva cuando se presta un buen servicio hotelero y se ofrece una variedad gastronómica que atrae a más turistas.

Tinoco (2003) aduce que:

Actualmente el tamaño de la industria hotelera es inmenso en los cinco continentes por contar con una gran variedad de centros turísticos por visitar y por el apoyo tanto de las autoridades como por la sociedad misma en la conservación de los centros a ser visitados. Especialmente, ahora en el Perú ha crecido la industria inmobiliaria dando como resultado las edificaciones de grandes hoteles tanto en Lima como a nivel Nacional en centros estratégicos de centros de visitas por turistas como en centros estratégicos donde la persona desea conservar un momento de tranquilidad en un lugar a solas como lo es en un hotel donde contará con diferentes tipos de servicios dentro de ella y a su disposición (p. 87).

En este sentido, la actividad turística ha crecido en los últimos años en todo el mundo y en especial en el Perú siendo la actividad hotelera una de las que genera mayor satisfacción a los turistas.

Condor (2011) señala que:

Lo que busca fundamentalmente la industria hotelera es alcanzar una actividad turística competitiva y sostenible que contribuye a la consecución de los objetivos nacionales de nuestro país, y así generar empleo y alivio a la pobreza en caso de los países en sub-desarrollo (p. 5).

Por tanto, es propósito de la actividad hotelera generar mayor competitividad en el sector y generar mayor fuente de ingresos a las personas dedicadas a esta actividad.

Oriol (2010) aduce que:

Es indispensable conocer las características básicas del servicio que prestan los establecimientos hoteleros, teniendo en cuenta que su principal producto es el alojamiento del cliente. El conocimiento de esas características permite tener éxito en el desarrollo y la implantación de un modelo de gestión que se adapte a las peculiaridades de los hoteles.

Resulta pues que el conocimiento de la actividad de servicio de alojamiento es vital para desarrollar una adecuada gestión del servicio y apuntar al logro de la satisfacción del cliente.

Oriol (2010) aduce que:

No debe trasladarse el servicio al usuario, pues es este a quien se le ofrece la prestación del servicio para que pueda acceder a él. La actividad

hotelera tiene que focalizarse en la atención al cliente y adaptar el servicio que ofrece a las circunstancias que condicionan su entorno (p. 118).

En este sentido, el servicio de alojamiento ha de estar siempre dispuesto a atender con rapidez y dinamismo los requerimientos del usuario del servicio.

Oriol (2010) aduce que cuando se produce un incremento de la demanda de habitaciones es muy poco probable que el hotel pueda cubrir esta necesidad en el corto plazo (p. 119).

De ahí que en determinadas circunstancias como fiestas, celebraciones, aniversarios o actividades locales, provinciales o regionales la capacidad del servicio de alojamiento no está preparada para atender la gran demanda del servicio.

Oriol (2010) aduce que:

Para garantizar la satisfacción del cliente con el propósito de satisfacer sus demandas, los hoteles deben de adaptarse a las diferentes necesidades de sus clientes y ofrecer servicios diversos para cubrir estas necesidades como: lavandería, plancha, gimnasio, teléfono, cambio de divisas, etc. Ello hace del hotel un servicio que ofrece servicios diversos en los cuales se puede ofrecer un café al cliente, jugarse un partido de tenis, alojarse una noche, utilizar el servicio de mueble-bar, disfrutar de una sesión de masajes, etc. (p. 119).

En ese sentido, resulta vital que el servicio de alojamiento que ofrecen los establecimientos de hospedaje esté preparado para atender a las necesidades y demandas de sus clientes y puedan ofrecer valor agregado al servicio que les permite ser competentes en el mercado.

Oriol (2010) aduce que:

En cuanto a la estructura y comportamiento de los costes de los establecimientos hoteleros puede remarcarse que "los costes fijos como remuneraciones, gastos publicitarios, instalaciones y muebles entre otros son muy altos en comparación con los costes variables. El contacto continuo garantiza un servicio eficiente en la actividad hotelera, la venta de productos genera ingresos extras, la atención durante todo el día, implica planificar el trabajo del personal para atender a los clientes cada vez que ellos lo soliciten a cualquier hora del día (p. 121).

Por esta razón al momento de planificar las actividades del servicio de alojamiento deberá tomarse en cuenta los costes fijos y variables para su adecuada administración.

#### **1.4. Formulación del problema**

¿Cómo se realiza la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017?

#### **1.5. Justificación del estudio**

La presente investigación es conveniente porque sirve para la elaboración de un diagnóstico institucional de la planificación estratégica de servicios de alojamiento, especialmente del Hostal "Alameda" de Nuevo Chimbote.

Así mismo, tiene relevancia social porque beneficia a los trabajadores del negocio por cuanto se percibe una mejor organización de las actividades programadas en el servicio de alojamiento dado que institucionalmente se cuenta con las previsiones del caso y el presupuesto requerido para ser desarrollo con calidad y eficiencia.

Tiene implicancias prácticas debido a que su ejecución fomenta la resolución de dificultades que se presente en el entorno inmediato o futuro

del servicio de alojamiento en relación a la planificación estratégica del servicio de alojamiento, permitiendo formalizar y organizar actividades relacionadas con el diagnóstico del servicio de alojamiento, mejorar la organización de las actividades del servicio de alojamiento, así como uniformizar y sistematizar las proyecciones económicas obtenidas mensual, semestral y anualmente.

Su utilidad metodológica se justifica porque se empleó instrumentos como el análisis documental para analizar dentro del contexto local a la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote 2016.

### **1.6. Hipótesis**

**Hi:** Existe una planificación deficiente en el Hostal “Alameda” Nuevo Chimbote en el periodo 2016 – 2017

### **1.7. Objetivos**

#### **Objetivo general:**

Analizar la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

#### **Objetivos específicos:**

O1: Analizar la dinámica del mercado de actividad hotelera en el distrito de Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

O2: Formular el diagnóstico del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

O3: Describir las actividades de planeación estratégica del servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

O4: Diseñar la planificación estratégica con proyección económica del servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017

**II**

# **MÉTODO**

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de investigación

Hernández, et al (2014) aducen.

“El diseño es no experimental porque el investigador no interviene en el estudio para realizar alguna modificación o manipulación de las variables del estudio. El investigador de manera externa analiza cómo se presentan en su ambiente natural fenómenos o hechos que ha de investigarse“(p. 152).

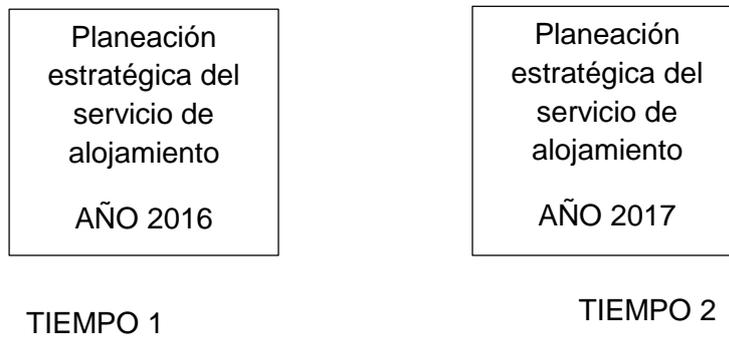
Se aplicó “un diseño longitudinal o evolutivo” y la clase de diseño longitudinal es de tipo: de panel

Hernández, et al (2014) sostienen que:

El diseño longitudinal o evolutivo recolecta datos en diferentes momentos o periodos para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. Tales puntos o periodos generalmente se especifican de antemano. Recolectan datos en diferentes momentos o periodos para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. Tales puntos o periodos generalmente se especifican de antemano (p. 191).

