



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Proceso de planificación estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la Empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020.

Tesis para optar al título de Licenciado en Administración

AUTOR:

Elvis Junior Céliz Cortez

ASESORA:

Lic. Mg. Very Rengifo Hidalgo

Co-Asesora:

Lic. Adm. Tur. Mtra. Leydi Jhiordina Céliz Córtez

Tarapoto – Perú

2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Proceso de planificación estratégica y su relación con la Calidad de Servicio
de la Empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020.**

Tesis para optar al título de Licenciado en Administración

Sustentado y aprobado el 26 de mayo de año 2022, por los siguientes jurados:

Dr. RENINGER SOUSA FERNÁNDEZ
PRESIDENTE

Lic. Tur. GINA ISABEL REÁTEGUI ALEGRÍA
SECRETARIA

Dr. CLIFOR DANIEL SOSA DE LA CRUZ
VOCAL

Mg. VERY RÉNGIFO HIDALGO
ASESORA

Declaratoria de autenticidad


Elvis Junior Céliz Cortez, con DNI N° 74408279 egresado de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, autor de la tesis titulada: “Proceso de Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la Empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020”.

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 26 de mayo del 2022


.....
Elvis Junior Céliz Cortez
DNI N° 74408279

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres: Celiz Cortez Elvis Junior	
Código de alumno : 74408279	Teléfono: 950 707 349
Correo electrónico : ejccadm@gmail.com	DNI: 74408279

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de: Ciencias Económicas
Escuela Profesional de: Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título : Proceso de Planificación estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la Empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto - 2020.
Año de publicación:

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

--

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



.....
Firma del Autor



8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM.

Fecha de recepción del documento.

07 / 09 / 2022


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología
e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.
.....
Ing. Grecia Vanessa Fachin Ruíz
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

A mis padres, quienes son mi mayor fuerza para seguir logrando éxitos en mi vida profesional y cumplir con mis metas y por el apoyo incólume que me brindan día a día.

Agradecimiento

A Dios por la vida y las oportunidades que me está brindando.

A la Universidad Nacional de San Martín, Facultad Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración por ser el alma mater para mi formación profesional.

A los Docentes que nos han acompañado durante el largo camino, brindándonos siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y de esa manera afianzando nuestra formación como profesionales.

A las docentes Lic. Mg. Very Rengifo Hidalgo y Lic. Mtra. Leydi Jhiordina Céliz Córtez, por sus asesoramientos brindados en todo momento en la realización de la presente investigación, que enmarca el último escalón hacia un futuro en donde sea partícipe el mejoramiento de mi persona.

A todas aquellas personas que ayudaron directa o indirectamente en la realización de ésta investigación.

El Autor

Índice

Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Lista de Tabla	x
Resumen	xi
Abstract	xii
 INTRODUCCIÓN	
Formulación del problema	1
Justificación del Problema	3
Objetivos de la investigación	4
Hipótesis.....	4
 I. MARCO TEÓRICO	
1.1. Antecedentes del estudio del problema.....	5
1.2. Bases Teóricas.....	11
1.3. Definición de términos básicos	23
 II. METODOLOGÍA	
2.1. Tipo de investigación	25
2.2. Nivel de investigación.....	25
2.3. Población, muestra y unidad de análisis	25
2.4. Tipo de diseño de investigación	27
2.5. Métodos de investigación	27
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
2.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	28

III. RESULTADO Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados descriptivos 29

3.2. Discusión de resultados 37

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones 40

4.2. Recomendaciones 41

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

Índice de tablas

Tabla 01: Diagnóstico	29
Tabla 02: Formulación de estrategia	29
Tabla 03: Implementación de la Estrategia	30
Tabla 04: Evaluación Control	31
Tabla 05: Elementos Tangibles	32
Tabla 06: Empatía	32
Tabla 07: Fiabilidad	33
Tabla 08: Confiabilidad	34
Tabla 09: Seguridad	35
Tabla 10: Normatividad	35
Tabla 11: Correlaciones	36

Resumen

La presente investigación es titulada: “Proceso de Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la Empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020”, tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre el proceso de Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020. Para el desarrollo de la investigación se utilizó un cuestionario para cada variable, las cuales permitieron la recolección de datos, teniendo como muestra a 250 huéspedes en el hotel Cerro Verde.

La investigación es tipo básica y fue de diseño No experimental- correlacional, después del procesamiento de los datos recolectados se obtuvo como resultados que la existe relación directa entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020, debido a que el valor de Sig. (bilateral) de 0.000 es menor al margen de error de 0.05 (5%). De igual modo, ya que, el coeficiente de correlación arroja un valor de 0,686, se establece que la mencionada relación entre las variables, es positiva media, se confirma que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables.

Palabras claves: Planificación Estratégica, Calidad de Servicio y empresa hotelera.

Abstract

This research is entitled: "Strategic Planning Process and its relationship with the Quality of Service of the Hotel Company Cerro Verde Tarapoto Hotel SAC, Tarapoto- 2020", its general objective is to determine the relationship that exists between the Strategic Planning process and its relationship with the Quality of Service of the hotel company Cerro Verde Tarapoto Hotel SAC, Tarapoto- 2020. For the development of the research, a questionnaire was used for each variable, which allowed the collection of data, having as a sample 250 guests in the Cerro Verde hotel.

The research is basic type and was of non-experimental-correlational design, after processing the collected data, the results were obtained that there is a direct relationship between the Strategic Planning Process and the Quality of Service of the hotel company Cerro Verde Tarapoto Hotel SAC , Tarapoto- 2020, because the value of Sig. (Bilateral) of 0.000 is less than the margin of error of 0.05 (5%). Similarly, since the correlation coefficient shows a value of 0.686, it is established that the aforementioned relationship between the variables is positive, it is confirmed that there is a considerable positive correlation between both variables.

Keywords: Strategic Planning, Quality of Service and hotel company.



Introducción

Formulación del problema

A nivel internacional, las empresas se enfrentan al constante cambio ocasionada por la globalización, generando que la organización enfrente un entorno muy competitivo, “la ventaja competitiva es y serán los colaboradores, mientras que los diferenciación de las empresas se basa directamente a su planteamiento de estrategias, estructural y procesos para alcanzar sus objetivos” (Mendoza, 2014), el ejecutivo se encuentra justo en medio del proceso de cambio porque bajo su responsabilidad está en obtener de la empresa el logro eficaz de sus objetivos propuestos y de esta forma compararlos eficientemente.

En efecto, desde hace años se observa preocupación por el conocimiento de la función empresarial y del rol que juega el empresario en los procesos de desarrollo económico; esta inquietud se ha intensificado a raíz del nacimiento en la década de los ochenta de los nuevos modelos de desarrollo en los que se resalta la influencia de los recursos económicos, humanos y culturales de un territorio en su potencial desarrollo.

La planeación debería ser el proceso de desarrollo y crecimiento que todas las empresas del Perú, pero que normalmente es implementada en empresas extranjeras más que nacionales; sin embargo, teniendo en cuenta que las PYMES representan el 96.4% (Becerra,2018) de la economía nacional y sus mayores dificultades se concentran en la incapacidad para cumplir los requerimientos específicos, pérdida de mercado, inadecuada estructura financiera, formación administrativa inapropiada, un elevado costo de los recursos, falta de ingresos y falta de rentabilidad por lo tanto es necesario preguntarse ¿Por qué es importante la planificación estratégica en las empresas y como se hace eficaz?.

Problema general

En el Perú en los últimos años las empresas hoteleras han demostrado ser partícipes del desarrollo económico del país. En tal sentido, en el ámbito local, el estudio consiste en determinar la relación que existe entre el proceso de Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020. Los hoteles se enfrentan a problemas organizacionales como la

limitada administración enfocada en la planeación que brinde a la empresa un direccionamiento acertado y eficaz.

Resulta necesario no solo la existencia de empresarios eficientes que sostengan un tejido empresarial competitivo con capacidad de generar empleo, sino que también se requiere el surgimiento de una fuerza emprendedora local en la que la creación de nuevas empresas va a contribuir de forma significativa el crecimiento económico, reducción del empleo, mejora de la competitividad e innovación (Wenneker y Thurick, 2001).

Si se analiza cuidadosamente el mercado del sector turístico en la región San Martín, se puede observar gran potencial para ser utilizado debido a su extensa y rica geografía; lo hace potencialmente atractivo; sin embargo, las empresas hoteleras del distrito de Tarapoto, no cuentan con una estructura programática para el manejo de su entorno empresarial, viéndose afectado por los cambios del entorno competitivo los mismos que han puesto bajo fuerte presión a los sistemas tradicionales de planeamiento, control y evaluación de desempeño empresarial basados en indicadores financieros.

