

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACION**

LA GESTION DE CALIDAD EN BASE AL PLANEAMIENTO  
ESTRATEGICO Y EL COMPROMISO DEL PERSONAL DE  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIO- RUBRO HOTELES. CASO HOTEL IVANSINO  
INN, CHIMBOTE, AÑO 2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE  
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN

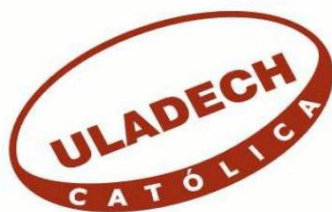
AUTOR

BACH. RUTH EDITH CHINCHAYAN PAREDES

ASESOR. JOSE GERMAN LINARES CAZOLA

CHIMBOTE - PERÚ

2016



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACION**

LA GESTION DE CALIDAD EN BASE AL PLANEAMIENTO  
ESTRATEGICO Y EL COMPROMISO DEL PERSONAL DE  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIO- RUBRO HOTELES. CASO HOTEL IVANSINO  
INN, CHIMBOTE, AÑO 2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE  
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

BACH. RUTH EDITH CHINCHAYAN PAREDES

ASESOR. JOSE GERMAN LINARES CAZOLA

CHIMBOTE - PERÚ

2016

MS. LUIS FERNANDO SANCHÈZ VERA  
Presidente

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURION MEDINA  
Secretario

Mgtr. HECTOR ASCENCIO RIVERA PRIETO  
Miembro

DR. JOSE GERMAN LINARES CAZOLA  
Asesor

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ser maravilloso por darme la vida y las bendiciones necesarias para lograr mis metas.

A mis profesores, en especial al Dr. José German Linares Cazola responsable de nuestro curso, por su paciencia y apoyo empleado para nuestra formación.

Al Mg. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro por su orientación, dedicación y paciencia en la realización del presente trabajo de investigación.

## DEDICATORIA

A mis padres, Jesús y Luisa, cuya inspiración de vida y amor hacia sus hijos, nos ha permitido encontrar el camino de la realización.

A mis hermanos, Héctor y William, que me han alentado permanentemente para conseguir mis objetivos, aprendiendo también de ellos, el esfuerzo y tesón para lograr resultados.

A mis maestros, por las enseñanzas que cada día nos permite apreciar y enfrentar a este mundo globalizado.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, siendo sus objetivos específicos, Definir el nivel de gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico de las micros y pequeñas empresas. Caso hotel Ivansino Inn, Año 2016, Determinar el nivel de gestión de calidad en base al compromiso del personal actual de las micro y pequeñas empresas, Caso hotel Ivansino Inn en la ciudad de Chimbote, Identificar la relación que existe entre la gestión de calidad con el planeamiento estratégico y la variable compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas, Caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, Año 2016; así mismo el tipo de investigación es cuantitativa, descriptiva y correlacional, debido al que el propósito de la investigación, la naturaleza del problema y los objetivos formulados se verán reflejados en los resultados obtenidos de las encuestas, siendo el nivel de la investigación en un primer momento descriptivas, debido a que se describió las características de gestión de calidad, el planeamiento estratégico y el compromiso del personal y cuyos resultados en la variable planeamiento estratégico, el indicador, análisis interno contribuye al diagnóstico, es el más regular de todos con un 88,89% de casos, y la variable compromiso de personal, los indicadores más resaltantes de error fue el indicador Compromiso del personal con la permanencia ambas con nivel parcialmente en desacuerdo y Ni de acuerdo, ni en desacuerdo con 44,44% para ambos casos. Respecto a la relación entre variable planeamiento estratégico y su relación con el nivel de compromiso del personal resultó que ambas si tienen relación significativa, valor Chi Cuadrado Calculable es de 12,25 siendo mayor que el valor de Chi cuadrado de Tabla 3,84 lo que indica la que ambas tienen una relación. El personal en su mayoría manifiesta que la visión contribuye al direccionamiento de la empresa en un nivel considerado como regular lo que implica que la totalidad de ellos no está conforme con lo que transmite el hotel.

**Palabras claves:** Gestión de calidad, plan estratégico, compromiso del personal.

## ABSTRAT

The objective of the present investigation was to determine the influence of quality management based on strategic planning and the commitment of the personnel of the micro and small companies of the service sector, being their specific objectives, Define the level of quality management with the use Of the strategic planning of micro and small enterprises. Case hotel Ivansino Inn. Year 2016, Determine the level of quality management based on the commitment of the current staff of micro and small enterprises, Ivansino Inn hotel case in the city of Chimbote, Identify the relationship between quality management and strategic planning Variable commitment of staff of small and micro enterprises, Case hotel Ivansino Inn. Chimbote Year 2016; The type of research is quantitative, descriptive and correlational, due to which the purpose of the research, the nature of the problem and the objectives formulated will be reflected in the results obtained from the surveys, the level of research being a first Descriptive, because they described the characteristics of quality management, strategic planning and staff commitment and whose results in the variable strategic planning, the indicator, internal analysis contributes to the diagnosis, is the most regular of all with an 88 , 89% of cases, and the variable commitment of personnel, the most important indicators of error was the indicator Commitment of staff with permanence both with level partially disagree and Neither agree nor disagree with 44.44% for both cases . Regarding the relation between variable strategic planning and its relation with the level of commitment of the staff, it turned out that both have significant relation, Chi Square Calculable value is 12.25 being greater than the Chi square value of Table 3.84 which Indicates that both have a relationship. The majority of staff stated that the vision contributes to the management of the company on a level considered as regular which implies that all of them are not satisfied with what the hotel transmits.

Key words: Quality management, strategic plan, staff commitment.

## INDICE

1. Título de la tesis .....	ii
2. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
4. Resumen y abstract.....	vi
5. Contenido (Índice) .....	viii
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros. ....	ix
I.    Introducción .....	01
II.   Marco Teórico.....	06
2.1 Antecedentes.....	06
2.2 Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	11
2.3 Hipótesis .....	43
2.4 Variables .....	44
III.  Metodología .....	44
3.1. El tipo y el nivel de la Investigación.....	44
3.2. Diseño de la Investigación.....	45
3.3. Población y muestra .....	47
3.4. Definición y Operacionalización de las variables y los indicadores .....	48
3.5. Técnicas e instrumentos .....	50
3.6. Plan de análisis .....	52
3.7. Matriz de consistencia .....	54
IV.  Resultados .....	58
4.1 Resultados .....	58
4.2 Análisis de resultados .....	79



V.	Conclusiones .....	88
	Recomendaciones .....	89
	Aspectos complementarios.....	90
	Referencias bibliográficas .....	90
	Anexos .....	92

## INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla N° 1: Sí la visión contribuye al direccionamiento del hotel.....	59
Tabla N° 2: Sí la Misión contribuye al direccionamiento del hotel.....	60
Tabla N° 3: Sí los planes contribuyen al direccionamiento del hotel.....	61
Tabla N° 4: Si el análisis externo contribuye al diagnóstico.....	62
Tabla N° 5: Si el análisis interno contribuye al diagnóstico.....	63
Tabla N° 6: Si las estrategias contribuyen en la gestión de calidad.....	64
Tabla N° 7: Si las estrategias contribuyen al cumplimiento de los.....	65
Objetivos.	
Tabla N° 8: compromiso del personal con los objetivos.....	66
Tabla N° 9: Compromiso del personal con la resolución de problemas...	67
Tabla N° 10: Compromiso del personal con la permanencia .....	68
Tabla N° 11: Compromiso con las metas empresariales.....	69
Tabla N° 12: Compromiso con las metas personales.....	70
Tabla N° 13: Compromiso con el cumplimiento de las funciones.....	71
Tabla N° 14: Actitud comprometida con los planes y objetivos.....	72
Tabla N° 15: Compromiso con la productividad de la empresa.....	73
Tabla N° 16: Contribución del plan estratégico en la planificación.....	74
Tabla N° 17: Compromiso del personal con el planeamiento estratégico..	75
Tablas N° 18: de contingencia.....	77
Tabla N° 19: Pruebas de chi-cuadrado .....	77

## FIGURAS

Figura N° 1: Sí la visión contribuye al direccionamiento del hotel.....	59
Figura N° 2: Sí la Misión contribuye al direccionamiento del hotel.....	60
Figura N° 3: Sí los planes contribuyen al direccionamiento del hotel.....	61
Figura N° 4: Si el análisis externo contribuye al diagnóstico.....	62
Figura N° 5: Si el análisis interno contribuye al diagnóstico .....	63
Figura N° 6: Si las estrategias contribuyen en la gestión de calidad.....	64
Figura N° 7: Si las estrategias contribuyen al cumplimiento de los .....	65
objetivos.	
Figura N° 8: compromiso del personal con los objetivos.....	66
Figura N° 9: Compromiso del personal con la resolución de problemas...	67
Figura N° 10: Compromiso del personal con la permanencia .....	68
Figura N° 11: Compromiso con las metas empresariales .....	69
Figura N° 12: Compromiso con las metas personales.....	70
Figura N° 13: Compromiso con el cumplimiento de las funciones.....	71
Figura N° 14: Actitud comprometida con los planes y objetivos .....	72
Figura N° 15: Compromiso con la productividad de la empresa.....	73
Figura N° 16: Contribución del planeamiento estratégico en la.....	74
planificación	
Figura N° 17: Compromiso del personal con el planeamiento estratégico .	75

## I. INTRODUCCION

A través de los tiempos las empresas de hotelería han sufrido una serie de transformaciones en pro de las necesidades e interés de los turistas, comenzando desde la reconstrucción física hasta el funcionamiento interno para mayor confort y satisfacción del huésped.

En el extranjero Las empresas son como los seres humanos, con metas, objetivos y valores pero lamentablemente muchas entran al mercado como un “capricho” de sus dueños abriendo a la deriva; tal es el caso de Hotel Bahía Dorada, Sociedad Anónima de Capital Variable (Cervantes, R. 2013), esto debido a que los dueños de esta entidad han trabajado de manera empírica toda la vida y con base en su propia experiencia en el ámbito empresarial lo cual hasta hoy les ha funcionado, sin embargo, muchas veces, las cuestiones cotidianas y el día a día de la empresa los absorbe tanto que no ven más allá de mañana, es decir, no visualizan escenarios y contextos venideros, no miden el impacto futuro de las decisiones que toman hoy, simplemente improvisan y lo mismo es para los empleados.

En el Perú La motivación del personal es casi siempre un tema de relevancia y si se quiere de preocupación para la mayoría de los empresarios, ellos buscan que los empleados a trabajadores contribuyan con actividades que fortalezcan la misión y visión planteada, así como también con un equipo organizado con el fin de cumplir con los objetivos y alcanzar las metas de la empresa.

Las Empresas hotelera en la ciudad de Lima ha tenido un notable crecimiento en los últimos años gracias al entorno favorable a la inversión que está viviendo el país. La demanda de noches de hospedajes en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas en la ciudad de Lima ha crecido a tasas promedio de 8% anual durante los últimos diez años, y el arribo de turistas internacionales a esta ciudad por el Aeropuerto Jorge Chávez a una tasa de 9,4% anual durante el mismo periodo de tiempo, lo cual genera oportunidades atractivas para el desarrollo de nuevos emprendimientos. La demanda de hoteles cuatro estrellas es atendida por una oferta de 25 hoteles al año 2014, con una tasa de ocupación promedio de 65,8%, ubicados principalmente en los distritos de Miraflores y San Isidro.