En la presente investigación se utilizó el un diseño longitudinal de panel por cuanto, de los mismos casos o participantes son medidos u observados en todos los tiempos o momentos. Este tipo de diseño sirve para estudiar poblaciones o grupos más específicos y es conveniente cuando se tienen poblaciones relativamente estáticas (Hernández, et al, 2014) (p. 193).

El esquema del diseño longitudinal de tendencia que se utilizó es el siguiente:



Mismas poblaciones muestras distintas

M: Información documental.

O: Observación

x: variable "planificación estratégica del servicio de alojamiento"

## 2.2. Variables, operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Planificación estratégica	Koontz, Weihrich y Cannice (2012): “La planificación es el proceso administrativo que implica el establecimiento de objetivos, metas y medios para alcanzar los propósitos de una organización” (p. 123).	Es el proceso organizacional orientado a recoger información del establecimiento de objetivos, metas y acciones de la organización. Se medirá a través de Dinámica del mercado, Diagnóstico, Actividades de planeación estratégica y Proyecciones económicas	Dinámica del mercado	Demanda Oferta	Nominal
			Diagnóstico	Amenazas Debilidades Fortalezas Oportunidades	
			Actividades de planeación estratégica	Misión Visión Principios y valores Formulación de objetivos Planificación de políticas internas del servicio de alojamiento Formulación del presupuesto de ingresos Formulación del presupuesto de gastos	
			Proyecciones económicas	Diarios Semanales Mensuales Semestrales Anuales	

Nota: Indicadores basados en la teoría de planificación de Koontz, Weihrich y Cannice (2012)

## **2.3. Población y muestra**

### **2.3.1. Población**

Estuvo constituida por la documentación de planificación estratégica del Hostal “Alameda” Nuevo Chimbote.

Registro de ingresos de huéspedes

Proyecciones económicas de gastos e ingresos.

Evidencias empíricas de planificación.

Unidad de análisis: Documentación de planificación estratégica del Hostal “Alameda” Nuevo Chimbote 2016.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

**Técnica:** Análisis Documental

Gómez, Grau, Ingellis y Jabbaz (2012) aducen que: “El análisis documental es un conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento y su contenido bajo una forma diferente de su forma original, con la finalidad de posibilitar su recuperación posterior e identificarlo“(p. 6).

**Instrumento:** Guía de Análisis Documental

Gómez, et al (2012) afirman que: “Una guía documental analiza objetivamente la información contenida en registros, libros, reglamentos o documentos oficiales de una institución. Es utilizada como una técnica de recojo de información cualitativa“(p. 7).

Se utilizaron dos guías de análisis documental de la planificación estratégica del Hostal “Alameda” Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

La guía de análisis documental N°1 contiene información cualitativa de la Dinámica del mercado, Diagnóstico institucional, actividades de planeación estratégica del Hostal “Alameda” Nuevo Chimbote 2016.

La guía de análisis documental N°2 contiene información cualitativa de las proyecciones económicas del Hostal “Alameda” Nuevo Chimbote 2016.

### **Validación del instrumento**

La validez según el instrumento de nuestra investigación será mencionada por 2 expertos en el tema y 1 experto en la metodología, donde ellos tendrán la autoridad de realizar las correcciones necesarias para dicho contenido, donde se muestra los distintos aspectos para hallar la mejora.

### **Validez**

Hernández, et al (2014) afirman que: “la validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Es una cuestión más compleja que debe alcanzarse en todo instrumento de medición que se aplica“(p. 201).

Además se tuvo en cuenta la validez del contenido.

Hernández, et al (2014) afirman que: “la validez de contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es el grado en el que la medición representa al concepto o variable medida“(p. 201).

## **2.5. Métodos de análisis de datos**

Los métodos de análisis de datos que se utilizaron para esta investigación estuvieron comprendidos dentro de los estadísticos descriptivos:

**Tablas:** Son métodos para la presentación de datos estadísticos que permitieron mostrar la información de forma tabulada detallada y ordenada, permitiendo un análisis rápido y objetivo.

**Figuras:** Permitieron una presentación de los datos recolectados sobre las dimensiones del estudio de forma vistosa, atractiva e interactiva, cuyo análisis se presentó adjunto a estos.

## **2.6. Aspectos éticos**

Se contemplaron como aspectos éticos para recoger información de la planificación estratégica: el respeto y confidencialidad de los datos de planificación del Hostal “Alameda”, el respeto a los informantes sin revelar su identidad y la decisión voluntaria para participar dentro del estudio. La presentación de la información se realizó de forma objetiva, metódica, veraz y sistemática.

**III**

# **RESULTADOS**

### III. RESULTADOS

Objetivo específico 1: Analizar la dinámica del mercado de actividad de hostales en el distrito de Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

Tabla 1

*Indicador de Oferta y Demanda de hostales en la ciudad de Nuevo Chimbote*

CONCEPTO	JUNIO		ENERO-JUNIO	
	2015	2016	2015	2016
<b>OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS</b>	19307	19485	19059	19476
<b>Categorizados</b>				
5 ESTRELLAS	43	48	43	48
4 ESTRELLAS	73	85	72	83
3 ESTRELLAS	743	757	744	752
2 ESTRELLAS	1372	1343	1389	1340
1 ESTRELLA	385	386	389	388
Albergues	60	58	58	59
Ecologicos	5	5	6	5
<b>No Categorizados</b>	16626	16803	16358	16801
<b>OFERTA DE HABITACIONES</b>	5	255659	246260	254648
<b>Categorizados</b>				
5 ESTRELLAS	5211	5654	5173	5501
4 ESTRELLAS	5856	6782	5652	6631
3 ESTRELLAS	21743	22209	21610	21995
2 ESTRELLAS	29259	28487	29446	28876
1 ESTRELLA	6702	6893	6736	6872
Albergues	863	873	854	876
Ecologicos	129	131	163	131
<b>No Categorizados</b>	180190	184630	173326	183766
<b>OFERTA DE PLAZAS-CAMA</b>	433576	443562	427214	441473
<b>Categorizados</b>				
5 ESTRELLAS	9888	10534	9932	10240
4 ESTRELLAS	11949	13125	11025	12863
3 ESTRELLAS	40759	41695	40721	40927
2 ESTRELLAS	51514	50118	51692	50497
1 ESTRELLA	11385	11801	11389	11764
Albergues	2052	2184	2066	2141
Ecologicos	278	282	350	282
<b>No Categorizados</b>	306226	313823	300039	312759

Nota: Datos obtenidos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo 2016.

En la tabla 1 se observa el comportamiento de los indicadores de oferta y demanda en el rubro de alojamientos vienen evolucionando constantemente, no obstante algunas regiones requieren evaluar el crecimiento de su capacidad instalada de hostales. En el cuadro se observan lo hostales categorizados y no categorizados 2016. Hostal Alameda se encuentra en el grupo de no categorizados.