Es por ello que la presente investigación pretende determinar la relación que existe entre el proceso de Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020. No se gestiona de forma eficiente, por la cual debe proporcionar recomendaciones adecuadas para la solución de estos problemas; incluso plantear el proceso de planificación de acuerdo a la realidad de la empresa hotelera Cerro Verde, que permita corregir de forma inmediata y ésta a su vez conlleva a la calidad del servicio que ésta ofrece.

Ante lo anteriormente expuesto, la pregunta principal que guía esta investigación es:
¿Cuál es la relación que existe entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto SAC, Tarapoto-2020?

Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de la Planificación Estratégica de mayor importancia de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel SAC, Tarapoto- 2020?

¿Cuál es el nivel de Calidad de Servicio predominante de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel SAC, Tarapoto- 2020?

Justificación

Justificación teórica

Radica en que sus resultados permitirán conocer la relación existente entre el proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio. A pesar de que en nuestro país esté creciendo el sector turístico, siempre existen problemas críticos como una deficiente calidad de los servicios que prestan los hoteles, el trato, el confort, la higiene, la seguridad, etc.

Justificación práctica

Con la ejecución de la investigación se podrá encontrar la relación entre el proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020, para mejorar el proceso de planificación de la empresa y generar mayor su proceso para generar utilidad.

Justificación metodológica

Con la realización de la investigación se procede a crear instrumentos que permitan medir el proceso de Planificación Estratégica y Calidad de Servicio. Para este caso, se tomó en cuenta al autor David Freud con su libro de Administración Estratégica y a Parasuraman, quien desarrolló el modelo SERVQUAL, así como a otros autores, que nos dieron pautas y criterios prácticos orientados a mejorar la calidad de servicio del hotel Cerro Verde.

Justificación académica

Por la nueva Ley Universitaria N° 30220, en el Artículo 48° nos habla sobre la investigación que constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre el proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto-2020.

Objetivos Específicos

Describir el nivel de Planificación Estratégica de mayor importancia de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020.

Determinar el nivel de Calidad de Servicio predominante de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020.

Hipótesis

- a) H_1 = Existe relación directa entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto-2020.
- b) H_0 = No existe relación directa entre el proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto-2020.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la Investigación

Antecedentes Internacionales

Quiroa (2014) en su tesis denominada: “*Servicio al Cliente en Hoteles de la Ciudad de San Marcos*”, República Dominicana, tuvo como objetivo general analizar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos para conocer el servicio al cliente en las empresas hoteleras. Por lo que se seleccionó como sujetos de investigación a: Gerentes, colaboradores y clientes. Para la recopilación de datos se elaboró dos boletas; la primera de once preguntas dirigidas a los gerentes, y la segunda de siete preguntas dirigidas a clientes de los hoteles, además se utilizó enfoque cualitativo aplicando la herramienta de entrevista estructurada. Se elaboró una boleta de cinco preguntas previo a la entrevista la cual fue dirigida a los colaboradores hoteleros, de la misma manera se determinó la muestra de la población a través de la tabla de Morgan. La conclusión más importante indicó que el servicio al cliente en las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos desde el punto de vista de los huéspedes, gerentes y colaboradores, menciona que es importante establecer correctamente el servicio al cliente, porque es un factor determinante en la imagen y prestigio de la empresa hotelera y con ello lograr la fidelización de los usuarios.

González (2014) en su tesis titulada: “La Calidad y la Satisfacción del Cliente en el hotelería Low Cost”. Universidad Valladolid, tuvo como objetivo proporcionar mayor satisfacción del cliente para incrementar los ingresos. El estudio que se presenta se divide en cuatro capítulos: se explicará de manera teórica y general, los conceptos de calidad y satisfacción y la relación entre ambos. Se verá el grado de importancia de la fidelidad del cliente en servicios y los diferentes aspectos que fidelizan al consumidor. Se describe el Grupo Accor, explicando que es el mayor operador hotelero mundial y se describen sus marcas, que llegan a diferentes segmentos de clientes en todo el mundo. Se análisis del sistema de calidad y medio ambiente de los hoteles Ibis. Se verá la importancia de utilizar sistemas de gestión de la calidad y medio ambiente en la hotelería en general y la importancia de estar certificados en normas de calidad como son la ISO9001. Se hará una descripción de los comportamientos del consumidor en el proceso de compra de servicios hoteleros. A la conclusión que llego el autor es la importancia de

satisfacer al consumidor. Un consumidor satisfecho repite de establecimiento ya sea el mismo hotel u otro de la misma cadena o grupo, entonces se generan clientes para otros hoteles del grupo. También se aprecia la importancia de que el cliente se vaya satisfecho de un hotel porque a la hora de expresar sus experiencias en las webs como Tripadvisor.com o Booking.com pueden condicionar a otros clientes con los comentarios que se escriben a la hora de elegir un hotel u otro en base a puntuaciones y comentarios. Esta situación post consumo es muy importante de controlar, puesto que, la opinión del cliente una vez abandona el hotel es muy difícil cambiarla.

Barreiros (2012) en su tesis de licenciatura denominada: *“Planificación Estratégica como una Herramienta de Gestión para promover la competitividad en la Empresa Kawa Motors”*, Universidad Central del Ecuador, tuvo como objetivo proponer una planificación estratégica que les servirá como una herramienta fundamental, para estar preparados y establecer lineamientos que ayuden al desarrollo de la actividad que presta la empresa. Para la presente investigación en base al desarrollo de un diagnóstico organizacional utilice para tal los instrumentos de investigación como son: la encuesta y entrevista clínica. Para la encuesta utilicé un universo (N) de 15525 personas, en base al número de motocicletas que circulan en la ciudad de Quito, esto representa el 5% del parque automotor. Para el grado de confiabilidad (K) se aplicará el 90% porque la encuesta se llevará a cabo en las instalaciones de la empresa lo cual da mayor respaldo de veracidad de respuesta. Lo que nos deja un 10% en el Grado de error (e), que fue el porcentaje de casos reacios que arrojó una encuesta piloto antes realizada. Apoyada del diagnóstico organizacional se pudo estudiar la situación actual que presenta la Empresa Kawa Motors S.A., y las conclusiones que se obtuvieron de la investigación fueron las siguientes: En la empresa es necesario implementar el plan estratégico porque contribuirá para lograr una institución que tenga los procesos organizados y sistematizado, de esta manera lograr una mejor atención a los clientes.

Aquino (2012) en su tesis de licenciatura titulada: *“Plan Estratégico para el Hotel-Suites Costa de Oro del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, 2012-2016”*, Universidad Estatal Península de Santa Elena, tuvo como objetivo permitir el desarrollo físico y corporativo del hotel, como ente prestador de servicios de hospedaje y a la vez generar una evolución positiva del sector turístico-hotelerero del Cantón Salinas. Para el efectivo desarrollo de este trabajo se recurrió a la investigación documental y de campo, pues se utilizó libros, revistas y folletos para confrontar teorías, además con la

ayuda de las técnicas del muestreo se aplicó entrevistas y encuestas a socios, clientes y proveedores, obteniendo de esta información valiosa para dar solución al problema y alcanzar los objetivos establecidos en un inicio. Para el desarrollo de este plan estratégico se realizó un proceso de investigación, en la que se pudo conocer, la relación de los intercambios del consumidor, su comportamiento y la satisfacción de sus necesidades de diversión y tiempo ocio es decir turismo de descanso y aventura. El Plan Estratégico es un documento adaptable a cualquier empresa y dadas las circunstancias de que el hotel necesita una directriz para mejorar su actual gestión administrativa. Las conclusiones a las que llego este trabajo son: 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.