En nuestra región, en el marco de la sostenibilidad, el turismo rural se constituye en una alternativa de desarrollo para las comunidades locales. El turismo rural permite utilizar responsablemente y revalorar lo recursos naturales y culturales de un determinado territorio, pues éstos no sólo poseen un valor simbólico e intangible, sino que constituyen un importante activo económico y sociocultural de primer nivel para las comunidades que lo poseen.

En Chimbote las empresas hoteleras tiene una debilidad ya que la mayoría participa de una informalidad sobre su propio planeamiento estratégico de cada hotel, y nuestra calidad de servicio no es la más recomendable definitivamente, por ello se busca la situación y dependencia de que ambas variables deben de ser estudiadas para ver su relación y grado de significancia dado que aún no somos considerados como una ciudad y no tenemos un hotel de 5 estrellas.

La estructura del plan de negocio consiste en inicialmente realizar el diagnóstico situacional del proyecto hotelero para luego mediante la investigación de mercado determinar las preferencias de los usuarios y la demanda de noches de hospedaje del hotel. Se desarrolla un plan estratégico definiéndose las estrategias competitivas, de crecimiento y las estrategias basadas en el análisis FODA, las cuales se concretan en los planes funcionales de Marketing, Operaciones, Recursos Humanos y Financiero; En toda organización el recurso humano constituye el elemento principal del proceso productivo. Si bien es cierto, que la ejecución de actividades y el logro de objetivos se relacionan con la actuación y comportamiento de los empleados, es allí que la empresa debe aplicar mecanismos de incentivos, ya sea por programas sujetos a modificación para que los trabajadores se sientan satisfechos y motivados a llevar a cabo sus tareas diarias, fortaleciendo de esta manera la armonía organizacional y el desempeño laboral sobre altos índices de calidad; Por lo expresado anteriormente el anunciado del problema de investigación es el siguiente:

**¿Cómo influye la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico en el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro: hoteles Caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016?**

Para dar respuesta al problema se ha planteado el siguiente objetivo general:  
Determinar la influencia de la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles- Caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

a) Determinar el nivel de gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de Chimbote, Año 2016. Caso del Hotel Ivansino Inn. b). Determinar el nivel de gestión de calidad del compromiso del personal actual de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles de Chimbote, año 2016. Caso del hotel Ivansino Inn. c) Determinar la relación que existe entre la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y la variable compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro hoteles de Chimbote. Caso del hotel Ivansino Inn.

Finalmente, la investigación se justifica porque es importante conocer en el ámbito del estudio las principales características del planeamiento estratégico y su influencia con el compromiso del personal, así mismo, la investigación también se ajusta porque nos permite tener ideas mucho más concretas y prácticas de cómo es tan importante de realizar un planeamiento estratégico y que tan importante es el compromiso del personal de la empresa y del rubro de hoteles para que nuestro servicio de hotelerías sea más excelente.

El nivel de investigación es Aplicada, porque busca poner en práctica y medir los resultados de una teoría en realidad específica, Según su naturaleza es: descriptivo y correlacional, debido a que se describirá las características de gestión de calidad y el compromiso de personal. Será correlacional porque buscará establecer la relación entre las variables relacionadas. En el diseño de la investigación es

transversal y no experimental, en su población y muestra está determinada por 8 colaboradores recurso humano del hotel Ivansino Inn la limitación es que la muestra es pequeña, pero los resultados no son como se esperan, siendo un grupo pequeño nos reflejaron mucha desunión y poco conocimiento de la gestión en base al plan estratégico, en conclusión, Por otro lado manifiestan estar comprometidos con el cumplimiento de sus metas personales en un nivel calificado como regular, otro factor deficiente para la adecuada atención que ofrecen en la empresa y con el Planeamiento Estratégico contribuye a la planificación de la empresa en un nivel calificado como regular lo cual es deficiente de esa manera no se cumplen todas las estrategias para que el mencionado hotel pueda ser el mejor en servicio, lo cual es perjudicial para su imagen y rentabilidad del hotel Ivansino Inn.

En el siguiente trabajo de investigación consta con las descripciones de los siguientes capítulos. **Capítulo I.- Introducción**, donde se precisa el problema, objetivos y justificación, **Capítulo II Marco teórico**, es donde se precisa los antecedentes, bases teóricas relacionadas con el estudio, la hipótesis y las variables, **Capítulo III. Metodología** –es donde se precisa el tipo y nivel de Investigación, diseño de Investigación, Población y muestra, definición y operacionalización de las variables, Técnicas e Instrumento, Plan de análisis y matriz de consistencia, **Capítulo IV Resultados** - Es donde se presenta los resultados de la investigación y el análisis de la información obtenida y finalmente **Capítulo V- Conclusiones** – Es donde se menciona las conclusiones y recomendaciones de la investigación según los objetivos planteados.



## II. MARCO TEORICO

### 2.1. Antecedentes

Las investigaciones previas de la gestión de calidad basadas en el plan estratégico y su influencia en el compromiso del personal lo pasamos a ver a través del estudios de los siguientes antecedentes relacionados con la variable plan estratégico y compromiso del personal se presenta continuación los siguientes antecedentes:

**Joubert, E. (2014).** En su tesis titulada Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén para optar de Posgrado de Ingeniero de Administración de Empresas. En relación con el conocimiento de las necesidades y del grado de satisfacción que poseen de los clientes externos, se concluye que el punto crítico es la falta de medición. al no contar con instrumentos de mediciones constantes y objetivas sobre la devolución específica de las percepciones de los clientes externos, no se conoce a ciencia cierta cuáles son las fortalezas y debilidades en la entrega del servicio.

El resultado de esta tesis determina que la mayoría de los encargados de dirigir las empresas hoteleras no tienen un conocimiento certero de los SGC e inclusive no poseen las bases suficientes como para poder iniciar un proceso de implementación, ya que están orientados principalmente a resolver situaciones del momento y a adaptarse a lo que el entorno les va solicitando. Así, cabe pensar que los SGC se implementarían efectivamente si surgen

como un requisito más dentro de las exigencias para poder permanecer en el mercado.

El autor llega a la conclusión que:

Que no se conoce las fortalezas y debilidades en la entrega de servicio. Así mismo concluye que la mayor dificultad para dirigir no tienen un conocimiento de los sistemas de gestión de calidad, ni tampoco conocen sus bases, si no que se adaptan a las circunstancias momentáneas.

**Rodríguez, F.(2014)** En la tesis titulada: Estrategias de crecimiento intensivo para mejorar el nivel de posicionamiento y ventas de la empresa “hotel San Camilo” de Trujillo, para obtener el título de Licenciado en Administración. Quien se planteó el siguiente problema de investigación:¿En qué medida las Estrategias de Crecimiento Intensivo mejorarán el nivel de posicionamiento y ventas de la empresa Hotel “San Camilo” de la ciudad de Trujillo?.

El autor obtiene los siguientes resultados: el 51% califica al servicio brindado por el “hotel San Camilo” como regular, el 81% de los clientes regresarían usar el servicio y el 44% manifiesta que la atención del personal es buena.

El trabajo de investigación tiene la siguiente conclusión:

La implementación de estrategias de crecimiento intensivo que se aplicará en el Hotel “San Camilo” conllevará a mejorar el nivel de ventas porque se podrá ofrecer un servicio de mayor calidad y con un valor agregado importante nos permitirá incrementar el posicionamiento actual y a que cuenta con una baja posición en el mercado.(pag.156).

**Aquino, A. (2012)** En la tesis titulada: El planeamiento estratégico para el Hotel – Suites Costa de Oro del cantón salinas, provincia de Santa Elena, 2012-2016”, para obtener el título de pregrado en Ingeniero de Administración de Empresas ”Quien se planteó el siguiente problema de investigación de qué manera incidirá un Plan Estratégico para el desarrollo corporativo del Hotel-Suites Costa de Oro del Cantón Salinas, provincia de Santa Elena?.

El autor llega a la siguiente conclusión :que el hotel carece de visión y misión, no plantean objetivos a largo plazo, además no han cumplido con los fines que se ha propuesto, asimismo existe desmotivación por parte del personal que labora y poco conocimiento de éstos en temas afines a la organización a la que pertenecen, pues desconocen de la existencia de valores éticos y muy pocas veces trabajan en equipo al mismo tiempo cuando asisten a reuniones no prestan la debida atención, Es necesaria la elaboración de un plan estratégico para el Hotel-Suites Costa de Oro, que le permita contar con una misión y visión clara de lo que son y a donde quieren llegar, para fijar los lineamientos, tácticas y procedimientos que le permitan conseguir sus objetivos, a más de construir una planificación certera que los oriente a optimizar los recursos tanto humanos, materiales y financieros, evitando así las pérdidas de tiempo, al mismo tiempo el plan estratégico ayudara a la accionistas a fijar políticas y valores que creen sentido de pertenencia y compromiso para llegar al cumplimiento de las metas, pues es necesario que el hotel este predispuesto a brindar mejores servicios y hacer frente a su competencia y asimismo tener poder de

negociación con sus proveedores, apoyándose en la elaboración de planes, estrategias, técnicas, que la impulsen al desarrollo motivo por el cual no cumplen con los fines de la misma.(pág.82).

**Cervantes, R.J.(2013)** En la tesis titulada “Plan estratégico para Hotel Bahía Dorada, S.A. de C.V. para obtener el grado de Maestro en Administración, se planteó: El objetivo general del presente proyecto de tesis es diseñar un plan estratégico para incentivar las ventas en Hotel Bahía Dorada. Tiene como objetivos específicos el llevar a cabo un diagnóstico para determinar las condiciones actuales de la empresa así como diseñar un plan estratégico con base en el diagnóstico realizado.

El autor concluye con las siguientes:

En el lenguaje utilizado en su mayoría fue bueno, empero se puede mejorar, un resultado similar se obtuvo en la presentación con el cliente, el tiempo de espera, y la imagen personal, aspectos positivos con miras a mejora. Por otro lado, el aspecto de ser servicial, la atención al cliente, la vestimenta utilizada y la resolución de dudas tuvieron una calificación menos favorable, esto nos dice que son aspectos que se tienen que cuidar y que podrían afectar seriamente la imagen de la empresa, debido a que son puestos que tratan directamente con el cliente.

Con respecto al cuestionario aplicado a los clientes obtuvo los siguientes resultados: El trato brindado se considera bueno, El sazón, el precio así como la presentación de los alimentos fueron calificados positivamente en su mayoría.

**Barrios, P.V.(2011)** En la tesis titulada “Motivación en recursos humanos, capacitación, atención al cliente y el servicio.” para obtener el grado de Licenciada en Hotelería. Quien se planteó el siguiente problema: ¿De qué manera influye la motivación y las cualidades profesionales de los empleados en la satisfacción del cliente en el Hotel Viasui?.

El autor llega a la siguiente conclusión que:

Resulta indispensable el análisis de motivación, capacitación y comunicación de los empleados de la organización para llegar a los niveles de satisfacción y atención que demanda los huéspedes. Donde se ha considerado que mantener un empleado capacitado, motivado con un buen nivel de comunicación dentro del Hotel Viasui dará como resultado un buen servicio y atención: Enfocándose como punto principal la opinión de los empleados del hotel, en cuanto a su motivación y capacitación por parte de la organización se llega a la conclusión generar un buen ambiente laboral y aumenta las ganas de los mismos por permanecer en el hotel, En la toma de decisiones.