Tabla 2

*Oferta de servicios de alojamiento en Hospedajes en la ciudad de Nuevo Chimbote- 2017*

Hotel	Categoría	Dirección	Precio de alojamiento
Hostal "Alameda"	No categorizado	Los Canalones, Nuevo Chimbote	S/. 40.00 *S/. 30.00
Hostal "Leo"	No categorizado	Los Canalones, Nuevo Chimbote	S/. 40.00
Las Casuarinas	No categorizado	Mz M2, Lt 12, Urb. Las Casuarinas	S/. 40.00
Capricornio	No categorizado	Mz C1, Lt 33, Urb. Casuarinas	S/. 40.00
Napolis	No categorizado	Mz H1, Lt 7, Urb. Santa Rosa	S/. 40.00
Hostal Diego	No categorizado	Mz K2, Lt 63, Urb. El Pacífico	S/. 40.00
J Y C	No categorizado	Mz C, Lt 6, A. H. Villa Agraria	S/. 40.00
D Lolos	No categorizado	Mz G, Lt 26, AH. Villa Agraria	S/. 40.00
Las Gardenias	No categorizado	Mz. N5, Lt 3, Urb. Las Gardenias	S/. 40.00
Vargas	No categorizado	Mz. B, Lt 6, Urb. El Dorado	S/. 40.00
Hostal Sol y Mar	No categorizado	Mz. C, Lt 13, A.H. Villa María	S/. 40.00
Correa Jiménez, Vanessa	No categorizado	Mz. B5, Lt 4, Ub. Bella Mar, II Etapa	S/. 40.00
Asturias		Mz. D, Lt 11, Urb. Mariscal Luzuriaga.	S/. 40.00
Hostal "Leo"		Mz. Q 3, Lt 8 S/N, Urb. J.C. Mariategui	S/. 40.00
Hostal "Aries"		Jr Cusco – Primero de Mayo	S/. 40.00
Hostal "Benics"		Av. Pacífico Mz G, Lt 10, Urb. Cáceres Aramayo.	S/. 40.00
Hostal "Sagitario"		Mz C, Lt 11, El Bosque C-13	S/. 40.00
Hostal "Isawa"		Mz X 2, Lt 29, Urb. Casuarinas, II Etapa	S/. 40.00
Los Jardines		Mz A-4, Urb. Santa Cristina	S/. 40.00
Reynas		Mz B-1, Lt 8, Ub. Casuarinas	S/.40.00
Hostal "Dubai"		Mz G, Lt 26, Urb. Agraria	S/. 40.00
Nuevo Hostal Imperial		Calle Fe y Alegría U4 Lt 7, Asent. Humano 3 de Octubre	S/. 40.00
Ruiz Mantilla Ernesto Javier	No categorizado	C2 2, Urb. El Pacífico	S/. 40.00

Nota: Datos obtenidos de MINCETUR- Provincia de Santa

En la tabla 2 se presenta la información de los servicios de hospedaje en la ciudad de Nuevo Chimbote los cuales ofrecen este servicio por un precio estándar de habitación de S/.40.00; sin embargo, el Hostal Alameda ofrece una tarifa corporativa a diferentes empresas por S/.30.00

Objetivo específico 2: Describir el diagnóstico realizado en Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

Tabla 3

*Análisis FODA del servicio de alojamiento del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrece atención las 24 horas del día.</li> <li>• Precios competitivos y adecuados a la economía actual de turistas nacionales.</li> <li>• Ubicación estratégica en la ciudad de Nuevo Chimbote.</li> <li>• Tarifas corporativas para empresas clientes.</li> <li>• Seguridad, garantía y buen servicio brindado por el hospedaje.</li> <li>• Colaboradores que ofrecen buen trato a los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la actividad hotelera y de hospedaje en la ciudad.</li> <li>• Estabilidad política, social y económica de la provincia y del país.</li> <li>• Afluencia de turistas nacionales y extranjeros por la seguridad y los atractivos de la región.</li> <li>• Actividades comerciales, presencia de universidades, oportunidades laborales.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de aplicación de nuevos métodos de trabajo y tendencias de atención al turista.</li> <li>• Falta de innovación y emprendimiento por parte del propietario.</li> <li>• No aplica buenas prácticas de responsabilidad social empresarial para trabajadores y comunidad en general.</li> <li>• Falta de dominio de idioma inglés para recibir turistas extranjeros.</li> <li>• Centralización en la toma de decisiones en el propietario del negocio.</li> <li>• Escaso conocimiento de la cultura y costumbres de los turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>• No se aplica un diseño de puestos y manual de organización.</li> <li>• Falta de profesionalización del propietario y trabajadores en el sector turístico y hotelero.</li> <li>• Empirismo en la planificación estratégica y administración del servicio de hospedaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la competencia en el servicio de hospedaje en la ciudad de Nuevo Chimbote.</li> <li>• Presencia de hospedajes informales en la ciudad de Nuevo Chimbote.</li> <li>• Crisis económica y preferencia por hospedajes informales de bajo costo.</li> <li>• Aumento del índice de delincuencia.</li> <li>• Cambios directrices políticos, económicos y sociales del país.</li> <li>• Globalización.</li> </ul>

Nota: Información obtenida del propietario del Hostal “Alameda”

Objetivo específico 3: Describir las actividades de planeación estratégica del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017

Tabla 4

*Análisis descriptivo de las actividades de planeación estratégica del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017*

Categorías de análisis	Indicadores	Descripción		
		Sí	No	Observaciones
Actividades de planeación estratégica	Misión	X		No se ha formulado científicamente tomando en cuenta los elementos técnicos de la misión.
	Visión	X		No se ha formulado científicamente tomando en cuenta los elementos técnicos de la visión.
	Formulación de objetivos	X		No se ha formulado científicamente tomando en cuenta los elementos técnicos de la misión.
	Objetivo general	X		No se ha formulado científicamente tomando en cuenta la formulación de objetivos dentro del proceso de planeación estratégica del sector hotelero.
	Objetivos específicos	X		No se ha formulado científicamente tomando en cuenta la formulación de objetivos dentro del proceso de planeación estratégica del sector hotelero.
	Valores y principios institucionales	X		No se evidencia la aplicación de valores institucionales en el servicio ofrecido por el hostal

Nota: Información obtenida del propietario del Hostal “Alameda”

De acuerdo al análisis cualitativo realizado se puede observar que si bien es cierto se consideran los aspectos de la planificación de los servicios de alojamiento la formulación de los componentes misión, visión, objetivos y valores institucionales suele ser limitada en cuanto a su construcción ello debido a que se realiza una administración empírica del servicio de alojamiento debido a que el propietario y sus colaboradores no cuentan con la profesionalización requerida de administración hotelera.

Tabla 5

Matriz de evaluación de la misión del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

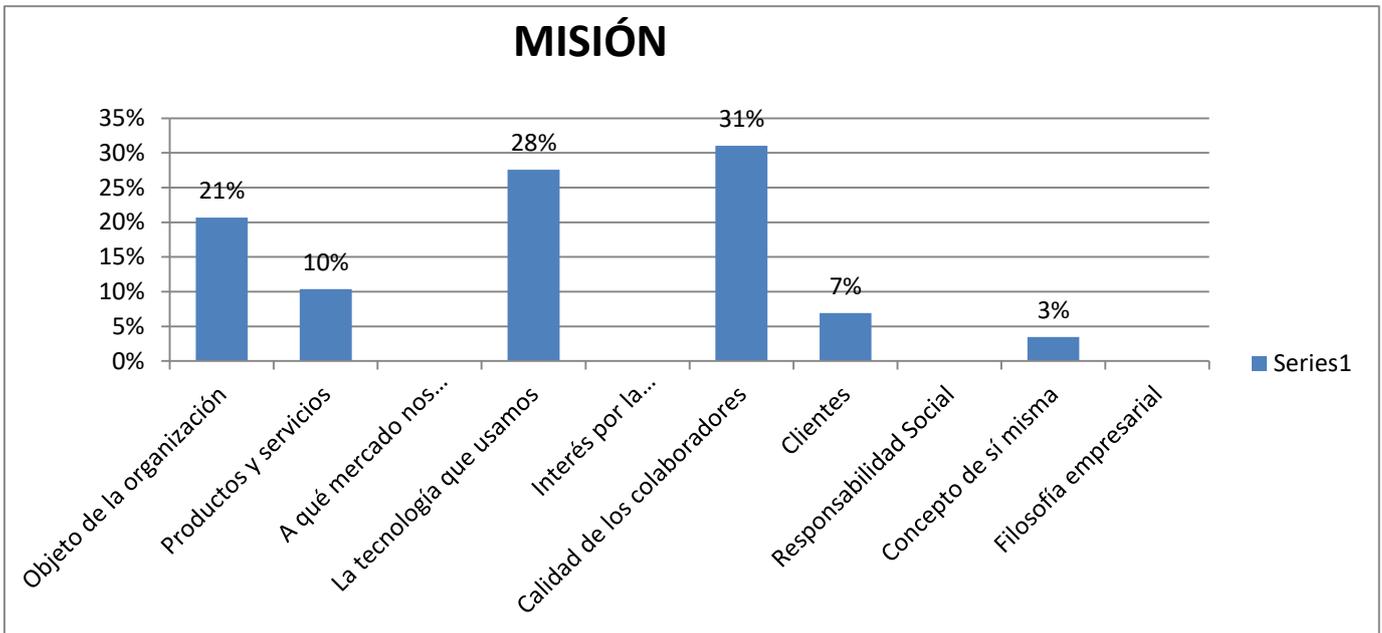
ELEMENTOS DE LA MISIÓN	Condición		Calificación					PUNTAJE
	Sí	No	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
Objeto de la organización	X		0	0	6	0	0	6
Productos y servicios	X		0	0	0	3	0	3
A qué mercados nos dirigimos		X	0	0	0	0	0	0
La tecnología que usamos	X		0	8	0	0		8
Interés por la supervivencia, crecimiento y rentabilidad		X	0	0	0	0	0	0
Calidad de los colaboradores	X			9	0	0	0	9
Clientes	X		0	0	0	2	0	2
Responsabilidad Social		X	0	0	0	0	0	0
Concepto de sí misma	X		0	0	0	0	1	1
Filosofía empresarial		X					0	0
<b>TOTAL</b>								<b>29</b>