Benítez (2010) en su tesis doctoral denominada: *“La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera. Universidad de las Palmas de Gran Canaria”*, tuvo como objetivo profundizar en el estudio de la calidad de servicio de los diferentes departamentos que componen un hotel con el objeto de ambigüedad de conceptos que son asociados con los juicios subjetivos de los seres humanos que se expresan lingüísticamente. En este sentido, la tesis doctoral se compone de una serie de capítulos que conducirán al lector a lo largo de una senda en la que se introducirá el estudio de la calidad de servicio en la industria hotelera con un enfoque deductivo, es decir, de lo general a lo particular. Asimismo, se realizó una encuesta piloto con 25 cuestionarios –Catarina (10), Buenaventura (7) y Gran Hotel Costa Meloneras (8). Culmina su investigación en lo siguiente: La calidad de servicio es un aspecto clave para lograr el éxito empresarial en un sector tan competitivo como el de la industria hotelera. Esta tesis doctoral pretende ofrecer una visión que sitúe la calidad de servicio como eje central del análisis de evaluación de los resultados que se obtienen en un hotel, rompiendo el análisis simplista, aunque importante, de las ratios financieras o la evaluación semántica de las diferentes dimensiones departamentales. De esta forma, se amplía el horizonte de los gestores enriqueciendo el diagnóstico y la posible toma de decisiones para mejorar los procesos

que ayuden a obtener una mejor valoración de los servicios que se prestan en el hotel (p.208).

Antecedentes Nacionales

Ballón (2016) en su tesis denominada: “*Evaluación en la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en los Hoteles de dos y tres Estrellas de La Ciudad de Abancay*”, tuvo como objetivo analizar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. La muestra de la investigación fue probabilística, porque “todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos” (Hernández et al., 2010, p.176). Para calcular la muestra se utilizó la fórmula para población finita. Por lo tanto, para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta el nivel de confianza de 95% y un margen de error de 4.17%, de esta forma se tuvo una muestra de 431 turistas que fueron encuestados en el mes de junio del año 2016 a los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. El estudio se soporta en escalas utilizadas en investigaciones previas en el sector hotelero como son Markovié, S. & Jankovié, S. (2013) utilizaron la escala SERVQUAL, y Saghier, N. M. (2013) y Al Khattab, S. A & Aldehayyat, J. S. (2011) utilizaron la escala SERVPERF. Concluyó su investigación con lo siguiente: La variable de “empatía” fue la que mayor influencia tuvo en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay, después le siguió la “capacidad de respuesta” y finalmente “elementos tangibles”. Así también se verificaron las hipótesis con el análisis de regresión múltiple y se afirmaron lo siguiente: Los "elementos tangibles" influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Dicha afirmación fue debido a que el nivel de significancia fue menor a 5% ($P < 0.05$). La "capacidad de respuesta" influye en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Dicha afirmación fue debido a que el nivel de significancia fue menor a 5% ($P < 0.05$). La “empatía” influye en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Dicha afirmación fue debido a que el nivel de significancia fue menor a 5% ($P < 0.05$).

Coronel (2016) en su tesis titulada: “*Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del Cliente en el Restaurant Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza Lima*”, tuvo como objetivo determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016. El tipo de

investigación que se utilizó para este proyecto de investigación es de tipo descriptiva – correlacional y la hipótesis realizada, existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima; 2016. En cuanto a los métodos y procedimientos de la recolección de datos, se utilizó la encuesta al cliente. Además, se elaboraron fichas bibliográficas de resumen y comentarios textuales que ayudaron a contribuir el marco teórico de la investigación y así poder fundamentar nuestra base teórica. En el Restaurant Pizza Hut, un promedio general de 41.6% de los clientes se encuentran en total acuerdo con el servicio; solo 11% de los clientes se siente en indiferencia o desacuerdo con esta variable en estudio. En el Restaurant Pizza Hut, en relación al ambiente el 42.1 % de los clientes se encuentran satisfechos; y solamente el 10% se encuentran insatisfechos con esta variable. Se concluye que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima.

Cueva (2015). En su tesis denominada: “*Evaluación de la Calidad Percibida por los Clientes del Hotel los Portales a Través del Análisis de sus Expectativas y Percepciones*”, Universidad de Piura, tuvo como objetivo medir la calidad de servicio y determinar cuáles son los atributos del servicio que afectan las percepciones y expectativas de los clientes que adquieren el servicio. Para determinar el tamaño de la muestra, inicialmente se consideró que estaría compuesta por un representante de cada habitación, es decir para nuestro caso, sería un total de 87 habitaciones. La metodología SERVQUAL es una de las más difundidas actualmente, pero lamentablemente es poco utilizada en nuestro país. Es por ello que esta tesis representa un aporte importante para el sector de los servicios en el Perú. La investigación concluye en que la calidad de servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes. El modelo SERVQUAL es propuesto por Parasuraman, Zeithaml, & Berry en 1988, quienes definieron la calidad de servicio como una diferencia entre la calidad esperada y la percibida, y a esta diferencia le denominaron Gap 5. Por esto,

comúnmente se le conoce como “Modelo de deficiencias”, haciendo referencia a estas brechas o gaps que se obtienen al aplicar esta escala.

Mendoza (2014) en su tesis de licenciatura titulada: “*Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio en los Hoteles Tres recomendaciones del servicio*”, tuvo como objetivo mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes. Estrellas del Distrito de Andahuaylas”, Universidad Nacional José María Arguedas, Perú. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la planificación estratégica y la calidad de servicio en los hoteles tres estrellas del distrito de Andahuaylas. La muestra fue de selección no probabilística e intencionada, constituida por los trabajadores de los 4 hoteles, y 12 huéspedes por hotel. La técnica de recojo de datos fue la encuesta y el instrumento, fue el cuestionario, validado por expertos; además, se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach para la validez interna, obteniendo un valor de 0.503, considerándose al instrumento de confiabilidad aceptable moderada; para el segundo instrumento se obtuvo 0.852, considerándose que es de confiabilidad aceptable. Los resultados de la medición de correlación, a través de la aplicación del coeficiente de Spearman, muestran un valor de 0.294, lo que significa que existe una relación positiva baja entre la planificación estratégica y calidad del servicio en los hoteles de tres estrellas del distrito de Andahuaylas.

Antecedente Local

Ruiz (2016): en su tesis de licenciatura: “*Planificación Estratégica y Eficacia en Empresas Operadoras Turísticas del Distrito de Tarapoto, 2016*”, Universidad César Vallejo. San Martín- Perú, tuvo como objetivo: establecer la relación entre planificación estratégica y eficacia en empresas operadoras turísticas del distrito de Tarapoto, 2016. La investigación fue de tipo descriptiva correlacional, y tuvo como población a las empresas operadoras turísticas del distrito de Tarapoto, 2016. Se utilizaron las técnicas de análisis documental y encuesta. Los datos fueron procesados utilizando tanto la estadística descriptiva como la inferencial a través de correlaciones estadísticas específicamente el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados de la investigación evidenciaron que en general, que las empresas operadoras turísticas no utilizan las herramientas de la planificación estratégica en el marco del programa, siendo en algunos casos que trabajan con proyecciones mensuales en algunas empresas de las dieciocho que forman parte de la investigación, por ende, el indicador de eficacia que

reportaron las empresas investigadas fueron bajas. La conclusión principal es que se empresas no presentan con una buena ejecución financiera y administrativa, es necesario apoyar y dar soporte administrativo para mejorar este desempeño por lo que se recomienda ampliar las actividades y brindar asistencia en la ejecución de actividades para el cumplimiento de metas y objetivos.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Proceso de Planificación estratégica.

La planificación estratégica puede ser definida por varios autores de la siguiente manera:

Steiner (1983) manifiesta que la esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar oportunidades y evitar los peligros.

Proceso

Para Steiner (1983) la planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y obtener los fines buscados.

Filosofía

El mismo citado dice que la planeación estratégica es una actitud, una forma de vida; requiere de dedicación para actuar con base en la observación del futuro, y una determinación para planear constante y sistemáticamente como parte integral de la dirección. Para lograr mejores resultados. Los directivos y el personal de una organización deben creer en el valor de la planeación estratégica y deben de tratar de desempeñar sus actividades lo mejor posible. Ackoff al respecto dice: “El no hacerlo bien no es un pecado, pero el no hacer lo mejor posible, si lo es”.

Estructura

Steiner (1983), manifiesta que la planeación estratégica es el esfuerzo sistemático más o menos formal de una compañía para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y

estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la compañía.

Para Hernández y Rodríguez (2006), la Planificación Estratégica es una herramienta administrativa de dirección para sustentar las decisiones de largo plazo de las empresas e instituciones que les permite gobernar su futuro y adaptación continua a las circunstancias cambiantes del entorno.

En cambio, Fernández (2004) manifiesta la curiosidad de observar cómo en la literatura sobre planificación estratégica se suceden una serie de conceptos alternativos a planificación estratégica o dirección estratégica. Los más generales son: visión estratégica, pensamiento estratégico, mentalidad estratégica, orientación estratégica, denominándolos como moda estratégica, coincidiendo con el autor David.