Así mismo es necesario un plan de incentivos y premios, para que de esta forma estos sean vistos como tal y poder así, aumentar el compromiso de las capacidades de cada uno de los empleados para llegar todos juntos a alcanzar los objetivos buscados por la organización.(pag.74).

## **2.2. Bases Teóricas Relacionada con el estudio**

Las referencias teóricas tomadas en cuenta en la presente investigación se relacionan con el propósito de informar sobre los componentes conceptuales que la identifican.

### **2.2.1. Planeamiento Estratégico**

A través de esta definición se puede inferir que realizar un plan es prever el futuro, pensar en los objetivos que serán perseguidos, considerando las pautas y el proceso para lograrlo, el mismo conlleva a un proceso de comunicación en el ordenamiento de actividades, líneas estratégicas y actividades, recursos que estarán dirigidos al logro de objetivos. Al respecto Velasco, A. y Heredia A, (2010) Señalan que:

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción con el objetivo de dirigirla y alcanzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar su obra (p.103).

Las definiciones de estos autores enmarcan la importancia de planear adecuadamente las acciones y objetivos a lograr en beneficio del hotel, aporte relevante, y si se quiere incluir guía estratégica para estructurar la propuesta de la investigación, además esta es la base fundamental para el ordenamiento dirección y cumplimiento de objetivos de toda empresa emprendedora como es el hotel Ivansino Inn.

Velasco et al. (2010). Conceptualizan el plan como la gestión materializada en su documento, con el cual se proponen acciones concretas que buscan conducir el futuro hacia propósitos determinados. Es un documento donde se indican las alternativas de solución a determinados problemas de la sociedad y la forma de llevarlo a cabo determinando las actividades prioritarias asignando recursos, tiempo y responsables para cada una de ellas. El contenido básico de un plan es justificación del plan, visión del plan, diagnóstico, perspectiva, objetivos, estrategias, políticas, programas y proyectos del plan. Para este mismo autor los planes pueden ser de corto, mediano y largo plazo, de preferencia, se recomienda que combinen todos estos tiempos. (p.104).

### **2.2.2. Etapas del planeamiento estratégico**

El planeamiento estratégico tiene la siguiente estructura: visión, misión y valores; luego la siguiente fase consiste en hacer el análisis ambiental, se determinará los objetivos y se realizará la matriz FODA para concluir con el proceso de ejecución de las estrategias y con el control de las mismas.

### **2.2.3. Misión y visión**

La misión, la visión y los objetivos son fundamentales para el desarrollo de la variable en estudio que es el compromiso del personal y esto lleva una dirección continua para el desarrollo de la empresa y sus trabajadores, Según lo señalado por el autor concluye que la:

**La misión.-** Es una frase que refleja la razón de ser de una empresa. Para que existe. Debe ser una frase inspirada que hable del fin de las actividades, también podemos decir que la misión es la formulación de los propósitos que se puede distinguir los

negocios en cuanto al en cubrimiento de las operaciones tales como el servicio, talento humano etc.

**La visión.-** Nos indica donde queremos que la empresa se posicione a largo plazo.

**Objetivos estratégicos.-** Nos ayudan a proporcionar dirección, como la organización puede cumplir con los objetivos más altos de las metas como es la misión y visión, se debe tener en cuenta todas la área claves que conforman una organización para poder alcanzar sus objetivos y deben estar bien definidos sus niveles de la organización, se deben incluir formulaciones relacionadas con la Tecnología, Innovación, Productividad, beneficios económicos, eficiencia, imagen corporativa y responsabilidad social.

La visión, misión y objetivos estratégicos de una empresa forman una jerarquía de metas que se alinean desde amplias declaraciones de intenciones y fundamentos para la ventaja competitiva hasta específicos y mensurables objetivos estratégicos. Cuando una empresa está elaborando su primer plan (**Martínez.2005, pag.20**).

#### **2.2.4. Análisis de la situación actual.**

Este procedimiento es muy importante desarrollarlo y ejecutarlo esto lleva a conocer las debilidades de manera interna y externa los procesos de empresa como organización y como recurso humano, En este análisis el autor llega a la conclusión que:

**Análisis interno.-** Nos da entender que consiste en sus procesos, sobre todo, que sabe hacer bien, y en qué aspecto debería mejorar. Las debilidades son aspectos negativos que la empresa no ha logrado desarrollar o mejorar para la



buena marcha de la empresa, y que constituye un problema que deben solucionarse a partir de las estrategias que puedan superarse a estas debilidades.

El análisis interno consiste en examinar todos los departamentos con sus respectivas funciones con cada uno de ellos, así mismo es el análisis de otro sistema, como el sistema productivo, comercial, recursos humanos, contabilidad, logística, área de rentas, comercialización, investigación y desarrollo. Este análisis nos permitirá conocer las fortalezas y debilidades que pueda tener cualquier sistema organizacional. Estas fortalezas y debilidades son las bases fundamental es para la generación de estrategias.

“También parte integrante junto al análisis externo del D.A.F.O. (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Se centra en evaluar los aspectos propios de la organización, buscando cuales son los aspectos positivos para potenciarles y detectando los negativos para corregirlos”.  
**(Salla. 2008, pág. 58).**

**Análisis externo.-** Puede pasar dentro del horizonte temporalmente y que puede afectar a la empresa positivamente o negativamente.

Según el autor (Salla.2008) manifiesta que se puede analizar considerando dos grandes grupos el análisis directo y el análisis indirecto. El análisis directo considera aspecto como los proveedores los clientes, y el organismo del estado tales como Indecopi (defensa del consumidor) la Sunat (exigencia del aspecto tributario), los municipios (licencia, permisos etc.). El análisis indirecto, constituye aspecto que igualmente influye en el análisis externo y esta compuesto por factores macroeconómicos, tales

como la inflación, la oferta la demanda.

“Tiene razón de ser la valoración de las oportunidades y amenazas que se comentarán con mayor profundidad, donde estas oportunidades y amenazas se completan con las oportunidades y fortalezas configurando el análisis D.A.F.O.”  
(Salla.2008 pág. 54).

Este procedimiento es muy importante desarrollarlo y ejecutarlo esto lleva a conocer las debilidades de manera interna y externa los procesos de empresa como organización y como recurso humano.

#### **2.2.5. Fases del planeamiento estratégico.**

En el desarrollo de las etapas del plan estratégico como el análisis, diagnóstico y estrategias no son muy aplicativas en el hotel Ivansino Inn ya que tienen muchas debilidades, como que son muy reacios a la mejora de las estrategias o tienen poco interés en aplicar análisis, pues se basan a la experiencia, y pierden la oportunidad de mejorar los procesos de planeamiento estratégico del hotel. Martínez, P. D. & Milla, G. A. (2012).

Afirma que :

Menciona que el plan estratégico tiene 3 etapas que a continuación detallamos: “análisis, diagnóstico y estrategias; cada una de estas etapas tienen fases. La primera etapa de Análisis tiene 2 fases; la primera fase de metas (visión, misión y valores) y la fase II de estado actual (análisis del entorno y análisis interno). La segunda etapa de Diagnóstico tiene la fase III denominada diagnóstico estratégico (análisis DAFO y análisis CAME) y la etapa tres Elección de Estrategias comprende las fase IV que se subdivide en: división del

negocio, estrategias corporativas, estrategia competitiva, estrategias funcionales y estrategias del ciclo de vida del sector” (pág.10 ).

Como se puede notar este proceso presentado por Martínez y Milla (2012), difiere de las fases de otros autores sobre todo en la etapa tres en donde precisa las estrategias competitivas, funcionales y estrategias del ciclo de vida del sector. Las etapas uno y dos se asemejan.

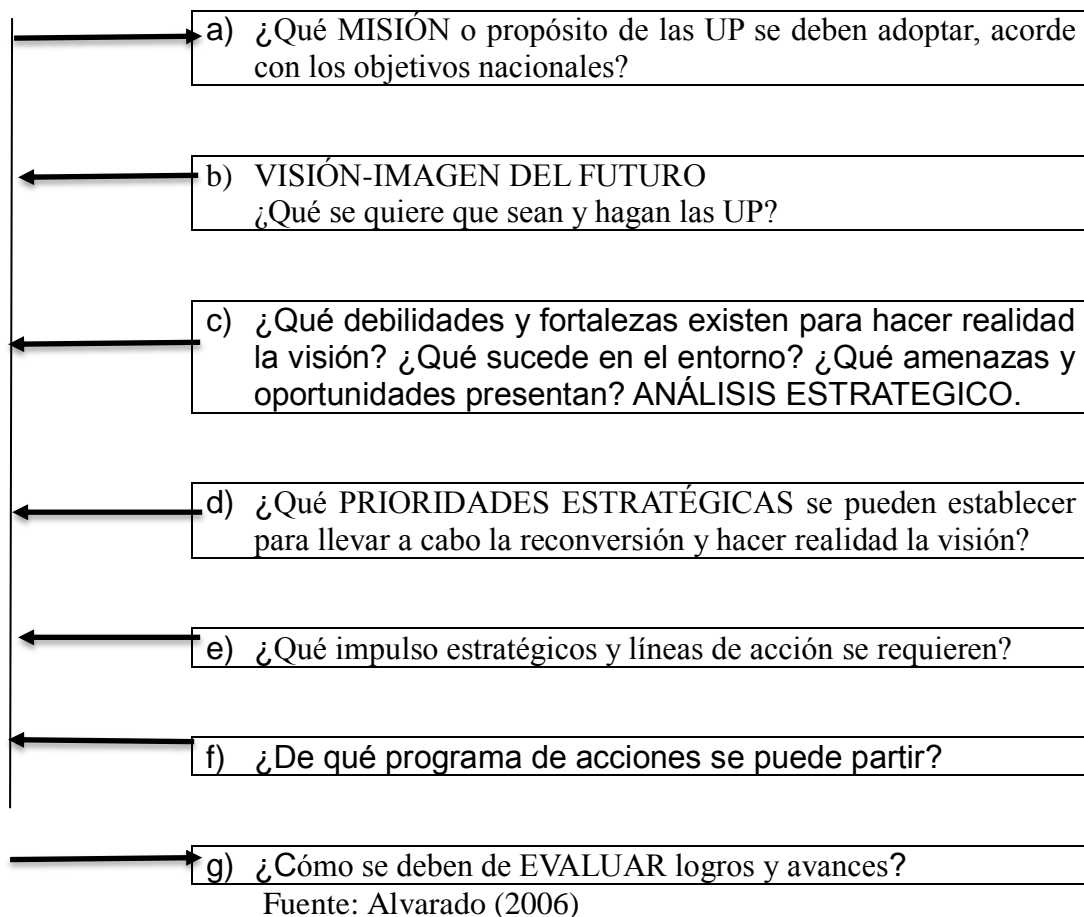
El plan estratégico es una herramienta de gestión que brinda múltiples ventajas a las empresas que lo adoptan como una fuente de planificación partiendo de una realidad empresarial propia de su medio tanto interno como externo de la empresa. Así para Martínez, P. D., & Milla, G. A. (2012) precisa que:

Las ventajas del planeamiento estratégico son las siguientes: Obliga a la dirección de la empresa a pensar, de forma sistemática, en el futuro; identifica los cambios y desarrollos que se pueden esperar, aumenta la predisposición y preparación de la empresa para el cambio, mejora la coordinación de actividades, minimiza las respuestas no racionales a los eventos inesperados ( anticipación ); reduce los conflictos sobre el destino y los objetivos de la empresa, mejora la comunicación, los recursos disponibles se pueden ajustar mejor a las oportunidades; el plan proporciona un marco general útil para la revisión continuada de las actividades; un enfoque sistemático de la formación de estrategias conduce a niveles más altos de rentabilidad sobre la inversión (creación de valor).