Nota: Cuadro realizado por información obtenida del propietario del Hostal “Alameda”

<b>Excelente</b>	<b>Está presente, muy expresado y coherentemente redactado (10 puntos)</b>
<b>Bueno</b>	Está presente, pero no bien expresado y bien redactado (8 - 9 puntos)
<b>Regular</b>	Aparece pero no bien expresado (5 - 7 puntos)
<b>Malo</b>	Está presente, pero no bien expresado, sin buena redacción (2 - 4 puntos)
<b>Pésimo</b>	No aparece en el texto (0 - 1 puntos)
<b>Pésimo</b>	No aparece en el texto (0 - 1 puntos)

Figura 1

*Matriz de evaluación de planificación estratégica del Servicio de alojamiento del*



*Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.*

Nota: Datos de la tabla 5 Matriz de evaluación de la misión del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

En la figura 1 se observa que el análisis de la misión del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote según los elementos de la misión, el objetivo de la organización equivale al 21% de la misión, productos y servicios equivale al 10%, la tecnología que usamos equivale al 28%, la calidad de los colaboradores equivale al 31%, los clientes equivale al 7% y en el concepto de sí misma equivale 3%.

Tabla 6

Matriz de evaluación de la visión del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

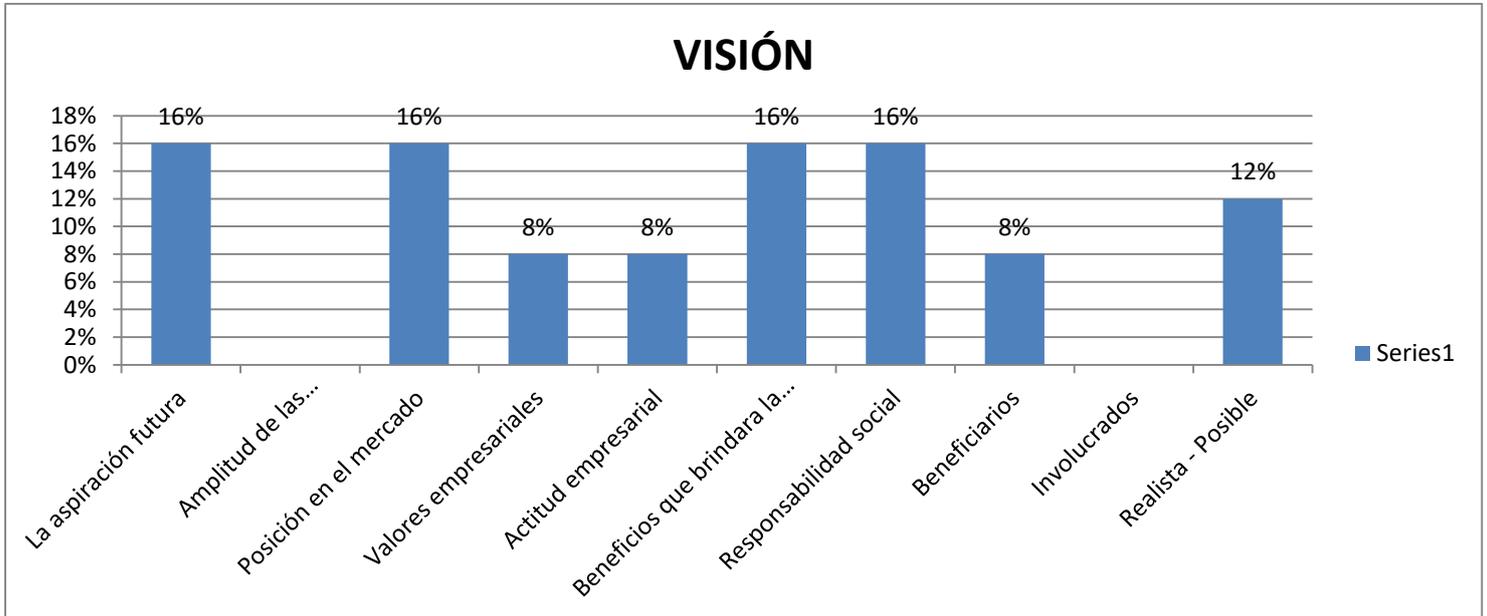
Elementos de la visión	Condición		Calificación					PUNTAJ E
	Si	No	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
La aspiración futura	X		0	0	0	4	0	4
Amplitud de las operaciones		X	0	0	0	0	0	0
Posición en el mercado	X		0	0	0	4	0	4
Valores empresariales	X		0	0	0	2	0	2
Actitud empresarial	X		0	0	0	2	0	2
Beneficios que brindara la empresa	X		0	0	0	4	0	4
Responsabilidad social	X		0	0	0	4	0	4
Beneficiarios	X		0	0	0	2	0	2
Involucrados		X	0	0	0	0	0	0
Realista - Posible	X		0	0	0	3	0	3
<b>TOTAL</b>								<b>25</b>

Nota: Información obtenida del propietario del Hostal “Alameda”

<b>Excelente</b>	<b>Está presente, muy expresado y coherentemente redactado (10 puntos)</b>
<b>Bueno</b>	Está presente, pero no bien expresado y bien redactado (8 - 9 puntos)
<b>Regular</b>	Aparece pero no bien expresado (5 - 7 puntos)
<b>Malo</b>	Está presente, pero no bien expresado, sin buena redacción (2 - 4 puntos)
<b>Pésimo</b>	No aparece en el texto (0 - 1 puntos)

Figura 2

Matriz de evaluación de la visión del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.



Nota: Datos de la tabla 6

En la figura 2 se observa que en el analisis de la visión, la aspiración futura equivale al 16%, posición en el mercado se equivale 16%, los valores empresariales equivale en 8%, la actitud empresarial equivale al 8%, los beneficios que brindara la empresa equivale al 16%, la responsabilidad social equivale al 16%, los beneficiarios equivale al 8%, en lo realista o posible equivale al 12%.

Objetivo específico 4: Diseñar la planificación estratégica con proyección económica del servicio de alojamiento del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.