Para D'Alessio (2008), la administración estratégica, a través del proceso estratégico que genera las estrategias, es la herramienta imprescindible con la que cuenta un gerente moderno y efectivo para enrumbar la organización por el camino adecuado hacia el futuro deseado.

Según Poyeeaux (2008): "Planificación Estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro". Podemos decir que es el proceso mediante el cual una institución educativa o una organización se anticipa 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 educativa y para ejecutarla necesitamos de cinco a diez años.

Según Chiavenato (2004) "La Planificación Estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa"

Koontz (1994) "La Planificación Estratégica es el proceso de adaptación organizacional amplio que implica aprobación de decisiones y evaluación, busca responder a preguntas básicas como: por qué existe la organización, qué hace y cómo lo hace. El resultado

del proceso es un plan que sirve para guiar la acción organizacional en un plazo de tres a cinco años”

“Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación”

La planeación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo”.

“La planeación estratégica es engañosamente sencilla: analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa”

Haciendo un análisis general de los conceptos podemos decir que la Planeación Estratégica es una herramienta para las empresas, que ayuda a determinar metas a futuro, para lo cual se debe elaborar objetivos y actividades a cumplir por parte de todos los miembros de la organización.

Concepto de estrategia

D'Alessio (2008), señala que las estrategias son acciones potenciales que resultan de las decisiones de la gerencia y requieren la oportuna asignación de los recursos de la organización para su cumplimiento. Las estrategias de la organización constituyen los caminos que conducen a la organización a la visión esperada, son también definidas como cursos de acción para convertir a la organización en lo que quiere ser; es decir, caminos que le permitan alcanzar los objetivos de largo plazo.

Hunger y Wheelen (2007), sostienen que la estrategia de una corporación es un plan maestro integral que establece la manera en que se lograra su misión y objetivos. Maximiza la ventaja competitiva y minimiza la desventaja competitiva.

Importancia de la Planificación Estratégica.

Hoy en día la planificación estratégica es importante por varios aspectos ya que proporciona un marco de referencia para la actividad organizacional que pueda conducir a un mejor funcionamiento y una mayor sensibilidad de la organización, ya que sin planes los administradores no tendrían una idea clara de lo que se necesita organizar, es esencial y vital contar con una meta, un objetivo.

También es importante porque es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones, es un proceso sistemático, que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una organización, permitiéndole visualizar el futuro e identificando los recursos, principios y valores requeridos para transitar desde el presente hacia el futuro, siguiendo una serie de pasos y estrategias que puedan definir los objetivos a largo plazo identificando metas y objetivos. Además, la planificación estratégica ayuda a fijar prioridades, permite concentrarse en las fortalezas de la organización, ayuda a tratar los problemas de cambios en el entorno externo e interno.

Las empresas con éxito planifican adecuadamente. La planificación es una de las más importantes funciones de la administración a cualquier nivel.

La Planificación Estratégica es importante para quienes administran los talentos humanos de una organización, el contar con un instrumento técnico y efectivo permitirá a los directivos organizar, dirigir y controlar. Para su aplicación las organizaciones deben contar con planes que den dirección y propósito. Planes donde decidan el ¿por qué?, ¿el qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, y ¿dónde hacer?, sólo la planificación ejecutada cuidadosamente permitirá consolidar los objetivos planteados, así la gestión administrativa tendrá el éxito deseado.

“El proceso de planificación así entendido, debe comprometer a la mayoría de los miembros de una organización, ya que su legitimidad y el grado de

adhesión que concite en el conjunto de los actores dependerán en gran medida del nivel de participación con que se implemente.

En ningún caso es un recetario, ni constituye la solución a todos los problemas o preocupaciones de una institución. Sin embargo, podemos describir el proceso de planificación estratégica como el desarrollo de una visión para el futuro de la organización.

En principio esta visión de futuro debe contemplar dos aspectos:

- a. Describir lo que la organización debería ser en el futuro, usualmente dentro de los próximos dos a tres años. Esto implica identificar cuál es la misión, el tipo de administración ideal, los recursos necesarios, etc.
- b. Determinar cómo se logrará que la organización alcance ese futuro deseado.
- c. La planificación estratégica se convierte, de este modo, en una carta de navegación sobre el curso que se estime más apropiado para la institución. Una de las funciones instrumentales de la planificación estratégica es hacer un balance entre tres tipos de fuerzas, que responden a su vez a distintas preguntas:
- d. La misión de la organización: ¿Cuál es el sentido de la existencia del servicio o institución?
- e. Las oportunidades y amenazas que enfrenta la organización y que provienen del medio externo: ¿Cuáles serán las demandas que no
- f. planteará el entorno? ¿Qué tipo de dificultades y obstáculos pueden entorpecer nuestra capacidad de respuesta?
- g. Las fortalezas y debilidades del ambiente interno de la organización: ¿Qué es lo que somos capaces de hacer? ¿Qué elementos de nuestra estructura interna podrían mostrarse inadecuados a la hora de una mayor exigencia productiva?

Áreas de aplicación de la Planificación Estratégica.

El ambiente de negocios ha cambiado durante la última década. Los cambios se aceleraron durante los años ochenta debido en parte a la inflación, a los problemas energéticos, a la escasez de recursos humanos, a nuevas regulaciones gubernamentales y a una tecnología que cambia constantemente.

Los ejecutivos con visión futurista reconocen la necesidad creciente de disponer y aplicar una planificación estratégica que los ayude a manejar sus organizaciones en este ambiente. En una era dinámica, hacer lo que es correcto es tan importante como hacer las cosas correctamente. Las experiencias demuestran el hecho de que las organizaciones que mantienen una buena planificación a largo plazo se desarrollan mejor en un mercado cambiante.

Es por esta razón la aplicación de una planificación estratégica ayuda a la gerencia a determinar donde debería estar la organización en los próximos tres a diez años, a identificar los recursos que necesita para llegar allá y a prever la mezcla de productos o servicios al final de dicho horizonte

Elementos de la Planificación:

a) Declaración de la Visión y Misión:

Para construir el visón se debe declarar e indica hacia donde se dirige o a donde queremos llegar en el futuro, responde a la pregunta ¿qué queremos ser? De manera distinta de ver las cosas para una solución novedosa.

La misión se define como el objeto de una empresa que hace diferente de otra. Con la finalidad de lograr las metas de acuerdo a estructura de la empresa. La declaración de la misión señala ¿Cuál es nuestro negocio?, mientras que la de la visión contesta a: “¿Qué queremos ser?”.

La diferencia entre la visión es el futuro deseable de la organización mientras que la misión está es el presente.

b) Diagnóstico:

Para el diagnóstico de la empresa se profundiza sus estrategias de acción para trazar sus objetivos propuestos, a través de un análisis externo e interno de la organización se finaliza con el DAFO con el cual muestra un cuadro de objetivos que puede la empresa optar para alcanzar dicho resultado.

c) Establecimiento de Objetivo:

Para tratar de establecer los objetivos se deberá conformar las metas genéricas que contribuyen a la parte operativa del plan estratégico.

Los criterios para desarrollar el objetivo estratégico son los siguientes:

- a) Conveniente y flexible: muestra el logro como fuente de apoyo para alcanzar los propósitos de la empresa a demás cuando surjan problemas inesperados se deben modificar de acuerdo a la estrategia de contingencias.
- b) Factible y aceptable: Los directivos deberían establecer objetivos prácticos y reales, además, los costos como capacidades, reglamentos internos de trabajo y manual de función de los colaboradores debe ser aceptado por la directiva y todo el personal de la empresa.
- c) Comprensible: Deben establecerse con palabras sencillas que puedan ser asimilados por todos aquellos involucrados en sus logros.

d) Plan operativo:

El inicio del planteamiento estratégico se inicia en la elaboración del plan operativo, se une entre el nivel estratégico y el operativo, pretende que todas las actividades diarias posean una secuencia, así mismo el plan operativo está asociado al presupuesto de la organización. En efecto, es el presupuesto de la organización quien podrá marcar los proyectos a poner en marcha por la organización en cada año o temporada.

e) Planeamiento Estratégico:

Diversos autores mencionan varios canales para plantear estrategias organizacionales, pero según Fred y David (2003) refiere que para desarrollar un adecuado planteamiento estratégico debe seguirse el siguiente procedimiento.