Las fases del planeamiento estratégico son básicamente las siguientes: direccionamiento, análisis interno y externo, matriz FODA, elaboración de planes, presupuestos, ejecución y control y finalmente se ejecución la

retroalimentación para una mejora continua. Al respecto Alvarado (2006) afirma que:

Un planeamiento estratégico para una Unidad de Producción Agropecuaria tiene el siguiente contenido: a) La misión se refiere al que y al para qué; b) La visión: consiste en una imagen más concreta del futuro que se quiere crear a un plazo determinado, descrita en tiempo presente. c) Análisis estratégico: consiste en examinar la realidad que se quiere transformar o mejorar radicalmente a la luz de la misión-propósitos y en la visión. d) Prioridades estratégicas: Se deben de plantear objetivos alcanzables. Impulsos estratégicos y línea de acción: es determinar más en concreto que se va hacer. f) Programas d acción: se debe de establecer cómo se van a llevar a cabo los trabajos o tareas que permitan hacer realidad la visión. g) Evaluación: Establecer los mecanismos para evaluar en forma sistemática y periódicamente los avances del programa de acciones (pág. 289).



Para Feiojó (2012) precisa que las fases del planeamiento estratégico son las siguientes:

Fase1: Desarrollo de la misión y la visión.

Los objetivos a ser alcanzados serán regidos por la Visión de la empresa, entendiendo por ella lo que se pretende de la empresa en el futuro. La Visión debe trazar el rumbo estratégico de la empresa proyectada hacia ese futuro, considerando el entorno del negocio en el que se espera actuar en los próximos años, especificando el enfoque

de dicha empresa en cuanto a la tecnología, sus productos y sus clientes, tratando de orientar en cuanto a las capacidades a desarrollar.

Los objetivos estratégicos tendrán asimismo que considerar la Misión de la empresa, entendiéndose ésta como aquello que define y precisa nuestro negocio actual.

Fase 2: Fijación de objetivos, metas e indicadores.

Los objetivos estratégicos nos permitirán alcanzar la visión respetando la misión de la empresa.

Fase 3: creación de la estrategia.

La estrategia de una empresa es el conjunto de acciones o iniciativas en todos los niveles de la organización, que tienen por objetivo alcanzar la Visión de la empresa, cumpliendo con las metas esperadas para cada uno de los objetivos.

Fase 4: Puesta en práctica y ejecución.

En esta etapa se implementan las acciones planteadas, de acuerdo con un plan de trabajo preestablecido. Éste deberá identificar las acciones, sus ejecutores, el espacio dentro del cual se deberán llevar adelante y el tiempo de ejecución.

Fase 5: Evaluación, control y ajustes.

En esta etapa, ya con el plan estratégico en ejecución, se evalúan la realidad y lo propuesto. Las brechas que se producen, si es que se producen, deben ser analizadas.

En el desarrollo de las etapas del plan estratégico como el análisis, diagnóstico y estrategias no son muy aplicativas en el hotel Ivansino Inn ya que tienen muchas debilidades, como que son muy reacios a la mejora de las estrategias o tienen poco interés en aplicar análisis, pues se basan a la

experiencia, y pierden la oportunidad de mejorar los procesos de planeamiento estratégico del hotel.

### 2.2.6. Matriz FODA

“Es una importante herramienta que facilita el análisis de la información y la consecuencia formulación de estrategias viables y pertinentes”. (Fernando, 2007, pág. 37).

#### MATRIZ FODA PARA GENERAR ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS PARA LA EMPRESA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>Análisis interno</b>  <b>Análisis externos</b>	Consignar lista de fortalezas de la empresa	Consignar lista de debilidades de la empresa
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias F – O</b> (Fortalezas-Oportunidades)	<b>Estrategias D - O</b> (Debilidades-Oportunidades)
* Consignar lista de oportunidades que tiene la empresa	¿De qué manera esta Fortaleza me permite aprovechar esta Oportunidad? * Generar las diversas estrategias FO, dándoles un número correspondiente.	* Considerando esta debilidad, ¿Cómo podría aprovechar esta Oportunidad? * Generar las diversas estrategias DO dándoles, un número correspondiente
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias F – A</b> (Fortaleza-Amenaza)	<b>Estrategias D - A</b> (Debilidad-Amenaza)
* Consignar lista de amenazas que tiene la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera esta Fortaleza me permite contrarrestar esta Amenaza?</li> <li>• Generar las diversas estrategias FA, dándoles un número correspondiente</li> </ul>	* Considerando esta Debilidad ¿Cómo podría minimizar esta Amenaza? * Generar las diversas estrategias DA, dándoles un número correspondiente

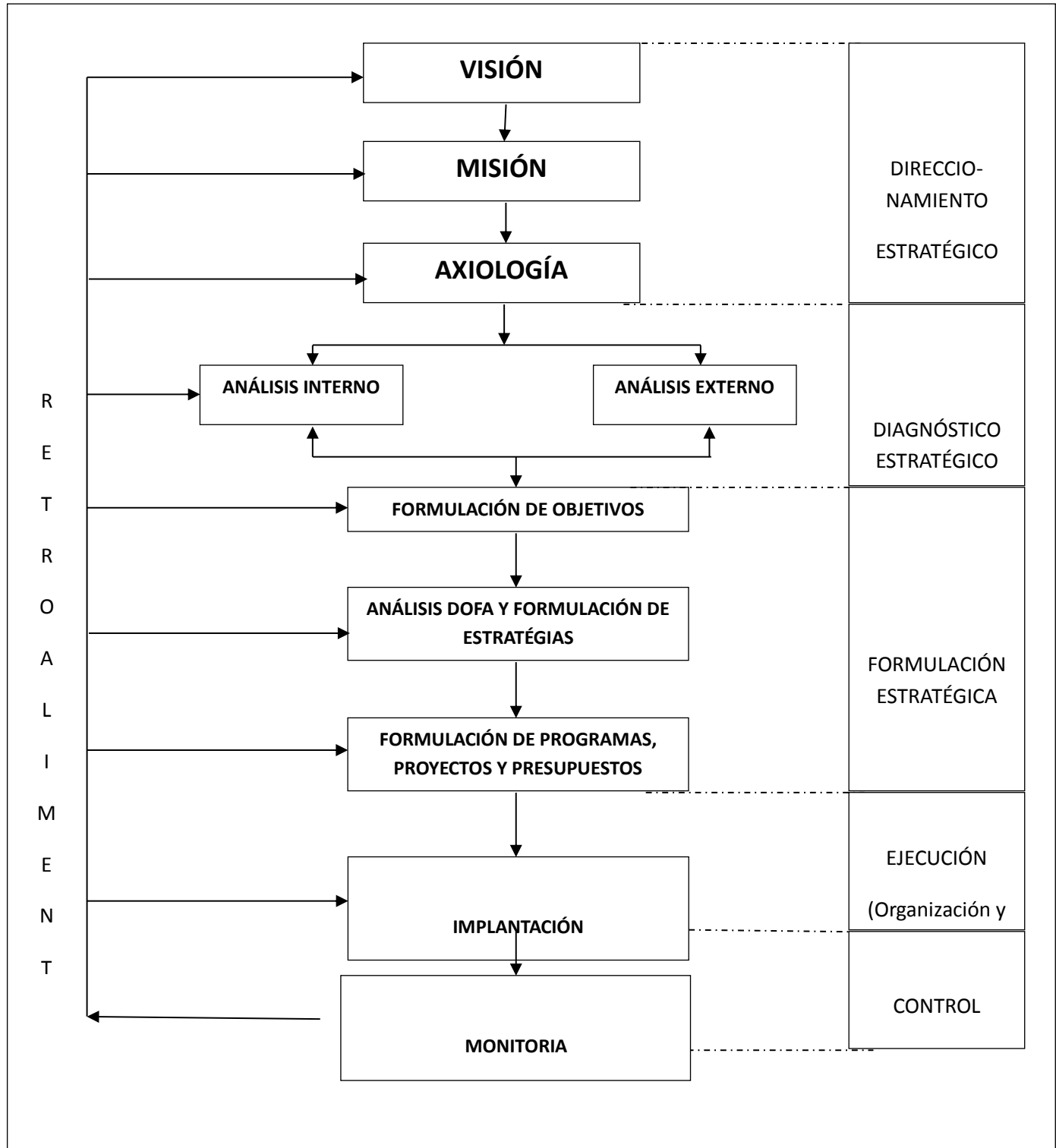
MODELO INTEGRAL DE DIRECCION ESTRATÉGICA

**FACTORES DEL DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO**

FACTORES	FAVORABLES ( + )	DESFAVORABLES ( - )
Externos	Oportunidades	Amenazas
Internos	Fortalezas	Debilidades



## FASES DEL PROCESO DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO



### **2.2.7. Limitaciones análisis DAFO**

El análisis estratégico pese a las limitaciones que presenta, es sin duda la mejor opción empresarial para generar estrategias que resuelven las situaciones problemáticas en razón de que parten de una situación real de la empresa y a partir de allí se pueden plantear las mejores acciones o estrategias para resolver aspectos negativos como las amenazas y las debilidades o para aprovechar las oportunidades o usar las debilidades para lograr el desarrollo empresarial.

El análisis DAFO presenta limitaciones en la identificación de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. En cuanto a las fortalezas en la tecnología es efímera, dado que es una variable muy cambiante que rápidamente puede pasar a ser una debilidad por el avance tecnológico constante. El recurso humano también es muy cambiante debido a los nuevos conocimientos y que obligan ser capacitados constantemente para no caer en el estancamiento intelectual. Las debilidades no siempre se pueden cambiar rápidamente, si no que requieren inversiones fuertes a mediano y a largo plazo. Las oportunidades requieren una profunda investigación para obtener información oportuna y tener las condiciones para aprovechar las oportunidades en el tiempo real y exacto. En cuanto a las amenazas por ser externas son muy poco predecibles y requieren departamentos de inteligencia para descubrir oportunamente la influencia de la amenaza para la empresa, para que ésta pueda reaccionar con estrategias y evitar daños, peligros o atrasos en el desarrollo empresarial.

Para Martínez y Milla (2012) citando a Dess y Lumpkin (2003), precisan las limitaciones del análisis DAFO y son principalmente las siguientes:

- Las fortalezas pueden no conducir a una ventaja. Las fortalezas y capacidades de una empresa, da igual si son únicas o importantes, pueden no ser capaces de conseguir una ventaja competitiva en un mercado. Si una empresa basa su estrategia en una capacidad que no puede crear por sí misma o en una ventaja competitiva que no puede sustentar, el uso de recursos supone prácticamente un derroche.
- El enfoque del DAFO en el entorno es demasiado estrecho. Las estrategias que confían en las definiciones tradicionales de su entorno sectorial y competitivo a menudo tienen miras demasiado estrechas sobre los clientes, las tecnologías y los competidores actuales. Por eso no consiguen percibir importantes cambios en la periferia de su entorno que pueden provocar la necesidad de redefinir las fronteras de su sector y de identificar una nueva serie completa de relaciones competitivas.
- El DAFO aporta una visión instantánea de un objetivo cambiante. Una debilidad clave del DAFO es que se trata de un análisis estático.
- El DAFO sobre dimensión a una única faceta de la estratégica. A veces las empresas se preocupan de una única fortaleza o característica clave del producto que están ofreciendo e ignoran otros factores necesarios para el éxito competitivo.