Tabla 7

*Políticas empresariales internas del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017*

Políticas empresariales internas	Indicadores	Grado de cumplimiento	
		Sí	No
Precios	• Diversas tarifas	X	
	• Tarifas más bajas que la competencia		X
	• Tarifa por temporada		X
Compras/ proveedores	• Selección de proveedor según calidad		
	• Selección de proveedor en función a precios bajos	X	
	• Selección de proveedor según cercanía		
Selección de Recursos Humanos	• Por idoneidad del candidato		
	• Por recomendación de colaboradores y amistades	X	
	• Por proceso de reclutamiento y selección de personal		
Pago de salario	• Mensual		
	• Quincenal	x	
	• Por día		

Nota: Información obtenida del propietario del Hostal “Alameda”

De acuerdo al análisis realizado respecto a la planeación de políticas empresariales internas de planeación estratégica del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017 se pudo constatar que de acuerdo a la información proporcionada por el del propietario del Hostal el precio del servicio de alojamiento se establece y está fijado en diversas tarifas fijas por el tipo de habitación no ofreciendo tarifas bajas en relación a la competencia o tarifas según la temporada, salvo en la época de la Fiestas que se elevan en función de la alta demanda en esa época, en relación a las políticas de selección de recursos humanos se realiza a través de recomendación de colaboradores y amistades no teniendo en cuenta la idoneidad del candidato ni respetando los procesos técnicos de selección y reclutamiento de candidatos idóneos al perfil de los puestos; y en relación al pago de salarios a los trabajadores se realiza quincenalmente sin ofrecer beneficios sociales a sus colaboradores. Por tanto, se comprueba que está aplicando una administración empírica del proceso de planeación estratégica de las políticas empresariales internas de planeación estratégica del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017.

Tabla 8

*Análisis del Presupuesto de Ingresos y de egresos del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017*

<b>Presupuesto</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
Ingresos por alojamiento	x		Su reporte es manual no es computarizado
Ingresos por servicios alternos	x		Su reporte es manual no es computarizado
Ingresos por venta de artículos	x		Su reporte es manual no es computarizado
Egresos por pagos de trabajadores	x		Su reporte es manual no es computarizado
Egresos por servicios de luz	x		Su reporte es manual no es computarizado
Egresos por servicios de agua y desagüe	x		Su reporte es manual no es computarizado
Egresos por servicios de telefonía e internet	x		Su reporte es manual no es computarizado
Egresos por pago de impuestos municipales	x		Su reporte es manual no es computarizado
Egresos por publicidad local	x		Su reporte es manual no es computarizado
Egresos por gastos administrativos	x		Su reporte es manual no es computarizado
Otros egresos	x		Su reporte es manual no es computarizado

Nota: Información obtenida del propietario del Hostal “Alameda”

En la tabla 8 se puede apreciar que en relación al Análisis del Presupuesto de Ingresos y de egresos del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017, los ingresos por alojamiento, ingresos por servicios alternos, ingresos por venta de artículos, egresos por pagos de trabajadores, egresos por servicios de luz, egresos por servicios de agua y desagüe, egresos por servicios de telefonía e internet, egresos por pago de impuestos municipales, egresos por publicidad local, egresos por gastos administrativos, otros egresos se realizan de forma manual, es decir mediante una administración financiera empírica la cual no utiliza las herramientas informática para elaboración de estados financieros o reportes económicos en el Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017

Tabla 9

*Análisis de Proyecciones económicas de Ingresos del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017*

<b>Proyecciones económicas</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
Por servicio de alojamiento diario		X	No cuenta con información de proyección económica.
Por servicio de alojamiento durante una semana		X	No cuenta con información de proyección económica.
Por servicio de alojamiento durante un mes		X	No cuenta con información de proyección económica.
Proyecciones de ingresos semestrales		X	No cuenta con información de proyección económica.
Proyecciones de ingresos anuales		X	No cuenta con información de proyección económica.
Proyecciones ingreso por otros tipos de servicios		X	No cuenta con información de proyección económica.

Nota: Información obtenida del propietario del Hostal “Alameda”

En la tabla 9 se puede apreciar respecto a Análisis de Proyecciones económicas de Ingresos del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017 por servicio de alojamiento diario, por servicio de alojamiento durante una semana, por servicio de alojamiento durante un mes, proyecciones de ingresos semestrales, proyecciones de ingresos anuales, proyecciones ingreso por otros tipos de servicios no se realiza debido a que la planificación en Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017 es de carácter empírico y no se utiliza las herramientas adecuadas para una planificación técnica de sus actividades de funcionamiento.

# **IV**

# **DISCUSIÓN**

#### **IV. DISCUSIÓN**

Es de suma importancia tener conocimiento de la planificación estratégica de una entidad u organización ya sea pública o privada, lo que podemos ver que muchas entidades sobrellevan innumerables desigualdades, debido a la complejidad de los procesos administrativos que desfavorece al ejecutar los objetivos que se tenían planeados, esto se refleja en su mayoría en entidades privadas.

El Hostal Alameda se encuentra en ciertos aspectos deficientes de acuerdo al análisis realizado debido a que se realiza una administración empírica del servicio de alojamiento ya que el propietario y sus colaboradores no cuentan con la profesionalización requerida en administración hotelera.

Es por ello que hubo ciertas restricciones con el administrador, ya que no contaba con el tiempo disponible para hacerle ciertas consultas, se tuvo que recurrir en algunos casos a los trabajadores, aunque la información no era tan precisa. Sin embargo al explicar la relevancia del estudio se obtuvieron datos totalmente confiables.

En la figura 1 se observa el análisis de la misión del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote según los elementos de la misma, el objetivo de la organización equivale al 21% de la misión, productos y servicios equivale al 10%, la tecnología que usamos equivale al 28%, la calidad de los colaboradores equivale al 31%, los clientes equivale al 7% y en el concepto de sí misma equivale 3%. Estando en el rango bajo, indicando que cumple algunos elementos, pero no se realizan en su totalidad. Es decir tiene algunas deficiencias en su estructura de redacción, lo cual puede traer consecuencias en los trabajadores al momento de identificar los intereses de la organización.

Los resultados mencionados anteriormente se corroboran con lo que aduce Bower (2011) acerca que "un modelo de planeación se divide en etapas para el proceso de la planeación estratégica se determinan por la misión o razón de ser, estrategias, tácticas y proyectos"

La misión de la empresa es el conjunto de objetivos de la misma para poder avanzar es por ello que debemos identificar con claridad el propósito de la misma y al identificarlo poder plantear una misión mejorada.

Señala a que de acuerdo a los elementos dados se puede realizar un análisis exacto en cual a la evaluación que se le toma por matriz.

En la figura 2 se observa el análisis de la visión del Hostal Alameda – Nuevo Chimbote que según elementos de la misma, se observa que en la aspiración futura equivale al 16%, posición en el mercado se equivale 16%, los valores empresariales equivale en 8%, la actitud empresarial equivale al 8%, los beneficios que brindara la empresa equivale al 16%, la responsabilidad social equivale al 16%, los beneficiarios equivale al 8%, en lo realista o posible equivale al 12%. Se llegó a ver que tiene puntos que mejorar e involucrar en la redacción de la visión para lograr los objetivos y metas trazadas por la empresa.

Los resultados se corroboran con lo que aduce Trickland ( 2006) acerca que “el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo”.

La visión de Hostal Alameda por ser una institución empírica no cuenta con una visión bien redactada por lo tanto debo formular una visión mejorada identificando antes hacia dónde se dirige la empresa o que es aquello en lo que desea convertirse a largo plazo.

En la tabla 3 el FODA tiene como objetivo crear una lista de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Se han identificado 4 oportunidades que se deben aprovechar, y 6 amenazas que deben ser minimizadas y de ser posible eliminadas. Esto según el aporte del administrador del hostal, a la vez 6 fortalezas y 9 debilidades lo que supone que el entorno del sector es relativamente débil por lo que debe mejorar sus debilidades y potenciar sus fortalezas.