- a) Preguntarnos ¿Qué queremos ser? Define la visión de la empresa.
- b) Preguntarnos ¿Cuál es el giro de tu negocio? Define la misión de la empresa.
- c) Contrastación, redacción de metas y estipular los objetivos estratégicos
- d) Conformación de las estrategias.
- e) Control y evaluación.

1.2.2. Calidad de servicio

La calidad en los servicios es un concepto abstracto y complejo, difícil de definir y medir.

Un servicio es un proceso que consta de actividades regidas por la conducta y las actitudes de las personas implicadas. A diferencia de un producto un servicio es difícil de probar, es una experiencia y tiene vida limitada (Durán, 2006)

La calidad del servicio a la que ahora se ha hecho referencia está determinada por la satisfacción del cliente; esta a su vez depende del grado de adaptación a las características del servicio a las necesidades y expectativas de los consumidores (Durán, 2006).

Por tanto, el concepto de calidad revela un deslizamiento desde el concepto clásico de calidad en sentido “objetivo” hacia un concepto “subjetivo” de calidad basado en la percepción del cliente. Ahora la calidad define el cliente. La calidad es lo que el consumidor dice que es, y la calidad de un producto o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es (Buzzell y Gale, 1987) o lo que es lo mismo, la calidad es lo que el cliente dice que es a partir de su percepción (Grönroos, 1987:37).

Para (Hoffman y Bateson, 2012), mencionan que tal vez la mejor manera de empezar un análisis sobre la calidad en el servicio es intentar distinguir primero la calidad en el servicio de la satisfacción del cliente. La mayoría de los expertos coincide en que satisfacción del cliente es una medida específica de las operaciones a corto plazo, mientras que la calidad en el servicio es una actitud formada por medio de la evaluación a largo plazo de un desempeño.

La Dimensiones de la calidad de servicio

Referencia más común para determinar las dimensiones de la calidad de servicio es el aporte de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), dentro de la Escuela Norteamericana de Calidad de Servicio, quienes enumeran una serie de criterios con los que los clientes juzgan la calidad de un servicio. Estos autores identificaron inicialmente diez dimensiones de la calidad de servicio, las cuales están interrelacionados y su importancia varía dependiendo del tipo del servicio y del cliente. Estas son las siguientes:

- a) Elementos tangibles, tales como apariencia de las instalaciones físicas, el mantenimiento y la modernidad de los equipos, el aspecto de los materiales de comunicación y la apariencia física de las personas.
- b) Fiabilidad, entendida como la capacidad de cumplir bien a la primera con los compromisos adquiridos.
- c) Capacidad de respuesta, que determina disponibilidad para entender a los clientes con rapidez.
- d) Profesionalidad, que alude a la posesión por las personas de las actitudes y aptitudes necesarias para la correcta prestación del servicio
- e) Cortesía, entendida como amabilidad, atención, consideración y respeto con el cliente es tratado por el personal de contacto.
- f) Credibilidad, indicador de la veracidad y honestidad en la prestación del servicio.
- g) Seguridad, como inexistencia de peligros, riesgos o duda.
- h) Accesibilidad, representativa de la facilidad en el contacto.
- i) Comunicación, como indicador de la habilidad para escuchar al cliente, mantenerlo informado y utilizar un mismo lenguaje
- j) Comprensión del cliente, para denominar el esfuerzo en conocer al cliente y sus necesidades.

Con estudios posteriores estos mismos autores lo redujeron a solo 5 dimensiones, las cuales actualmente son consideradas y son:

- a) Elementos tangibles, que acompañan y apoyan el servicio.
- b) Fiabilidad o habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- c) Capacidad de respuesta o disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.
- d) La seguridad o conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- e) Empatía o atención individualizada que se ofrece a cada cliente.

Medida de la calidad en los servicios-Indicadores

Durán (2006), dice que para medir la calidad en el servicio es necesario determinar unas exigencias detectables y medibles; por lo tanto, evaluables y controlables, las cuales se clasifican en dos tipos:

- a) **Cuantitativas:** retrasos, tiempos de espera, número de llamadas, visitas o entrevistas para solucionar problemas, tiempos de entrega, exactitud de la facturación y grado de cumplimiento de lo pactado u ofrecido.
- b) **Cualitativas:** sabor, estética, temperatura, clima, cortesía, amabilidad, confort, simpatía en el trato, seguridad del producto o servicio, mejora de la calidad de vida, confianza y seguridad, higienes en el producto o del ambiente.

Para medir la calidad en los servicios, se tienen que tener en cuenta esta serie de indicadores, para que puedan ser analizadas y tomar las decisiones correspondientes, en pos de brindar un servicio de calidad y que los clientes estén satisfechos de inicio a fin.

La medición es a la vez el último y el primer paso a la hora de mejorar la calidad del servicio y conseguir un servicio excelente. Como muy bien afirman Davidow y Uttal (1990), es muy difícil conseguir mejorar un servicio si no se tienen en cuenta los resultados que se están obteniendo con un sistema que permita cuantificarlos (Camisón, Gonzalez y Cruz, 2007)

Modelo SERVQUAL

El modelo SEVQUAL (Quality Service) se debe a los sucesivos trabajos de Parasuraman quien se centró en su investigación en las siguientes preguntas: ¿Cuándo un servicio es percibido de calidad?, ¿qué dimensiones integran la calidad? y ¿qué preguntas deben integrar el cuestionario para medir la calidad?

Los resultados de su investigación dieron como respuesta a la primera pregunta que un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o superan a las expectativas que sobre él se habían formado.

Por tanto, para la evaluación de la calidad de servicio será necesario disponer de las expectativas y las percepciones reales de los clientes. Por lo que el modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio está basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones, de manera que

éstas superarán a las expectativas, implicaría una elevada calidad percibida del servicio, y alta satisfacción con el mismo.

Señala ciertos factores claves que condicionan las expectativas de los usuarios:

Comunicación “boca a boca”, hace referencia a experiencias, recomendaciones y percepciones de otros clientes o usuarios.

Necesidades personales. Qué servicio es el que verdaderamente necesita el cliente.

Experiencias anteriores. Las expectativas de los clientes dependen de sus experiencias previas al servicio. Así, se espera más de aquellos de los que se ha recibido un elevado nivel y menos de lo que se ha recibido un nivel bajo.

Comunicación externa. Son señales ofrecidas por las empresas sobre los servicios que ofrecen, como puede ser, entre otras, la publicidad el propio precio del servicio.

El siguiente paso en la investigación de estos autores fue analizar cuáles son las dimensiones que conforman la calidad de servicio, identificaron las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

Las dimensiones del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio pueden ser definidas del siguiente modo:

- a) **Elementos tangibles.** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- b) **Fiabilidad.** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.
- c) **Capacidad de Respuesta.** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- d) **Seguridad.** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
- e) **Empatía.** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

1.3. Definición de términos

Calidad de servicios. como las actividades ofrecidas, por una parte, que constituyen el componente de naturaleza más o menos intangible destinado a desea recibir un beneficio a través de tales actividades que se producen como resultado de la interacción de los deseos de las dos partes. (Aguar, 2002)

Calidad de servicio percibido. La calidad existe en la mente del cliente. (Dávila, 2002)

Calidad de Trabajo. Capacidad de efectuar con exactitud y confiabilidad las actividades de trabajo que le son asignadas. (Chiavenato, 2011, p. 52)

Evaluación. Es la determinación sistemática del mérito, el valor y el significado de algo o alguien en función de unos criterios respecto a un conjunto de normas. (Chiavenato, 2011, p. 224)

Gestión de talento humano. Conjunto de actividades que ponen en funcionamiento, desarrollan y movilizan a las personas dotadas de conocimientos, habilidades y competencias de las cuales una organización necesita para lograr sus objetivos. (Chiavenato, 2013, p. 26)

Planificación estratégica. Proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa. (Chiavenato, 2004)

Productividad. Medida de la eficiencia con la cual se utiliza un recurso (humano o físico) considerando su rendimiento o resultados. (Chiavenato, 2013, p. 97)

Servicio al cliente. Indica que es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador, con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto y satisfactorio del mismo. (Oliva, 2009)

Trabajo. Es cualquier esfuerzo habitual del ser humano ordenado a un fin que se tiene previsto. Trabajo en equipo. Un equipo de trabajo, es un conjunto de personas que se organizan de una forma determinada para lograr un objetivo común. (Chiavenato, 2011, p. 77)

Trabajador. Persona que con la edad legal suficiente presta sus servicios retribuidos. Cuando no tiene la edad suficiente, se considera trabajo infantil. Si no presta los servicios de forma voluntaria, se considera esclavitud o servidumbre. (Chiavenato, 2011, p. 80)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Investigación básica. Se define como aquella actividad orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y nuevos campos de investigación, tiene como fin crear un cuerpo de conocimiento teórico sobre los fenómenos sin preocuparse de su aplicación práctica. Se orienta a conocer y persigue la resolución de problemas amplios y de validez general. Sánchez y Reyes (2006)

Por el tipo de investigación, el siguiente proyecto es descriptivo correlacional ya que se utilizara tan solo una muestra y como ésta se encuentra en su estado natural, para al final establecer la relación entre dichas variables.