### **2.2.8. Teoría relacionada al control de calidad**

Schonberger, R. (2008) define “La calidad es como el arte todos la alaban, todos lo reconocen cuando lo ven, pero cada uno tiene su propia definición de lo que es”. (p.17).

Por su parte, el diccionario pequeño Laurence Ilustrado dice que calidad “es la cualidad de una cosa”. Otra acepción del diccionario es que calidad significa una manera de ser de una persona o cosa. Implícitamente en estas definiciones se concibe la calidad como un atributo, propiedad o característica que distingue a las personas, a bienes y a servicios.

Dice este mismo autor que el concepto de calidad y su aplicación, ha evolucionado en las siguientes etapas:

- Control de calidad enfocando hacia los productos terminados.
- Control estadístico de proceso.
- Control total de calidad o calidad total.

La primera etapa iniciada con la revolución industrial, consistió en la inspección de los productos, clasificándolos como aprobados o rechazados, la calidad era de competencia, para aumentar la productividad se tenía que sacrificar la calidad.

La segunda etapa, iniciada en la primera mitad de este siglo, consistió en la aplicación de técnicas estadísticas para disminuir los costos de inspección, lográndose mejorar significativamente la calidad. Es así como nace el control total de calidad y la idea del mejoramiento continuo, como una manera de tener éxito en la excelencia, es decir para lograr la calidad total.

Este concepto nació en la década de los cincuenta en los Estados Unidos, pero fue en Japón donde se desarrolló y aplicó a plenitud introduciéndose importantes y novedades conceptos como tales como: la calidad significa satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.

### **Calidad total**

Shenberger (2008) La calidad es total porque comprende todos y cada uno de los aspectos de la organización, porque involucra y comprende a todas y cada una de las personas de la organización. Se centra en conseguir que las cosas se hagan bien desde el primer momento, en reunir los requisitos convenidos por el cliente y superarlos ahora y en el futuro.

La calidad total es una estrategia que busca garantizar a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y a la eliminación de todo tipo de desperdicios. Esto se logra con la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo; siendo la estrategia que bien aplicada responde a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos, estructuras y cultura de las empresas, para asegurar su futuro.

### **Calidad de servicio.**

Señala Shenberger (2008) “La calidad del servicio consiste en satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tiene y por la cual contrató el servicio” (p.18).

Señala el mismo autor que la mejor estrategia para conseguir la lealtad de un

cliente se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.

### **Servicio de calidad.**

Román (2008) se puede definir: “como la oportunidad que usted tiene de ofrecerle a su cliente los recursos para que el satisfaga sus necesidades, pensando siempre que su responsabilidad es sobrepasar las expectativas de su cliente. Esto requiere acumular muchas experiencias a su favor” (p.11).

### **Niveles para evaluar la calidad de servicio.**

Para Román (2008) Existen dos niveles: “El procedimiento de su trabajo para ofrecer el producto o el servicio y las relaciones personales con su cliente, a través de sus actitudes y las habilidades para servir bien”.

### **Áreas importantes en el procedimiento de trabajo para ofrecer un servicio de calidad**

Según este mismo autor son:

- El tiempo que tenga que cumplir sus servicios; debe tener la suficiente rapidez para que el cliente reciba su servicio en un tiempo razonable.
- La coordinación de los recursos: evitar los retrasos o la acumulación del servicio que debemos ofrecer.
- La flexibilidad a las necesidades del cliente. Adoptar sus servicios a las necesidades y peticiones del cliente, el cliente es más importante que su sistema de trabajo.
- La anticipación a las necesidades de sus clientes: podemos

adelantarlos a la necesidad del cliente.

- Su sistema de comunicación garantiza que los servicios que usted ofrezca serán de calidad. Que el mensaje llegue de forma precisa, clara y a tiempo.
- La retroalimentación de sus clientes: ¿Qué piensan sus clientes de su servicio?
- La organización y supervisión: que la organización esté funcionando adecuadamente para lograr que los servicios se realicen bien.

### **Áreas importantes en las relaciones personales con el cliente**

Señala también Román (2008):

- La actitud: ¿Cómo impacta la actitud del personal en el servicio, la sonrisa, postura corporal, movimientos, el vocabulario que usa?
- La atención que ofrece a los clientes confirma la disponibilidad a satisfacer las necesidades que ellos tienen.
- Dirección: los recursos deben estar disponibles para ayudar a los clientes a satisfacer sus necesidades, y al nivel de conocimientos que deben tener todos para poder ofrecer un buen servicio.
- Habilidad en las ventas: la función del servicio es cultura facilitar y acumular ventas.
- Solución de problemas: saber administrar las quejas de los clientes, buscar la forma de satisfacer al cliente y conocer si está satisfecho.
- Solución de problemas: saber administrar las quejas de los clientes, buscar la forma de satisfacer al cliente y conocer si está satisfecho.

## **Importancia de la calidad de servicio**

Kotler (2000) define al servicio como “cualquier atracción que una parte puede ofrecer a la otra, esencialmente intangible y su transmisión de propiedad, cuya prestación puede ser ligada o no a un producto” (p.18).

Señala además Kotler (2000) que: las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel de calidad de servicio que entrega de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre las empresas y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o no representan al cliente.

La motivación en el trabajo constituye un aspecto relevante en la construcción y fortalecimiento de una cultura de servicio hacia los clientes. El espíritu de colaboración es indispensable para que brinden la mejor ayuda en las tareas de todos los días.

De conformidad, con lo expuesto anteriormente por los autores, es su vital importancia enfocarse como parte determinante de una organización o Empresa. La calidad de servicio, ya que esta influye desde cualquier punto organizacional en el éxito en la competitividad y el compromiso social tanto de los empleados como en el cliente.



El término “calidad” tiene muchos significados para el hotel Ivansino Inn, recurso humano, infraestructura, comodidad, relajamiento, en casa, con estos procedimientos veremos si está cumpliendo con los indicadores de calidad para la mejora del hotel, estas referencias anteriores son requisitos básicos de fundamentación para la sustentación de la presente propuesta.

### **2.2.9. Compromiso del personal**

#### **Desempeño laboral.**

Chiavenato (2000). El desempeño laboral “es el comportamiento del trabajador en la búsqueda de objetivos fijados, este constituye la estrategia individual para lograr los objetivos” (p.359). Otros como (Milkovich y Boudrem 1994), consideran otra serie de características individuales, entre ellas: las capacidades habilidades, necesidades y cualidades que interactúan con la naturaleza del trabajo y de la organización para producir comportamientos que pueden afectar resultados y los cambios sin precedentes que se están dando en las organizaciones.

Estos cambios incluyen la necesidad de ser globales, crecer sin usar más capital y responder a las amenazas y oportunidades de la economía.

#### **Factores que influyen en el desempeño laboral**

Los factores del compromiso de personal como son Satisfacción del trabajo, Autoestima, Trabajo en equipo, Capacitación del trabajador es de mucha importancia para entrar en evaluación y control al personal del hotel Ivansino Inn, que al ejercer diariamente con estos factores el compromiso del recurso alimenta al plan estratégico de la empresa y pensando en el usuario el

nivel de satisfacción, se incrementa y lograremos una fidelización de clientes que es muy importante para el hotel en estudio, Estos aspectos serán considerados en la propuesta como promotores de un compromiso organizacional.

Las empresas de servicio para poder ofrecer una buena atención a sus clientes deben considerar aquellos factores que se encuentran correlacionados e inciden de manera directa en el desempeño de los trabajadores, entre los cuales se consideran para esta investigación: la satisfacción del trabajador, autoestima, trabajo en equipo y capacitación para el trabajador.

### **Satisfacción del trabajo.**

Davis y Newstrom, (2005), plantean que “es el conjunto de sentimientos favorables o desfavorables con los que el empleado percibe su trabajo, que se manifiestan en determinadas actitudes laborales”(p.203). La cual se encuentra relacionada con la naturaleza del trabajo y con los que conforman el contexto laboral: equipo de trabajo, supervisión, estructura organizativa, entre otros. Según estos autores la satisfacción en el trabajo es un sentimiento de placer o dolor que difiere de los pensamientos, objetivos e intenciones del comportamiento: estas actitudes ayudan a los gerentes a predecir el efecto que tendrán las tareas en el comportamiento futuro.

## **Autoestima**

Davis y Newtrom, (2005). La autoestima es otro elemento a tratar, motivado a que es un sistema de necesidades del individuo, manifestando la necesidad por lograr una nueva situación en la empresa, así como el deseo de ser reconocido dentro del equipo de trabajo. La autoestima es muy importante en aquellos trabajos que ofrecen oportunidades a las personas para mostrar sus habilidades.

## **Trabajo en equipo**

Es importante señalar que la labor realizada por los trabajadores puede mejorar si se tiene contacto directo con los usuarios a quienes prestan el servicio, o si pertenece a un equipo de trabajo donde se pueda evaluar su calidad.

Señala el mismo autor que cuando los trabajadores se reúnen y satisfacen un conjunto de necesidades se produce una estructura que posee un sistema estable de interacciones dando origen a la que se denomina equipo de trabajo. Dentro de esta estructura se producen fenómenos y se desarrollan ciertos procesos, como la cohesión del equipo, la uniformidad de sus miembros, el surgimiento de liderazgo, patrones de comunicación, entre otros.

## **Capacitación del trabajador**

Según Drovett (2005). “Es un proceso de formación implementado por el área de recursos humanos con el objeto de que el personal desempeñe su papel lo más eficiente posible” (p.4).

Estos autores consideran que estos factores mencionados son variables determinantes en el éxito de una organización, teniendo presente y manejando cada factor con el debido tratamiento que merecen podrán minimizar riesgos en la calidad del servicio.

### **Teoría Relacionada al Compromiso del Personal**

La presente investigación se basa en las siguientes teorías:

#### **1. Teorías de las metas**

Castillo (2012) manifiesta que la motivación para el trabajo es la posibilidad de luchar por alcanzar una meta por parte del colaborador.

El dinero, el aprecio, la participación y seguridad solo motivan si están relacionados al logro de metas personales.

**2. Teoría X Y de Douglas Mc Gregor** clasifica a los trabajadores en dos teorías opuesta denominada teoría X y teoría Y. estas dos teorías tratan de explicar la actitud de los colaboradores con respecto al trabajo. La teoría X se puede considerar que lo integran los trabajadores que no han asumido un compromiso con la empresa dado que consideran al trabajo como una actividad desagradable y son perezoso y que trabajan exclusivamente por dinero o por lograr una posición así mismo este tipo de colaboradores dependen excesivamente del jefe y no piensan por sí mismo, carecen de ambiciones y demuestran poca responsabilidad y prefieren ser dirigidos. En contra posición a la actitud de los colaboradores que se ubican en la teoría X estas los colaboradores clarificado bajo la teoría Y. este colaborador considera al trabajo como

una actividad normal y que forma parte de la vida son muy actividad y se trazan y logran metas se siente muy satisfecho en su trabajo para lograr objetivos personales o institucionales. No necesitan supervisión y asumen riesgos y responsabilidades.