Los resultados son respaldados por el autor Capella (2001) afirma que “En esta etapa el marco analítico de formulación de estrategias se hace uso de la

herramienta como es la matriz FODA, mediante las cuales se originaran estrategias opcionales para la superación de la organización”

Lo mencionado anteriormente se reafirma con la tabla 7 de acuerdo al análisis realizado respecto a la planeación de políticas empresariales internas de planeación estratégica del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017 se pudo constatar que de acuerdo a la información proporcionada por el del propietario del Hostal el precio del servicio de alojamiento se establece y está fijado en diversas tarifas fijas por el tipo de habitación no ofreciendo tarifas bajas en relación a la competencia o tarifas según la temporada, salvo en la época de la Fiestas que se elevan en función de la alta demanda en esa época, en relación a las políticas de selección de recursos humanos se realiza a través de recomendación de colaboradores y amistades no teniendo en cuenta la idoneidad del candidato ni respetando los procesos técnicos de selección y reclutamiento de candidatos idóneos al perfil de los puestos; y en relación al pago de salarios a los trabajadores se realiza quincenalmente sin ofrecer beneficios sociales a sus colaboradores. Por tanto, se comprueba que está aplicando una administración empírica del proceso de planeación estratégica de las políticas empresariales internas de planeación estratégica del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017.

Es importante mencionar por la información recopilada que se deben mejorar los procesos administrativos, ofrecer una mejor ventaja competitiva y potenciar el servicio al cliente, brindando una atención que refleje lo organizada que se encuentra la empresa incentivando y promoviendo las relaciones con los proveedores y con los clientes.

Es por tanto que los clientes de Hostal Alameda no tienen conocimiento de la cultura corporativa, es decir no conocen la misión, visión, objetivos, haciendo que los colaboradores no se involucren con la entidad. Los resultados obtenidos indican que los clientes requieren de servicios con mayor valor agregado para hospedarse en Hostal Alameda. Actualmente éste carece de estrategias es por ello que la presente investigación servirá a futuros investigadores para conocer el estado de los procesos administrativos de HOSTAL ALAMEDA.

**V**

# **CONCLUSIONES**

## V. CONCLUSIONES

- 5.1 Se analizó la dinámica del mercado de actividad hotelera en el distrito de Nuevo Chimbote, en donde a Hostal Alameda se observa el comportamiento de los indicadores de oferta y demanda en el rubro de alojamientos vienen evolucionando constantemente, no obstante algunas regiones requieren evaluar el crecimiento de su capacidad instalada de hostales. En el cuadro se observan los hostales categorizados y no categorizados 2016. Hostal Alameda se encuentra en el grupo de no categorizados dentro de los 16801 hostales de la misma categoría en el periodo Enero – Junio del 2016 (Tabla 1)
- 5.2 Debido a su administración empírica se realizó el diagnóstico en el Hostal Alameda, en donde se observa el análisis FODA del servicio de alojamiento, cuya información fue recopilada por los documentos encontrados y por información brindada por el propietario. (Tabla 3)
- 5.3 Se describieron las actividades de planeación estratégica del Hostal Alameda en el análisis cualitativo realizado, se puede observar que la formulación de los componentes, misión, visión, objetivos y valores institucionales suele ser limitada en cuanto a su construcción debido a que se realiza una administración empírica ya que no cuentan con la profesionalización requerida en administración hotelera. (Tabla 4, 5, 6)
- 5.4 Se diseñó la planificación estratégica con proyección económica del servicio de alojamiento del Hostal Alameda, se puede observar que por la información proporcionada por el propietario que los precios son diversos en cuanto al tipo de habitación y que se mantienen fijos a lo largo del año con excepción en temporadas de festividades. En relación a las políticas de selección de recursos humanos se realiza a través de recomendación de colaboradores y amistades no teniendo en cuenta la idoneidad del candidato ni respetando los procesos técnicos de selección y en relación al pago de salarios a los trabajadores se realiza quincenalmente sin ofrecer beneficios sociales a sus colaboradores. Por tanto, se comprueba que está aplicando una administración empírica del proceso de planeación estratégica de las políticas empresariales internas de planeación estratégica del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017. (Tabla 7, 8 y 9)

**VI**

**RECOMENDACIONES**

## VI. RECOMENDACIONES

- 6.1 Se le recomienda al propietario realizar un análisis anual de la dinámica del mercado de actividad hotelera en el distrito de Nuevo Chimbote para así evaluar en qué posición se encuentra Hostal Alameda respecto a su competencia.
- 6.2 Se le sugiere al dueño de la empresa tomar cartas en el asunto en cuanto a las circunstancias que se antepone por el bajo rango de calificación que se obtuvo en el FODA respecto a los siguientes elementos, como la tecnología que usamos, clientes, responsabilidad social y concepto de sí misma. Lo que se debe aplicar son métodos de medición e indicadores para controlar la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de la visión, misión y objetivos de la empresa.
- 6.3 Al propietario se le recomienda debe tener en cuenta que en la visión, misión, objetivos y valores su rango fue calificado con un nivel bajo. Los elementos como beneficios que brindará la empresa no cumplió las condiciones que estaba en la matriz de evaluación, lo que se recomienda es tener más compromiso con la empresa para poder tener un ambiente de trabajo competitivo.
- 6.4 Se le sugiere al propietario contar con un registro financiero para un mejor control de registros de ingresos, egresos y pago de personal de la empresa. También incorporar un área de RRHH para tener una mejor selección de personal respetando los procesos técnicos de selección y a la vez para que el colaborador se sienta que tiene un respaldo en la empresa.
- 6.5 Se sugiere a futuros investigadores que identifiquen nuevas opciones de la variable planificación estratégica en cuanto a la

dinámica del mercado, ya que en algunas regiones se requiere evaluar el crecimiento de su capacidad instalada de hostales. Se recomienda realizar estudio de diseño no experimental donde se aplica un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa.

**VII**

**PROPUESTA**

## VII. PROPUESTA

### MEJORAR LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE HOSTAL ALAMEDA – NUEVO CHIMBOTE

#### PLAN OPERATIVO

ESTRATEGIA	ACCION ESTRATEGICA	PLAZO	LUGAR	RECURSOS	RESPONSABLE	META	INDICADOR
1. DISEÑO DE PROGRAMAS DE CAPACITACION	1.1 CURSO DE INDUCCION 1.2 CAPACITACION EN ATENCION AL CLIENTE 1.3 CAPACITACION EN LABORES ESPECIFICAS	DICIEMBRE 2018	INSTALACIONES DE LA EMPRESA	COMPUTADORA	GERENTE ENCARGADO	90% DE ASISTENCIA A LOS CURSOS	EL PORCENTAJE DEL PERSONAL REQUERIDO/EL NUMERO REAL QUE ASITIRAN AL CURSO
2. REESTRUCTURACION DE LA PUBLICIDAD	2.1 SECCION AMARILLA VIA INTERNET 2.2 SISTEMA DE RESERVACIONES. 2.3 USO DE REDES SOCIALES	DICIEMBRE 2018	INSTALACIONES DE LA EMPRESA	INTERNET, REDES SOCIALES, COMPUTADORA	GERENTE ENCARGADO	INCREMENTO EN VENTAS	EL % DE INCREMENTO DE VENTAS ESPERADO/ EL % DE INCREMENTO DE VENTAS A OBTENER
3. AMPLIAR LA SEÑAL DE INTERNET	3.1 WIFI GRATUITO EN TODAS LA HABITACIONES	DICIEMBRE 2018	INSTALACIONES DE LA EMPRESA	AMPLIFICADORES DE SEÑAL WIFI	INGENIERO EN SISTEMAS	INTERNET EN TODAS LAS HABITACIONES	EL PORCENTAJE DE INTERNET ESPERADO/ EL % REAL DE HABITACIONES CON INTERNET
4. APLICAR PROMOCIONES Y DESCUENTOS	4.1 PROMOCIONES Y DESCUENTOS EN TEMPORADA BAJA	DICIEMBRE 2018	INSTALACIONES DE LA EMPRESA	PAGINA DE INTERNET DE LA EMPRESA	GERENTE ENCARGADO	INCREMENTO EN VENTAS	EL PORCENTAJE DE VENTAS ESPERADO/ EL % DE VENTAS A OBTENER

Se propone una misión y visión para la empresa.