2.2. Nivel de Investigación

Se eligió el Diseño de Investigación No experimental (Observacional), de corte transversal. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010). El diseño aplicado en la presente investigación es de tipo no experimental, conocido también como observacional, puesto que sólo se observó el fenómeno de estudio mas no se manipulo ninguna variable. (Valderrama, 2016, p. 44). En ese sentido se describir proceso de planificación estratégica y calidad de servicios en la empresa hotelera Cerro Verde.

2.3. Población, muestra y unidad de análisis

Población

La población es el conjunto de todos los elementos que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación. (Carrasco, 2015, p. 236). Por lo que la población estará conformada por los 2855 huéspedes del hotel Cerro Verde.

Muestra

Es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel a ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población. (Carrasco, 2015, p. 237). Será una muestra aleatorio simple y para obtener la muestra se realizó el cálculo a través de la siguiente fórmula aleatoria:

Fórmula:

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

Donde

$z = 1.96$ (Valor de Z al 95% de confianza).

$p = 50\%$ (Probabilidad de obtener éxito).

$q = 50\%$ (Probabilidad de obtener fracaso).

$N = 2855$ (Tamaño de la población).

$E = 5\%$ (Error de muestreo).

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50) \times (2855)}{(0.05)^2 (2855 - 1) + (1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}$$

$$n = 249.7$$

$$n = 250$$

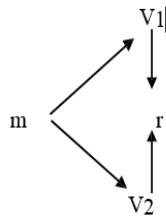
Por lo cual se toma como muestra a 250 huéspedes del hotel Cerro Verde-Tarapoto.

2.4. Tipo de Diseño de investigación

Según Valderrama (2016) el diseño de la investigación es No experimental – Correlacional, ya la población muestral es observada en su ambiente natural y en su realidad, de eso modo el investigador observa los problemas para luego analizarlos en su ambiente natural y así, describirlos o medir los niveles de correlación, y en algunos casos hasta prediciendo algún problema que podría surgir en el futuro. (Valderrama, 2016 p.178).

Esquema siguiente:

Dónde:



V1= Proceso de Planificación Estratégico

V2= Calidad de Servicios

m= La muestra es de 250 huéspedes del hotel Cerro Verde-Tarapoto

r= Relación

2.5. Métodos de investigación:

Método Inductivo: Se analizará los resultados obtenidos después de realizar toda la investigación en función al problema, los objetivos e hipótesis planteados en la investigación, para luego formular las respectivas conclusiones, se utilizó la encuesta determinada la cual estará direccionada a los huéspedes del hotel se realizó la tabulación, análisis y descripción de los resultados obtenidos.

2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

“Los instrumentos de investigación cumplen roles muy importantes en la recogida de datos, y se aplican según la naturaleza y características del problema y la intencionalidad del objeto de estudio” (Carrasco, 2015, p. 334)

Se elaboraron cuestionarios, uno para cada variable de modo que permita obtener información en base a preguntas que serán respondidas con alternativas de tipo Likert que luego serán analizadas para validar la hipótesis planteada.

Técnica : Encuesta.

Instrumento : Cuestionario tipo Likert.

2.7. Técnicas y Análisis de Datos

Tabulación: Se detalló las respuestas del cuestionario, resumiendo los datos en tablas estadísticas en forma computarizada, utilizando SPSS.

Representación Gráfica: Los datos obtenidos son expresados mediante gráficos y tablas que facilitaran su lectura, interpretación y análisis, dado que la muestra es al mismo tiempo la población por lo tanto se convierte automáticamente en la generación del tema de investigación.

Forma de tratamiento de los datos.

La información se realizó mediante tablas de frecuencia y gráficos en columnas y circular con sus correspondientes análisis e interpretaciones.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados Descriptivos

Variable: Proceso de Planificación estratégica

Dimensión: Diagnóstico

Tabla 01.

Diagnóstico

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	2	0.8
Deficiente	3	1.2
Aceptable	211	84.4
Buena	31	12.4
Excelente	3	1.2
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021

Interpretación:

Como se puede observar en tabla 01, según la variable Proceso de Planificación Estratégica. De acuerdo a su dimensión diagnóstico, vemos del total de los encuestados, manifestaron que el 84.4% es aceptable, el 12.4% manifestaron que es aceptable, el 1,2% manifestaron que es deficiente y excelente.

Dimensión: Formulación de estrategia

Tabla 02.

Formulación de estrategia

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0
Deficiente	25	10.0
Aceptable	110	44.0
Buena	99	39.6
Excelente	16	6.4
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021

Interpretación:

Como se puede observar en tabla 02, según la variable Proceso de Planificación Estratégica. De acuerdo a su dimensión Formulación de estrategia, se observa del total de los encuestados, manifestaron que el 44% es aceptable, el 39,6% manifestaron que es buena, el 10% manifestaron que es deficiente.

Dimensión: Implementación de la estrategia**Tabla 03***Implementación de la Estrategia*

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	-
Deficiente	14	5.6
Aceptable	154	61.6
Buena	76	30.4
Excelente	6	2.4
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021.

Interpretación:

Como se puede observar en tabla 03, según la variable proceso de planificación estratégica. De acuerdo a su dimensión implementación de la estrategia, vemos del total de los encuestados, manifestaron que el 61.6% es aceptable, el 30.4% manifestaron que es buena, el 5.6% manifestaron que es deficiente.

Dimensión: Evaluación control**Tabla 04.***Evaluación Control*

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	5	2.0
Deficiente	36	14.4
Aceptable	122	48.8
Buena	87	34.8
Excelente	0	-
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021.

Interpretación:

Como se puede observar en el tabla 04, según la variable de proceso de planificación estratégica, de acuerdo a la dimensión Evaluación control, del total de los encuestados, vemos que el 48.8% manifestaron que es aceptable, el 34.8% dice que es buena, el 14.4% dijeron que es deficiente, el 2% dicen que es muy deficiente.

Variable: Calidad de Servicio**Dimensión: Elementos Tangibles****Tabla 05.***Elementos Tangibles*

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	34	13.6
Deficiente	71	28.4
Aceptable	88	35.2
Buena	56	22.4
Excelente	1	0.4
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021.

Interpretación:

Como se puede observar en el tabla 05, según la variable de calidad de servicio, de acuerdo a la dimensión Elementos Tangibles, del total de los encuestados, vemos que el 35.2% manifestaron que es aceptable, el 28,4% dice que es deficiente, el 22,4% dijeron que es buena, el 13,6% dicen que es muy deficiente y el 0.4% manifestaron que es excelente.

Dimensión: Empatía

Tabla 06.
Empatía

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	12	4.8
Deficiente	56	22.4
Aceptable	111	44.4
Buena	50	20.0
Excelente	21	8.4
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021.

Interpretación:

Como se puede observar en el tabla 06, según la variable de calidad de servicio, de acuerdo a la dimensión empatía, del total de los encuestados, vemos que el 44,4% manifestaron que es aceptable, el 22.4% dice que es deficiente, el 20% dijeron que es buena, el 8.4% dicen que es excelente.

Dimensión: Fiabilidad

Tabla 7.
Fiabilidad

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	2	0.8
Deficiente	89	35.6
Aceptable	105	42.0
Buena	30	12.0
Excelente	24	9.6
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021.

Interpretación:

Como se puede observar en el tabla 07, según la variable de calidad de servicio, de acuerdo a la dimensión fiabilidad, del total de los encuestados, notamos que el 42% manifestaron que es aceptable, el 35,6% dice que es deficiente, el 12% dijeron que es buena, el 9,6% dicen que es excelente y el 0.8% manifestaron que muy deficiente.

Dimensión: Confiabilidad**Tabla 08.***Confiabilidad*

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	6	2.4
Deficiente	86	34.4
Aceptable	90	36.0
Buena	60	24.0
Excelente	8	3.2
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021.