Los componentes del compromiso del personal son los siguientes:

**Compromiso afectivo.** Es donde el empleado muestra fuerte convicción y aceptación de los objetivos, preocupación por los problemas de la empresa y fuerte deseo de permanecer en ella.

**Compromiso de comunidad.** El aprecio que tiene el trabajador con la empresa es de carácter material. Su continuidad depende de la perfección que tiene con la empresa.

**Compromiso normativo.** Es el sentimiento de lealtad a la empresa motivado por presiones de tipo cultural o familiar.

El compromiso del personal se clasifica en tres fuentes que son los siguientes:

**Características personales** (necesidad de logro, edad, escolaridad, tensiones entre los roles, intereses centrales en la vida, etc.).

**Características del trabajo** (sentir el trabajo como un reto, identidad con la tarea interacción con otros a discreción, retroinformación, etc.).

**Experiencias en el trabajo** (actitudes del grupo, percepción de la propia importancia en la organización, así como las inversiones de tiempo, esfuerzo

y otras efectuadas en la organización, expectativas de recompensa, confianza en la organización, capacitación, etc.).

### Importancia del compromiso del personal

Es importante porque el personal quiere aprender y mejorar en su trabajo, hoy en día en los ambientes del trabajo debe ver motivación y una adecuada infraestructura, El compromiso no tiene nada que ver con el dinero, sino con lo que el personal siente en su lugar de trabajo.

El nivel de compromiso de los empleados son los siguientes:

- Baja rotación
- Menos ausentismo y menor cantidad de días por accidentes y enfermedad
- Mayor productividad del empleado
- Altos niveles de satisfacción del cliente
- Altos retornos económicos y beneficios
- Gran sustentabilidad

Existen seis razones para generar compromisos con el personal:

- Un impacto positivo en los beneficios su deducción prueba que las compañías con los índices más elevados de empleados comprometidos obtienen un beneficio mayor por acción y se sobre ponen con más diligencia a la recesión económica.
- Los clientes estarán más satisfechos en el incremento de la productividad y la eficiencia.

- Los empleados desarrollarán la creatividad y aportarán más ideas innovadoras.
- Estabilidad en la plantilla Cuando un personal siente que su trabajo es valorado por los Gerentes, es difícil que el trabajador quiera abandonar su puesto de trabajo, hasta puede conseguir una continuidad más constante en el registro de empleados.
- Reducción del ausentismo, Un ambiente que genera compromiso, es uno el clima laboral permite a los empleados administrar mejor el estrés, ausentarse menos o a menudo de su ocupación laboral e incluso sufren menos accidentes profesionales.
- Lo que interesan a los directivos de las empresas, es la competitividad que va directamente relacionada con el rendimiento de los trabajadores, Cuya productividad puede aumentar hasta un 18%.

### **Motivación.**

Al respecto Stephen (2010) “Se define motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para la consecución de un objetivo” (p.175).

Para este autor la motivación está estrechamente relacionada con todos aquellos factores externos que ejercen influencia en la conducta del individuo, estos factores podrán llegar a internalizarse de acuerdo a los intereses que se persigan causando efectos de satisfacción y como consecuencia el logro de un propósito.

Así mismo, Stephen (2009) define la motivación para el trabajo: “es un estado interno que activa y energiza el comportamiento laboral de

tal manera que lo dirige y sostiene hacia un objetivo de trabajo u organizacional” (p.701).

Afirma el autor que la motivación es un elemento fundamental para el éxito empresarial, ya que de ella depende lograr los objetivos de la empresa, sin embargo, aún hay muchas empresas que no le dan la debida importancia.

De allí la importancia de la motivación como factor que determina el grado de nivel de rendimiento laboral, por esta razón la motivación es uno de los factores que merece mayor atención.

En el hotel Ivansino Inn, la motivación está un poco descuidada lo mismo es por nuestra sociedad, nuestra cultura, hace que esto no sea muy importante, y ahí estamos muy interesados en poder cambiar esta realidad lo que es muy importante para que nuestro recurso humano tenga la felicidad de ir a trabajar al hotel en estudio.

Chiavenato (2001) Señala que las motivaciones de las personas dependen en lo fundamental de estas variables:

#### **a. Ciclo motivacional**

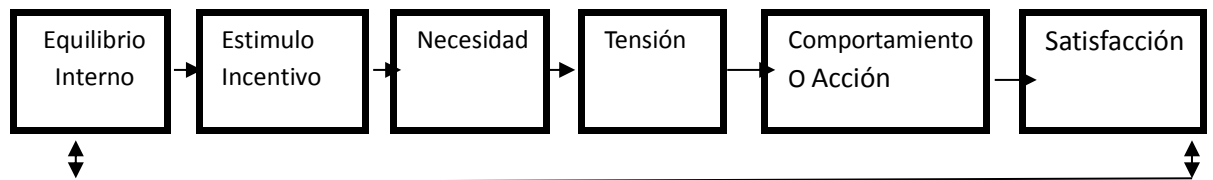
El ciclo motivacional comienza cuando surge la necesidad, fuerza dinámica y persistente que origina el comportamiento. Cada vez que aparece una necesidad, esta rompe el estado de equilibrio del organismo y produce un estado de tensión, insatisfacción, inconformismo y desequilibrio que lleva al individuo a desarrollar un comportamiento de acción capaz de descargar la tensión y liberarlo de la inconformidad y del



desequilibrio. Si el comportamiento es eficaz, el individuo satisfará la necesidad y por ende descargará la tensión provocada por aquella.

Una vez satisfecha la necesidad, el organismo retorna a su estado de equilibrio anterior y a su manera de adaptación al ambiente.

### **Etapas del ciclo motivacional que implica satisfacción de una necesidad**



Una vez satisfecha la necesidad, deja de ser motivadora de comportamiento puesto que ya no causa tensión o conformidad.

### **b. La jerarquía de las necesidades, según Maslow**

Las denominadas teorías de las necesidades parten del principio de que los motivos del comportamiento residen en el propio individuo: su motivación para actuar y comportarse se deriva de fuerzas que existen en su interior. Según Maslow las necesidades humanas están distribuidas en una pirámide dependiendo de la importancia e influencia que tengan en el comportamiento humano.

**Necesidades fisiológicas:** Constituye el nivel más bajo de las necesidades humanas. Son las necesidades innatas, como la necesidad de alimentación (hambre y sed), sueño y reposo (cansancio), abrigo (contra el frío o el calor), (reproducción de la especie) y su principal característica es la premura

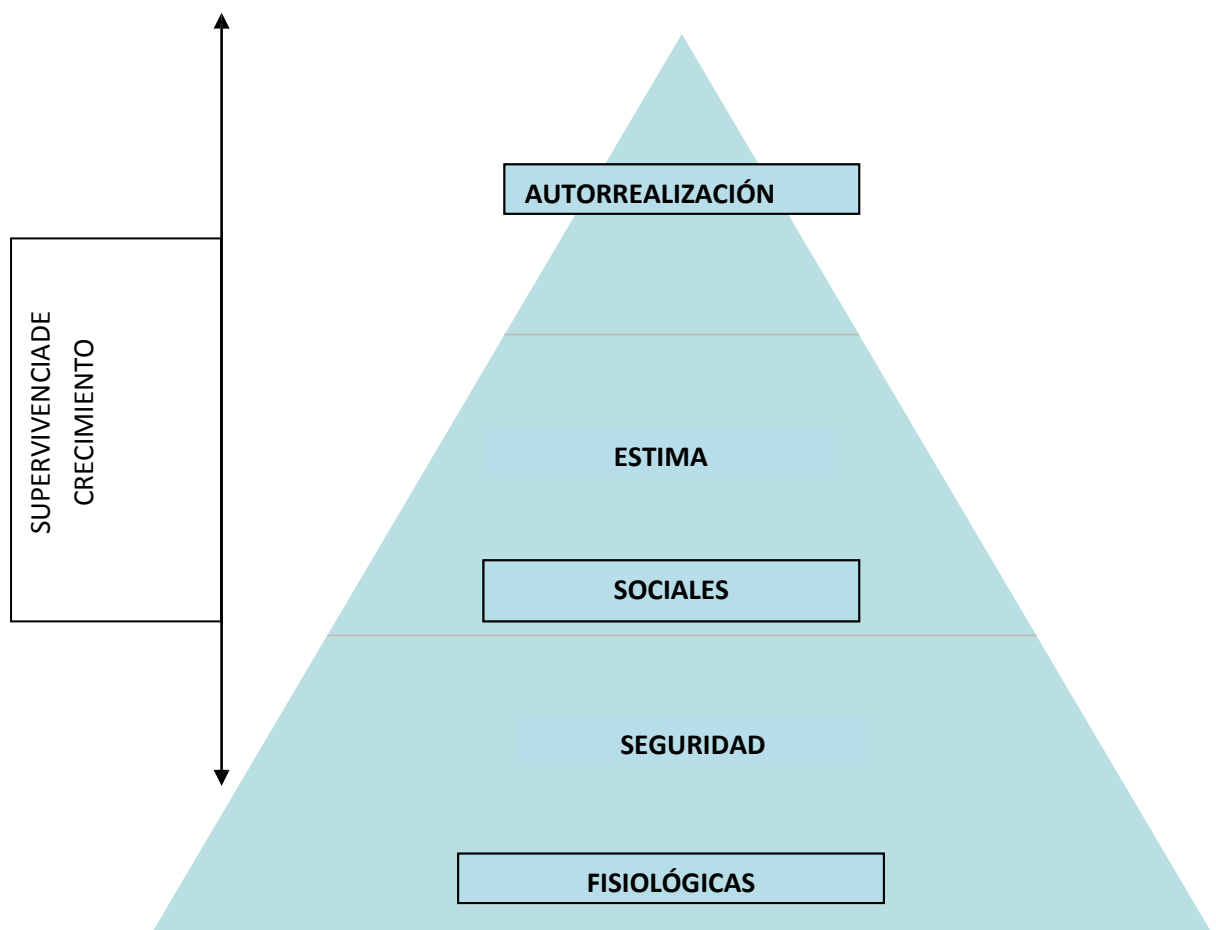
cuando alguna de ellas no puede satisfacerse, domina la dirección del comportamiento de la persona.

**Necesidades de Seguridad:** Constituyen el segundo nivel de la necesidad es humana, llevan a que la persona se proteja de cualquier peligro real o imaginario, físico o abstracto. La búsqueda de protección frente a la amenaza o la privación, la huida ante el peligro son manifestaciones típicas de estas necesidades. Surge en el comportamiento humano cuando las necesidades fisiológicas están relativamente satisfechas y están estrechamente ligadas con la supervivencia de las personas.

**Necesidades Sociales:** están relacionadas con la vida del individuo en sociedad, junto a otras personas. Son las necesidades de asociación, participación, aceptación por parte de los colegas, afectó, amistad y amor. Surgen en el comportamiento cuando las necesidades elementales (fisiológicas y de seguridad) se hayan relativamente satisfechas. La lustración de estas necesidades conduce a las desadaptaciones sociales y a la sociedad.

**Necesidad de Autoestima:** Están relacionadas con la manera como se ve y como se evalúa la persona, es decir, con la autoevaluación y la autoestima. Incluyen la seguridad en sí mismo, la confianza en sí mismo, la necesidad de aprobación y reconocimiento social. La satisfacción de estas necesidades conduce a sentimientos de confianza en sí mismo, valor, fuerza, prestigio, poder, capacidad y utilidad. La frustración puede provocar sentimientos de inferioridad, debilidad, dependencia y desamparo.