Misión: Somos una empresa dedicada a proporcionar servicios de arrendamiento de habitaciones, asistencia y guía para visitantes tanto nacionales como internacionales, trabajando con colaboradores comprometidos hacia la satisfacción de los clientes y la mejora continua,

teniendo siempre presente la buena disposición de superación a través de una sólida formación y trabajo en equipo.

Visión: Ser reconocida como el mejor hotel a nivel regional, por nuestros criterios de excelencia profesional y calidad de servicio, contando con seguridad y una infraestructura adecuada para el cumplimiento de los estándares de calidad que exigen los clientes de hoy en día, generando un mayor posicionamiento en el mercado, capacitando a nuestros colaboradores con la más exigente disciplina de responsabilidad y calidad, aplicando una mentalidad innovadora enfocados en la contribución de nuestros consumidores que nos rodean, satisfaciendo así sus expectativas.

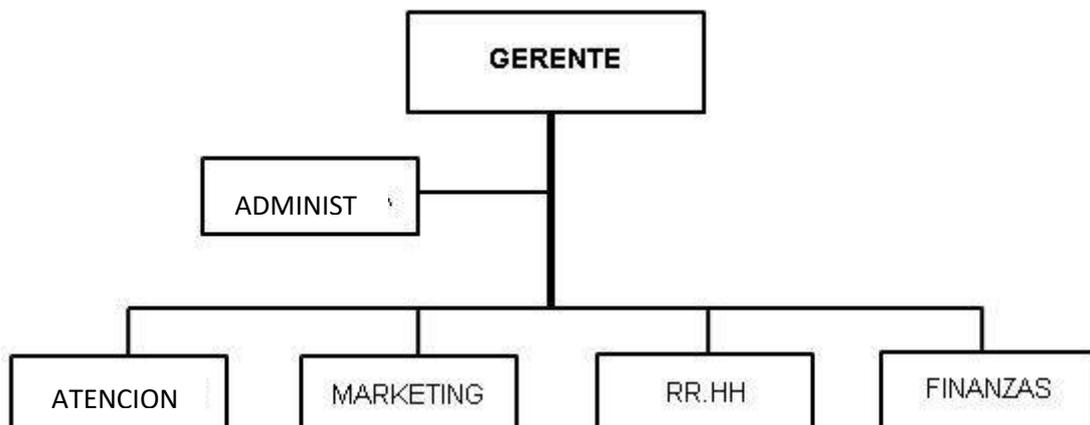
Valores:



Se propone una identificación De Los Grupos De Interés De La Organización



Se propone un Organigrama



# **VIII**

# **REFERENCIAS**

## VIII. REFERENCIAS

- Aquino, A. (2012). *Plan estratégico para el Hotel-Suites Costa de Oro del Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, 2012-2016*. (Tesis de Titulación para Ingeniero en administración de Empresas. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/674/1/TESIS%20ALEX%20PLAN%20ESTRATEGICO%20PARA%20EL%20HOTEL-SUITES%20COSTA%20DE%20OR.pdf>
- Báez, S. (2009). *Hotelería*. (4ª ed.). México: Patria.
- Capella (2001). *“Plan estratégico del desarrollo de la investigación científica”, Pontificia Universidad Católica del Perú*.
- Cervantes, J. (2013). *Plan estratégico para Hotel Bahía Dorada, S.A. DE C.V.* (Tesis de Maestría en Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Investigación, La Paz, Baja California Sur). Recuperado de [posgrado.itlp.edu.mx/uploads/55f07fe8badc7.pdf](http://posgrado.itlp.edu.mx/uploads/55f07fe8badc7.pdf)
- Chiavenato, I., Arao, S. (2011). *Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones*. México: McGraw Hill.
- Cóndor, L. (2011). *La Industria hotelera en perspectivas*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/myriam410/la-industria-hoteleraen-perspectivas-presentation>
- D`Alessio (2015). *El proceso estratégico. Un enfoque de gerencia*. México: Pearson.

- Epifanía, J. (2016). *Análisis de la planificación estratégica institucional de EsSalud en el Hospital III Chimbote – 2015*. (Tesis de licenciatura en Administración, Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú.
- Felipe, J. (2002). *Gestión de Hoteles. Una nueva visión*. España: Editorial Thomson Editores.
- Frances, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa*. México: Pearson.
- Fuller, N. (2009). *Políticas públicas de Turismo en el Perú*. Recuperado de [http://pucp.academia.edu/normafuller/Books/182583/Turismo\\_y\\_Cultura.\\_Entre\\_el\\_entusiasmo\\_y\\_el\\_recelo](http://pucp.academia.edu/normafuller/Books/182583/Turismo_y_Cultura._Entre_el_entusiasmo_y_el_recelo)
- Gómez, O. (2005). *Planificación Estratégica*. Contribuciones a la Economía, enero 2005.
- Gómez, J., Grau, A., Ingellis, A., Jabbaz, M. (2012). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Valencia, España: Universidad de Valencia.
- Goodstein, L. (1988). *Planeación estratégica aplicada*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). México: McGraw Hill.
- Koontz, H., Wehrich, H., Cannice, M. (2012). *Administración. Una perspectiva global*. (14ª ed.). España: Pearson.
- Mazacón, A. (1998). *Módulo de Planificación*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato

- Mendoza, A. (2015). *Planificación estratégica y su relación con la calidad de servicio en los hoteles tres estrellas del distrito de Andahuaylas, 2014*. (Tesis de Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac, Perú). Recuperado de: <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/150/Angela%20MV-2014-planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mintzberg, H. (1997). *El proceso estratégico. Concepto, contextos y casos*. México: Prentice Hall.
- Montenegro, D. (2011). *La planificación estratégica en el Hotel Turístico Patate y su Incidencia en el Desarrollo Organizacional de la Institución en el periodo noviembre 2010, junio 2011*. (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/4608>
- Münch, L. (2010). *Administración: gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson Educación.
- Oriol, F. (2010). *Contabilidad, Control de Gestión y Finanzas de Hoteles*. España: Editorial Profit Editorial.
- Poyeaux, Ana, (1998) *Planificación y Dirección Estratégica*. Machala, Ecuador: Universidad de Machala.
- Robbins, S., Coulter, M. (2010). *Administración*. (10ª ed.). México: Pearson.

Strickland (2005). *Administración Estratégica Conceptos y Casos*. 11va. ed. Editorial Mc Graw Hill.

Tinoco G., Oscar (2003). *Los impactos del Turismo en el Perú. Producción y Gestión*. Lima: Editorial Industrial Data.

Torres, G. (2006). *Tratado de Contabilidad de Costos por sectores económicos. Doctrina - Casos prácticos*. Lima: Editorial Marketing Consultores.