Interpretación:

Como se puede observar en el tabla 8, según la variable de calidad de servicio, de acuerdo a la dimensión confiabilidad, del total de los encuestados, vemos que el 36% manifestaron que es aceptable, el 34,4% dice que es deficiente, el 24% dijeron que es buena, el 3,2% dicen que es excelente y el 2,4% manifestaron que es muy deficiente.

Dimensión: Seguridad

Tabla 09.
Seguridad

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	6	2.4
Deficiente	70	28.0
Aceptable	95	38.0
Buena	73	29.2
Excelente	6	2.4
TOTAL	250	100.0

Fuente: Elaboración de encuesta, Celiz, E. noviembre 2021.

Interpretación:

Como se puede observar en el tabla 9, según la variable de calidad de servicio, de acuerdo a la dimensión de seguridad, del total de los encuestados, vemos que el 38% manifestaron que es aceptable, el 29,2% dice que es buena, el 28% dijeron que es deficiente, el 2.4% dicen que es muy deficiente y es excelente.

Tabla 10.

Normatividad

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra			Planeamiento Estrategico	Calidad de servicio
N			250	250
Parámetros normales ^{a,b}	Media		25.47	48.98
	Desviación estándar		4.407	5.753
Máximas diferencias extremas	Absoluta		.088	.129
	Positivo		.088	.129
	Negativo		-.078	-.090
Estadístico de prueba			.088	.129
Sig. asintótica (bilateral)			,200 ^{c,d}	,009 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Tabla 11*Correlaciones***Correlaciones**

			Planeamiento estratégico	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coefficiente de correlación	1.000	,686**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	250	250
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,686**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	250	250

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 22

Interpretación:

Cada una de las variables evaluadas, fueron de carácter ordinal, ya que se asignaron calificaciones en un orden ascendente. En base a ello, se estableció que la prueba estadística a aplicar sería la prueba de Rho de Spearman. Es así que, como resultado, se acepta la hipótesis de investigación (H1) formulada, misma que indica lo siguiente: "Existe relación directa entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020", ello pues, debido a que el valor de Sig. (bilateral) de 0.000 es menor al margen de error de 0.05 (5%). De igual modo, ya que, el coeficiente de correlación arroja un valor de 0,686, se establece que la mencionada relación entre las variables, es positiva media, indicando de esta manera que existe más del 50% de probabilidad de que, si se mejora el planeamiento estratégico, la calidad del servicio tenderá a mejorar aún más.

3.2. Discusión de resultados

Para realizar esta investigación se ha considerado diferentes teorías, las cuales fueran analizadas, al mismo tiempo se realizó la recopilación de antecedentes relacionados al tema que sustenten la investigación; tras efectuar el análisis de la variable Proceso de Planificación Estratégica a modo descriptivo se observa que se encuentra en un nivel “Regular”, ya que así lo mencionaron el 38% de los colaboradores encuestados, esto es consecuencia de las deficiencias que existen en la diagnóstico, formulación de estrategias, implementación de estrategias, evaluación y control La implementación de estrategias no vienen siendo desarrollados de manera eficiente, siendo la implementación de estrategias la dimensión en la cual se observó mayores deficiencias, esto se basa en los estrategias que no innovan y que no aplican de acuerdo al mundo globalizado lo cual nos involucra más al cambio y a las distintas formas de aplicaciones que la empresa tiene que hacer para poder realizar un debido proceso para mejorar la gestión de la empresa y llegar a una buena rentabilidad.

En el tema de Proceso de Planificación Estratégica, los huéspedes mencionaron que la implementación de estrategias es deficiente en la empresa, aspectos que se deberían tomarse encuentra para mejorar la gestión. Estos resultados guardan relación la investigación de Ruiz, (2016) en su tesis de licenciatura: *“Planificación Estratégica y Eficacia en Empresas Operadoras Turísticas del Distrito de Tarapoto, 2016”*. San Martín-Perú. Los resultados de la investigación evidenciaron que en general, que las empresas operadoras turísticas no utilizan las herramientas de la planificación estratégica en el marco del programa, siendo en algunos casos que trabajan con proyecciones mensuales en algunas empresas de las dieciocho que forman parte de la investigación, por ende, el indicador de eficacia que reportaron las empresas investigadas fueron bajas. La conclusión principal es que se empresas no presentan con una buena ejecución financiera y administrativa, es necesario apoyar y dar soporte administrativo para mejorar este desempeño por lo que se recomienda ampliar las actividades y brindar asistencia en la ejecución de actividades para el cumplimiento de metas y objetivos.

Asimismo, Aquino, (2012) en su tesis de licenciatura titulada: *“Plan Estratégico para el Hotel-Suites Costa de Oro del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, 2012-2016”*. Nos comenta que 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, como pasa en la empresa hotelera Cerro Verde -Tarapoto.

Asimismo, tras realizar las evaluaciones correspondientes, se conoció que la empresa hotelera Cerro Verde –Tarapoto presenta un nivel Aceptable en relación al servicio de calidad de acuerdo a los resultados obtenidos, puesto que el 30% de los encuestados así lo manifestaron, esto se debe a que no todos los colaboradores manejan correctamente los métodos y técnicas que su puesto de trabajo requiere para cumplir eficientemente sus funciones, además estos deben tener mayor empatía, fiabilidad, confiabilidad y seguridad con los huéspedes, por lo cual la organización debe tomar medidas para que se puedan cumplir las metas empresariales. Los resultados obtenidos mostraron relación con Cueva, (2015). En su tesis denominada: “*Evaluación de la Calidad Percibida por los Clientes del Hotel los Portales a Través del Análisis de sus Expectativas y Percepciones*”. Universidad de Piura. La investigación nos habla de que la calidad de servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes. Así como señala Benítez, (2010) en su tesis doctoral denominada: “*La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera. Universidad de las Palmas de Gran Canaria*” la estrategia empresarial debe escuchar claramente lo que los clientes demandan de los hoteles, poniendo énfasis en las variaciones que se pueden experimentar en el tiempo como consecuencia de las innovaciones tecnológicas que se van produciendo en el sector.

Finalmente, en la presente investigación se pudo identificar la relación positiva y considerable entre el Proceso de Planificación Estratégica y la calidad de servicio, ya que existe relación directa entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020, debido a que el valor de Sig. (bilateral) de 0.000 es menor al margen de error de 0.05 (5%). De igual modo, ya que, el coeficiente de correlación arroja un valor de 0,686, se establece que la mencionada relación entre las variables, es positiva media.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Se determinó que existe relación directa entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020, debido a que el valor de Sig. (bilateral) de 0.000 es menor al margen de error de 0.05 (5%). De igual modo, ya que, el coeficiente de correlación arroja un valor de 0,686, se establece que la mencionada relación entre las variables, es positiva media.

El Proceso de Planificación Estratégica de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020 se encuentra en un nivel aceptable, debido a que el 30%, es decir 250 huéspedes encuestados así lo señalaron, ya que el diagnóstico, formulación de estrategias, implementación de estrategias, evaluación y control. Las implementaciones de estrategias no vienen siendo desarrollados de manera eficiente, siendo la implementación de estrategias la dimensión en la cual se observó mayores deficiencias.

El nivel de Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020 se encuentra en un nivel aceptable, ya que así lo manifestaron el 38%, es decir 250 huéspedes encuestados, ellos señalan que los elementos tangibles, empatía, la fiabilidad, la confiabilidad y la seguridad están presentando deficiencias las cuales no ayudan a tener un buen desempeño, siendo la seguridad la dimensión que tuvo niveles muchos más bajos, por lo que es la dimensión con mayor deficiencias encontradas.

4.2. Recomendaciones

A la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto plantear estrategias y tomar medidas que ayuden a mejorar el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio, las cuales deber ser acatadas por todos los colaboradores de la empresa, lo cual permita optimizar el desempeño laboral de los colaboradores, ya que se sabe que existe una relación entre ambas variables.

Al administrador de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, realizar capacitaciones con respecto a planificación estratégica que se tiene en la empresa, asimismo informar y brindar información acerca misión visión, estrategias, objetivos, evaluaciones, etc.