**Necesidades de autorrelación:** Son las necesidades humanas más elevadas; se hallan en la cima de la jerarquía. Estas necesidades llevan a las personas a desarrollar su propio potencial y realizarse como criaturas humanas durante toda la vida. Esta tendencia se expresa mediante el impulso de superarse cada vez más y llegar a realizar todas las potencialidades de la persona.



**Figura 2:** Supervivencia de Crecimiento

**Fuente:** [www.sasoritenshi.blogspot.com](http://www.sasoritenshi.blogspot.com)

### C. Teoría de los factores, de Herzberg

Mientras más lo sustenta su teoría de motivación en las diversas necesidades humanas (enfoque orientado hacia el interior). Herzberg basa su teoría en el ambiente externo y en el trabajo en equipo (enfoque orientado hacia el exterior).

Para Herzberg la motivación de las personas dependen de dos factores:

**Factores higiénicos:** son las condiciones que rodean al individuo cuando trabaja; implican las condiciones físicas y ambientales del trabajo, el salario, los beneficios sociales, las políticas de la empresa, el tipo de supervisión recibida, el clima de las relaciones entre las directivas y los empleados, los reglamentos internos entre otros.

Corresponden a la perspectiva ambiental y constituyen los factores que las empresas han utilizado tradicionalmente para lograr la motivación de los empleados.

Sin embargo los factores higiénicos poseen una capacidad muy limitada para influir en el comportamiento de los trabajadores. La expresión “higiene refleja con exactitud su carácter preventivo y profiláctico, y demuestra que solo es destinada evitar fuentes de insatisfacción en el ambiente o amenazas potenciales que puedan romper su equilibrio. Cuando estos factores son óptimos, simplemente evitan insatisfacción de manera sustancial y duradera. Cuando son precarios, producen insatisfacción y se denominan entonces factores de insatisfacción. Ellos incluyen:

- Condiciones de trabajo y comodidad.
- Políticas de la empresa y de la administración.
- Relaciones con el Superior.
- Competencia técnica con el supervisor.
- Salarios.
- Estabilidad en el cargo.
- Relaciones con los colegas.

**Factores motivacionales:** tienen que ver con el contenido del cargo, las tareas y los deberes relacionados con el cargo en sí; producen un efecto de satisfacción duradera y un aumento de la productividad muy por encima de los niveles normales.

El termino motivación encierra los sentimientos de realización de crecimiento y de reconocimiento profesional, manifiestan en la ejecución de tareas y actividades que contribuyen un gran desafío y tienen bastante significación para el trabajo.

Cuando los factores son óptimos, elevan la satisfacción, de modo sustancial; cuando son precarios provocan la perdida de satisfacción, y se denominan factores de satisfacción.

Constituyen el contenido del cargo en si incluyen:

- Delegación de la responsabilidad
- Libertad de decidir cómo realizar un trabajo
- Ascensos
- Utilización plena de las habilidad es personales

- Formulación de objetivos y evaluación relacionada con estos.
- Simplificación del cargo (por quien lo desempeña)
- Ampliación o enriquecimiento del cargo.

La motivación es la dirección base del compromiso organizacional, ya que tiene una influencia muy directa para la evaluación de esta variable, en algunos indicadores del estudio veremos que es importante saber si el recurso humano se siente bien motivado, ya que eso hace que el trabajador realice su labor con la camiseta de la empresa, no por la necesidad de tener un puesto de trabajo.

### **2.3. Hipótesis**

#### **Hipótesis de Investigación:**

Hi: La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico, influye positivamente en el nivel del compromiso del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, caso hotel Ivansino Inn de Chimbote, año 2016.

#### **Hipótesis Nula**

Ho: La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico, no influye positivamente en el nivel del compromiso del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, caso hotel Ivansino Inn de Chimbote, año 2016.

## 2.4. Variables

En el desarrollo de la investigación se emplearon dos tipos de variables y son las siguientes:

**La variable Independiente:** La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles. Caso hotel Ivansino Inn. Chimbote, año 2016.

**La variable dependiente:** La gestión de calidad en base al compromiso del personal de las micros y pequeñas empresas del sector servicio –rubro hoteles. Caso hotel Ivansino Inn . Chimbote, año 2016.

Es la que va a recibir la influencia de la variable independiente.

## III. METODOLOGIA

### 3.1. El tipo y el nivel de investigación

#### **Tipo de Investigación**

Según el enfoque es Cuantitativa, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizarán instrumentos de medición. Tales como datos numéricos y tablas de frecuencias estadísticas, expresados en datos de tipo numérico.

#### **Nivel de investigación.**

**Aplicada**, porque busca poner en práctica y medir los resultados de una teoría en realidad específica Según la naturaleza es:

**Descriptivo.-** se describirá las características de gestión de calidad y el nivel de satisfacción.

**Correlacional.-** porque buscará establecer la relación entre variable atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción.

### **3.2. Diseño de la investigación.**

El diseño que se utilizó en esta investigación fue No experimental - Transversal.

**Fue No experimental.** Porque no se manipulan deliberadamente a las variables, se observará el fenómeno tal como se mostrará dentro de su contexto.

**Fue Trasversal.** Porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado.

Sólo se observará los fenómenos tal como se den en su contexto natural, para posteriormente analizarlos y transversal porque se recolectó la información en un determinado tiempo (Hernández, et al 2010).

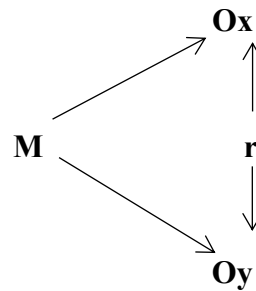
#### **Procedimiento.**

La investigación fue cuantitativa porque se utilizó el instrumento de cuestionario elaborado por 42 preguntas dirigidos a todos los colaboradores que trabajan como representantes del Hotel, luego se aplicó el cuestionario a través de las encuestas, luego se procesó los datos y se presentó en las tablas estadísticas, se realizó la prueba de hipótesis a través del chi cuadrado, el tipo de investigación fue descriptivo – correlacional, porque se describieron las características de las variables planeamiento estratégico y el compromiso del personal, fue correlacional por que busco establecer la relación entre variables atención al cliente y su relación con el nivel de satisfacción.



El nivel de investigación fue aplicada porque busca poner en práctica y medir los resultados de una teoría específica según su naturaleza. El diseño de la investigación fue no experimental porque no se manipulan las variables en estudio y transversal porque el estudio se realizó en un tiempo determinado.

### Ideograma del Diseño



M = Muestra los colaboradores del hotel Ivansino Inn)

- $O_x$ : El planeamiento estratégico.
- r: relación.
- $O_y$ : El compromiso del personal.

Aquí en el Ideograma del diseño de investigación muestra la relación que existe entre las variables planeamiento estratégico y la variable compromiso del personal.

## Propuesta de Hipótesis

Hi: La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico influye Positivamente en el nivel del compromiso del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, caso hotel Ivansino Inn de Chimbote, año 2016.

### 3.3. Población y muestra

#### 3.3.1 Población

La población muestral de investigación estuvo conformado por 7 colaboradores y 1 gerente, haciendo un total de 8 colaboradores que laboran en el hotel Ivansino Inn el mismo que se encuentra ubicado en la zona céntrica de Chimbote. La población muestral estará conformada de la siguiente manera:

Población	Anual	%	Calculo de Muestra
Trabajadores	7	87,5	No se calcula muestra se trabaja con el 100%
Gerente	1	12,5	
Total muestra	8	100%	

### 3.4. Definición Operacionalización de las variables y indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Planeamiento Estratégico	El planeamiento estratégico es un documento en el que los responsables de una organización reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el mediano y largo plazo. VALDEZ, J.)20013	El planeamiento estratégico es una planificación a largo plazo, que partiendo de un análisis real y objetivo nos permite planificar la marcha de la empresa teniendo en cuenta el análisis interno y externo, que mediante la interpolación de fortalezas y oportunidades, fortalezas y amenazas, debilidades y amenazas y debilidades y oportunidades que nos permitan generar estrategias para resolver las situaciones problemáticas o críticas que presenta la empresa. El planeamiento estratégico lo analizaremos a través de las dimensiones: direccionamiento, diagnóstico y estrategias.	Planificación Direccionamiento	Visión Misión Planes	Ordinal
			Diagnóstico	Análisis interno Análisis externo	
			Estrategias	Calidad Cumplimiento	

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Compromiso del personal	Es la fuerza relativa de identificación y de involucramiento de un individuo con una organización. Arias, F. (2001)	El compromiso del personal es una actitud que muestra la pre disposición del trabajador hacia la empresa, mostrando eficiencia y eficacia en el desarrollo de sus actividades, contribuyendo más de lo esperado en la solución del problema, cumpliendo sus funciones y comprometido con el desarrollo económico, cultural y productivo de la institución donde labora. Se le puede medir a través de las dimensiones: compromiso afectivo, compromiso con las metas y compromiso con el trabajo.	Compromiso afectivo	Objetivos Problemas Permanencia	Ordinal
			Compromiso con las metas	Empresariales Personales	
			Compromiso con el Trabajo	Funciones Actitud Productividad	

### **3.5. Técnicas e instrumentos**

Se utilizó la técnica de encuesta que tuvo el proceso de recopilación de datos necesarios y se usó como instrumento el cuestionario, para ello las preguntas fueron cuidadosamente diseñadas para que todas las interpreten de igual manera, para asegurar la espontaneidad fueron anónimas.

#### **Encuesta:**

En este trabajo se aplicó la técnica de la encuesta, a todos los colaboradores, que trabajan como representantes del hotel para conocer cómo fue su experiencia.

#### **Recolección de información**

En este trabajo se recolecto información del nivel de compromiso organizacional para conocer su relación con el plan estratégico del hotel Ivánsino Inn.

#### **Validación y Confiabilidad del Instrumento**

Para la validez y confiabilidad del instrumento se tomó el juicio de expertos a través de una ficha. Esta técnica de juicio de expertos y su instrumento el informe de juicio de expertos, se aplicó a 2 especialistas y un metodólogo para validar la encuesta.

Para evaluar los resultados se realizó una prueba piloto que serán sometidos a evaluaciones de confiabilidad estadísticas, como son:

Alfa de Cronbach, el cual es un coeficiente de correlación al cuadrado que mide la homogeneidad de las preguntas promediando todas las correlaciones entre todos los ítems para ver que, efectivamente, se

parecen. Su interpretación es la siguiente: cuando más se acerque el índice al extremo 1, mejor es la confiabilidad, considerando una confiabilidad respetable a partir de 0.80.

El coeficiente Alfa de Cronbach puede ser calculado sobre la base de:

- La varianza de los ítems, cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left( \frac{\sum Vi}{Vt} \right)$$

Dónde:

K= es el número de ítems

Vi= es la varianza de cada ítem

Vt= es la varianza del puntaje total

- La matriz de correlación de los ítems, la fórmula correspondiente es:

$$\alpha = \frac{N * pr}{1 + pr (N + 1)}$$

Dónde:

N = es el número de ítems

Pr = es el promedio de las correlaciones entre ítems, que se calcula incluyendo cada coeficiente de correlación una sola vez y excluyendo los coeficientes entre las mismas puntuaciones.