# **ANEXOS**

## ANEXO N°1: MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

Título de la investigación	Problema de Investigación	Objetivos	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Análisis de la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016- 2017.	¿Cómo se realiza la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017?	<p><b>General</b>                      Analizar la planificación estratégica del Servicio de alojamiento del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.</p> <p><b>Específicos</b>                      6 Analizar la dinámica del mercado de actividad hotelera en el distrito de Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.                      7 Formular el diagnóstico del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.                      8 Describir las actividades de planeación estratégica del servicio de alojamiento del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.                      9 Diseñar la planificación estratégica con proyección económica del servicio de alojamiento del Hostal "Alameda"- Nuevo Chimbote en el periodo 2016-2017.</p>	<b>Planificación estratégica</b>	Koontz, Wehrich y Cannice (2012): "La planificación es el proceso administrativo que implica el establecimiento de objetivos, metas y medios para alcanzar los propósitos de una organización" (p. 123).	Es el proceso organizacional orientado a recoger información del establecimiento de objetivos, metas y acciones de la organización. Se medirá a través de Dinámica del mercado, Diagnóstico, Actividades de planeación estratégica y Proyecciones económicas	Dinámica del mercado Diagnóstico  Actividades de planeación estratégica  Proyecciones económicas	Demanda Oferta Amenazas Debilidades Fortalezas Oportunidades Misión Visión Principios y valores Formulación de objetivos Planificación de políticas internas del servicio de alojamiento Formulación del presupuesto de ingresos Formulación del presupuesto de gastos Diarios Semanales Mensuales Semestrales Anuales	Nominal

Nota: Indicadores basados en la teoría de planificación de Koontz, Wehrich y Cannice (2012)

## ANEXO N°1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

#### Instrucción

A continuación se presenta una guía de análisis documental, la misma que debe de completar en función del análisis proveniente de la descripción del diagnóstico situacional del Hostal “Alameda”- Nuevo Chimbote en el periodo 2016- 2017.

#### Políticas empresariales internas del Hostal “Alameda” de Nuevo Chimbote-2017

Políticas empresariales internas	Indicadores	Grado de cumplimiento	
		Sí	No
Precios	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diversas tarifas</li><li>• Tarifas más bajas que la competencia</li><li>• Tarifa por temporada</li></ul>		
Compras/ proveedores	<ul style="list-style-type: none"><li>• Selección de proveedor según calidad</li><li>• Selección de proveedor en función a precios bajos</li><li>• Selección de proveedor según cercanía</li></ul>		
Selección de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Por idoneidad del candidato</li><li>• Por recomendación de colaboradores y amistades</li><li>• Por proceso de reclutamiento y selección de personal</li></ul>		
Pago de salario	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mensual</li><li>• Quincenal</li><li>• Por día</li></ul>		

Análisis del Presupuesto de Ingresos y de egresos del Hostal "Alameda" de  
Nuevo Chimbote-2017

Presupuesto	Sí	No	Observaciones
Ingresos por alojamiento			
Ingresos por servicios alternos			
Ingresos por venta de artículos			
Egresos por pagos de trabajadores			
Egresos por servicios de luz			
Egresos por servicios de agua y desagüe			
Egresos por servicios de telefonía e internet			
Egresos por pago de impuestos municipales			
Egresos por publicidad local			
Egresos por gastos administrativos			
Otros egresos			

Análisis de Proyecciones económicas de Ingresos del Hostal "Alameda" de Nuevo  
Chimbote-2017

Proyecciones económicas	Sí	No	Observaciones
Por servicio de alojamiento diario			
Por servicio de alojamiento durante una semana			
Por servicio de alojamiento durante un mes			
Proyecciones de ingresos semestrales			
Proyecciones de ingresos anuales			
Proyecciones ingreso por otros tipos de servicios			

**GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA HOSTAL  
"ALAMEDA"- NUEVO CHIMBOTE EN EL PERIODO 2016- 2017.**

Elementos de la visión	Condición		Calificación					PUNTAJE
	Si	No	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
La aspiración futura								
Amplitud de las operaciones								
Posición en el mercado								
Valores empresariales								
Actitud empresarial								
Beneficios que brindara la empresa								
Responsabilidad social								
Beneficiarios Involucrados								
Realista - Posible								
<b>TOTAL</b>								

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

<b>Excelente</b>	Está presente, muy expresado y coherentemente redactado (10 puntos)
<b>Bueno</b>	Está presente, pero no bien expresado y bien redactado (8 - 9 puntos)
<b>Regular</b>	Aparece pero no bien expresado (5 - 7 puntos)
<b>Malo</b>	Está presente, pero no bien expresado, sin buena redacción (2 - 4 puntos)
<b>Pésimo</b>	No aparece en el texto (0 - 1 puntos)

ELEMENTOS DE LA MISIÓN	Condición		Calificación					PUNTAJE
	Si	No	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
Objeto de la organización								
Productos y servicios								
A qué mercado nos dirigimos								
La tecnología que usamos								
Interés por la supervivencia, crecimiento y rentabilidad								
Calidad de los colaboradores								
Clientes								
Responsabilidad Social								
Concepto de sí misma								
Filosofía empresarial								
TOTAL								

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<b>Excelente</b>	Está presente, muy expresado y coherentemente redactado (10 puntos)
<b>Bueno</b>	Está presente, pero no bien expresado y bien redactado (8 - 9 puntos)
<b>Regular</b>	Aparece pero no bien expresado (5 - 7 puntos)
<b>Malo</b>	Está presente, pero no bien expresado, sin buena redacción (2 - 4 puntos)
<b>Pésimo</b>	No aparece en el texto (0 - 1 puntos)

**INSTRUMENTO N<sup>o</sup> 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS  
GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL  
HOSTAL “ALAMEDA” NUEVO CHIMBOTE.**

<b>FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	
Nombre original	<b>Guía de análisis documental de planificación estratégica del hostel “Alameda” Nuevo Chimbote.</b>
Autora	Castro Roldán, Stephany Yosilu
Procedencia	Chimbote Perú
Administración	Individual
Duración	Duración aproximada 30 minutos
Aplicación	Registro de ingresos de huéspedes. Proyecciones económicas de gastos e ingresos. Evidencias empíricas de planificación.
Puntuación	Calificación manual
Significación: Dimensiones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinámica del mercado (demanda, oferta).</li> <li>- Diagnóstico (Amenazas, debilidades, fortalezas, oportunidades).</li> <li>- Actividades de planeación estratégica (Misión, visión, Principios y valores, Formulación de objetivos, Planificación del servicio de alojamiento, Formulación del presupuesto de ingresos, Formulación del presupuesto de gastos).</li> <li>- Proyecciones económicas (Diarios, semanales, mensuales, semestrales, anuales).</li> </ul>
Usos	En la Administración y en la investigación.
Materiales	Guía de análisis documental que contiene los ítems, hoja de respuestas

## ANEXO 1

### ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE LOS TRABAJOS ACADÉMICOS DE LA UCV

Yo, Olenka Espinoza Rodríguez, docente de la experiencia curricular de, Administración del ciclo X, y revisor del trabajo académico titulado: Análisis de la Planificación Estratégica del Servicio de Alojamiento del Hostal Alameda - Nuevo Chimbote en el Periodo 2016 – 2017 en Chimbote - 2017, del estudiante: Castro Roldan, Stephany Yosilu; he sido capacitada e instruida en el uso de la herramienta Turnitin y he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 8 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chimbote, 11 de Julio de 2017



.....  
Dra. Olenka Espinoza Rodríguez

Docente

Desarrollo de proyecto de investigación

Experiencia curricular

DNI: 18092486

## ANEXO 2

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Stephany Yosilú Castro Roldán, estudiante de la Escuela profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, sede/filial Chimbote; declaro que el trabajo académico titulado “Aplicaciones Virtuales como estrategia para fortalecer la Imagen Corporativa de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote”, presentada, en 86 folios para la obtención del grado académico/título profesional de Licenciado en Administración es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Chimbote, 11 de AGOSTO de 2017

Firma