Al administrador de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, contratar personas que cumplan con los requerimientos del puesto, que cuenten con la capacidad y conocimientos que su puesto exige y de ese modo capacitar en rubros de calidad de servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar Quintana, T. (2002). *El liderazgo y la calidad en el sector hotelero*. Editorial Fundación FYDE-Caja Canarias, Santa Cruz de Tenerife.
- Aquino, A. (2012) “Plan Estratégico para el Hotel-Suites Costa de Oro del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, 2012-2016”. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Ecuador.
- Arrillaga, J. (1962). *Ensayos sobre turismo*. España: Ediciones turísticas. México.
- Ballón, S. (2016) *Evaluación en la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en los Hoteles de dos y tres Estrellas de La Ciudad de Abancay*. Universidad Esan. Perú.
- Barreiros, A. (2012) “Planificación Estratégica como una Herramienta de Gestión para promover la competitividad en la Empresa Kawa Motors”. Universidad Central del Ecuador.
- Benítez, J. (2010) *La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera*. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. España. R
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la investigación científica*. (9° reimpresión). Perú: San Marcos.
- Chacaltana, J. (1999). *El turismo en el Perú: Perspectivas de crecimiento y generación de empleo*. Lima: Organización Internacional del Trabajo.
- Chiavenato, I. (2004) *Administración en los nuevos tiempos*, McGraw Hill, Colombia. P.228
- Coronel, C. (2016). *Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del Cliente en el Restaurant Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza Lima*. Universidad Señor de Sipan
- Cueva, V. (2015). *Evaluación de la Calidad Percibida por los Clientes del Hotel los Portales a Través del Análisis de sus Expectativas y Percepciones*. Universidad de Piura, Perú.

- González, R. (2014) *La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería Low Cost*. Universidad Valladolid, Segovia, España.
- Koontz, H. (1994) *Administración: Una perspectiva global*. Mc Graw Hill. México
- D.F. Kotler, P. (1988) *Mercadeo de servicios profesionales*. Ed. Legis. Santafé de Bogotá
- Mendoza, A. (2014) *Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio en los Hoteles Tres Estrellas del Distrito de Andahuaylas*. Universidad Nacional José María Arguedas, Perú.
- Miguel Dávila, J.A. (2002) *Calidad del servicio en el sector turístico*. Editorial Netbiblo Madrid.
- Oliva, (2008), *La calidad en el servicio al cliente (2ª edición)* España, Publicaciones Vértice
- Quiroa, D. (2014) *Servicio al Cliente en Hoteles de la Ciudad de San Marcos*, Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Republica Dominicana.
- Ruiz, K. (2016) “Planificación Estratégica y Eficacia en Empresas Operadoras Turísticas del Distrito de Tarapoto, 2016”. Universidad César Vallejo. San Martín- Perú.
- Sallenave, J. (1999) *Gerencia y planeación estratégica*, Bogotá: Grupo Editorial Norma
- Valderrama, S. (2016) *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. (6ta Reimpresión). Perú: San Marcos.
- Velasco Sánchez, J. (2010) *Gestión de la calidad. Mejora continua y sistemas de gestión*. Ediciones Pirámide, Madrid
- Wenneker y Thurick, (1999); Audrech y Thurick, 2000; Audretsh et al. 2001; carretet al, 2001.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título: “Proceso de Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la Empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020”. **Autor:** Elvis Junior Celiz Cortez

PROBLEM	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICAD
<p>Problema General: ¿Cuál es la relación que existe entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa Hotelera Cerro Verde Tarapoto SAC, Tarapoto-2020?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación que existe entre el proceso de Planificación Estratégica y su relación con la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020.</p> <p>Objetivos Específicos Describir el nivel de Planificación Estratégica de mayor importancia de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020. Determinar el nivel de Calidad de Servicio predominante de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto-</p>	<p>Hipótesis General: H1 = Existe relación directa entre el Proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de la empresa hotelera Cerro Verde Tarapoto Hotel S.A.C, Tarapoto- 2020 H0 = No existe relación directa entre el proceso de Planificación Estratégica y la Calidad de Servicio de</p>	<p>Variable Independiente: Proceso de planificación Estratégica</p>	<p>Diagnóstico Formulación de la estrategia Implementación de la estrategia Evaluación y control</p>	<p>Ambiente interno Ambiente externo Misión / Visión Objetivos Estrategias Políticas Procedimientos Rendimiento</p>

			<p>Variable Dependiente</p> <p>Calidad de servicios</p>	<p>Elementos tangibles</p> <p>Empatía</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Confiabilidad</p> <p>Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comodidad de las habitaciones - Calefacción-refrigeración - Limpieza - Alimentación/bebidas - Decoración/ambientación del hotel - Atención y cortesía del personal del hotel-recepción - Atención y cortesía del personal del hotel- demás empleados - Disponibilidad de la empresa para
--	--	--	--	---	---

					<p>solucionar los problemas de los huéspedes</p> <ul style="list-style-type: none">- Compromiso de la empresa con los huéspedes- Rapidez y atención- Comunicación por parte de los empleados en diversas lenguas- Puntualidad en las actividades del hotel- Informaciones claras y pertinentes- Facilidad en obtener informaciones de la empresa
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none">- Estado de la conservación del hotel- Imagen de la empresa- Conocimiento de las tareas específicas por parte de los empleados.
--	--	--	--	--	---

Funete: Elaboracion Propia

Anexo N° 02. Instrumentos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario de Proceso de Planificación Estratégica la empresa hotelera Cerro Verde,
dirigido a los huéspedes del hotel Cerro Verde.

Instrucciones: Le rogamos ser muy objetivo en sus respuestas, este cuestionario para su conocimiento es anónimo, marque con una x, según el cuadro de apreciación.

MUY DEFICIENTE	(1)
DEFICIENTE	(2)
ACEPTABLE	(3)
BUENA	(4)
EXCELENTE	(5)

N°	Cuestionario	Escala				
		1	2	3	4	5
	Diagnos					
1	Como califica usted el ambiente interno del hotel Cerro Verde					
	Formulación de estrategia					
2	Como considera usted la misión establecidos en el hotel Cerro Verde					
3	Como considera usted la visión establecidos en el hotel Cerro Verde					
4	Como considera usted los objetivos establecidos en el hotel Cerro Verde					
5	Como considera usted las Estrategias establecidos en el hotel Cerro Verde					
6	Como considera usted las Políticas establecidos en el hotel Cerro Verde					
	Implementación de la estrategia					
7	Como considera usted que se encuentra los Procedimientos en el hotel Cerro Verde					
	Evaluación Control					
8	Como considera usted el rendimiento de los colaboradores del hotel Cerro Verde					

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario de Calidad de Servicios la empresa hotelera Cerro Verde, dirigido a los huéspedes del hotel Cerro Verde.

Instrucciones: Le rogamos ser muy objetivo en sus respuestas, este cuestionario para su conocimiento es anónimo, marque con una x, según el cuadro de apreciación.

MUY	(1)
DEFICIENTE	(2)
ACEPTABLE	(3)
BUENA	(4)
EXCELENTE	(5)

N	Cuestionario	Escala				
		1	2	3	4	5
	Elementos tangibles					
1	Como considera usted la comodidad de las habitaciones del Hotel Cerro Verde					
2	Como considera usted la calefacción – refrigeración de las habitaciones del Hotel Cerro Verde					
3	Como considera usted la limpieza de las habitaciones del Hotel Cerro Verde					
4	Como considera usted la alimentación/bebidas del Hotel Cerro Verde					
5	Cómo calificaría usted la decoración- ambientación del hotel Cerro Verde					
	Empatí					
6	Como considera usted la Atención y cortesía del personal del hotel-recepción del Hotel Cerro Verde					
7	Como considera usted la Atención y cortesía del personal del hotel y demás del Hotel Cerro Verde					
	Fiabilidad					
8	Como considera usted la disponibilidad de la empresa para solucionar los problemas de los huéspedes del Hotel Cerro Verde					
9	Como considera usted el compromiso de la empresa con los huéspedes del Hotel Cerro Verde					

10	Como considera usted la rapidez y atención del Hotel Cerro Verde					
Confiabilidad						
11	Como califica usted la comunicación por parte de los empleados en diversas lenguas del Hotel Cerro Verde					
12	Como califica usted la puntualidad en las actividades del Hotel Cerro Verde					
13	Como califica usted las informaciones claras y pertinentes que le brindan en el Hotel Cerro Verde					
14	Como califica usted la facilidad en obtener informaciones del Hotel Cerro Verde					
Seguridad						
15	Como considera usted el estado de la conservación del Hotel Cerro Verde					
16	Como califica usted la imagen de la empresa					
17	Como considera usted el conocimiento de las tareas específicas por parte de los empleados					