Coefficiente de Pearson, el cual es un índice que puede utilizarse para medir el grado de relación de dos variables siempre y cuando ambas sean cuantitativas. Su interpretación es la siguiente: cuanto más se acerque el coeficiente de correlación a 1, más alto será el grado de validez, considerando una confiabilidad respetable a partir de 0.80.

La fórmula de Correlación de Pearson es la siguiente:

$$r = \frac{\sum xy}{N\sigma_x\sigma_y}$$

Dónde:

- r = correlación entre las variables X, Y
- x = desviación de una puntuación X respecto a la media  $M_X = (X - M_X)$
- y = desviación de una puntuación Y respecto a la media  $M_Y = (Y - M_Y)$
- $\sigma_x$  = desviación estándar de la distribución de puntuaciones X
- $\sigma_y$  = desviación estándar de la distribución de puntuaciones Y

Según el anexo 6, la confiabilidad tiene como resultado el 96.38% lo que significa que los datos de expertos si asegura la respuesta de los objetivos por lo que el cuestionario es confiable.

### **3.6. Plan de análisis**

Para esta investigación los métodos de análisis de datos se enmarcan en el método de análisis cuantitativo:

**Estadísticas descriptivas:** Se utilizó para describir los resultados obtenidos en base a tablas de frecuencia y figuras de barras, mediante los estadísticos de tendencia central como: la media, mediana y moda, aplicados en ambas variables de estudio.

**Figuras:** para visualizar atractiva e interactiva la información que se recolecto.

Se utilizó software especializado para el tratamiento de los datos recolectados. Luego de la encuesta se procedió a su análisis y presentación. Los programas estadísticos que se usaron son:

Statistical Packa geforthe Social Sciences (SPSS) su versión actual SPSS vs. 22. Microsoft Office Excel 2013.

**Estadística inferencial:** Prueba de hipótesis de Chi cuadrado que es una prueba no para métrica que sirve para comprobar el efecto de las variables a través de los resultados de la encuesta.

La frecuencia esperada se calcula así  $E = P \cdot O$  total

P= proporción muestral.

O total = frecuencia total observada.

El estadístico de prueba es:

$$\chi^2 \text{ prueba} = \frac{(o_1 - e_1)^2}{e_1} + \frac{(o_2 - e_2)^2}{e_2} + \frac{(o_3 - e_3)^2}{e_3} + \frac{(o_4 - e_4)^2}{e_4} \dots \frac{(o_n - e_n)^2}{e_n}$$

$$\chi^2 \text{ prueba} = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$



Donde:

$\chi$  es la letra griega ji

$\chi^2$  se lee ji cuadro

Si:

$\chi^2_{calculable} \geq \chi^2_{Tabla}$  entonces SI existe relación entre las variables

$\chi^2_{calculable} \leq \chi^2_{Tabla}$  entonces NO existe relación entre las variables

### **3.7. Matriz de consistencia**

Se formuló el cuadro de la matriz de consistencia considerando el título, el problema, objetivo general, objetivo específico, hipótesis, variables, definición conceptual, definición operacional, dimensiones, indicadores ítem y escala.

**MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

TÍTULO	PROBLEMA	OBJE GEN	OBJETIPO ESPCI	HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
<p>LA GESTION DE CALIDAD EN BASE AL PLANEAMIENTO ESTARTÉGICO Y EL COMPROMISO DEL PERSONAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO –RUBRO HOTELES. CASO HOTEL IVANSINO INN CHIMBOTE, AÑO 2016.</p> <p>COMO INFLUYE LA GESTION DE CALIDAD EN BASE AL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO EN EL COMPROMISO DEL PERSONAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO RUBRO:HOTELES CASO HOTEL IVANSINO INN CHIMBOTE 2016?</p>	<p>Determinar la influencia de la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles- caso hotel Ivansino Inn Chimbote, año 2016.</p>	<p>Definir el nivel de gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas en el hotel Ivansino Inn Año 2016.</p> <p>Determinar el nivel de gestión de calidad en base al compromiso del personal actual de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Chimbote.</p> <p>Identificar la</p>	<p>La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico influye positivamente en el nivel de compromiso del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro hoteles, caso hotel Ivansino Inn de Chimbote,</p>	<p><b>P L A N E A M I E N T O  E S T R A T E G I C O</b></p>	<p>El planeamiento estratégico es un documento, en el que los responsables de una organización reflejan, cuál será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. VALDEZ, J.)20013</p>	<p>El planeamiento estratégico es una planificación a largo plazo, que partiendo de un análisis real y objetivo nos permite planificar la marcha de la empresa, teniendo en cuenta el análisis interno y externo, que mediante la interpolación de fortalezas y oportunidades, fortalezas y amenazas, debilidades y oportunidades, que nos permitan generar estrategias, para resolver las situaciones problemáticas o críticas, que presenta la empresa. El planeamiento estratégico lo analizaremos a través de las dimensiones: direccionamiento, diagnóstico y estrategias.</p>	<p>Panificación Direccionamiento</p>	<p>Visión Misión Planes</p>	<p>1, 2, 3 4, 5, 6 7,8, 9</p>	<p>Ordinal</p>	
							<p>Diagnostico</p>	<p>Análisis Interno  Análisis Externo</p>	<p>10,11,12, 13  14,15,16, 1718</p>		<p>Estrategia</p>

		relación que existe entre la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y la variable compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas, Caso hotel Ivansino Inn , Chimbote ,2016	año 2016.	C O M P R O M I S O  D E L  P E R S O N A L	Es la fuerza relativa de identificación y de involucramiento de un individuo con una organización .Arias, F. (2001).	El compromiso del personal es una actitud que muestra la pre disposición del trabajador hacia la empresa, mostrando eficiencia y eficacia en el desarrollo de sus actividades, contribuyendo más de lo esperado en la solución del problema, cumpliendo sus funciones y comprometido con el desarrollo económico, cultural y productivo de la institución donde labora. Se le puede medir a través de las dimensiones: compromiso afectivo, compromiso con las metas y compromiso con el trabajo.	Compromiso afectivo	Objetivos Problemas Permanencia	24,25,26 27,28,29 30,31,32 33,34	Compromiso con las metas	Empresariales Personales	35,36	Ordinal
							Compromiso con el trabajo	Funciones Actitudes Productividad	37,38 39,40 41,42				

### **3.8 Principios éticos**

#### **Confidencialidad.**

Garantizando la estricta confidencialidad de la información y de las persona que han participado en la muestra.

Actuando con justicia y respeto mutuo en sus relaciones internas y con sus clientes.

#### **Imparcialidad**

Evaluando con objetividad la información recibida por los diferentes trabajadores, que han participado en la encuesta.

#### **Veracidad**

La información está tratada con estricta veracidad, la información del presente proyecto se enmarca dentro del valor de la verdad tanto en el texto como en los resultados obtenidos.

## **IV RESULTADOS**

### **Resultados.**

El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo orientar y medir el efecto que ocasiona la satisfacción en las micro y pequeñas empresas de hoteles, se propuso objetivos que se cumplan a través de sus resultados, a continuación se presentan los resultados obtenidos por los objetivos.

#### **4.1 Presentación de resultados.**

El primer objetivo específico que se plantea en el presente trabajo de investigación fue definir el nivel de gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas hotel Ivanssino Inn. Año 2016. A continuación se presenta los resultados obtenidos.

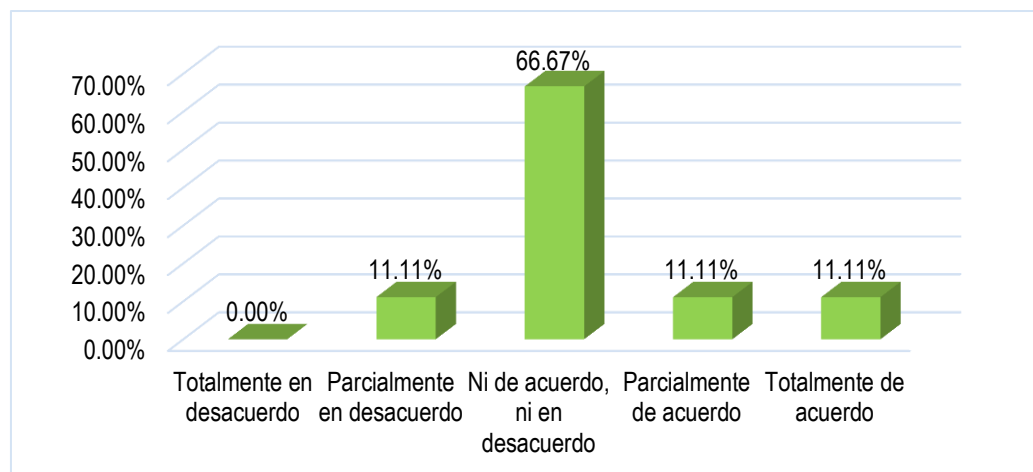
Indicadores - planeamiento estratégico

**Tabla 1: LA VISIÓN CONTRIBUYE AL DIRECCIONAMIENTO DEL HOTEL.**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada%
NIVEL VISION	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	1	11,11%	1	11,11%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	66,67%	7	77,78%
	Parcialmente de acuerdo	1	11,11%	8	88,89%
	Totalmente de acuerdo	1	11,11%	9	100,00%
	Total		9	100,00%	

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 1: LA VISIÓN CONTRIBUYE AL DIRECCIONAMIENTO DEL HOTEL**



**Fuente: Tabla 1.**

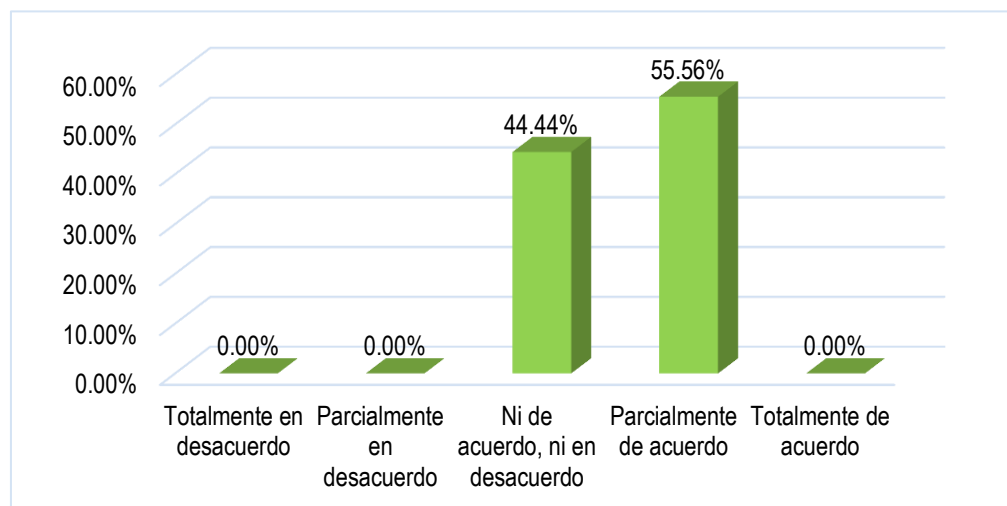
El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn manifiestan que la visión contribuye al direccionamiento de la empresa en un nivel considerado como ni de acuerdo y ni en desacuerdo, El 11.1% menciona que contribuye en un nivel de malo, parcialmente en desacuerdo, parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo con el mismo porcentaje cada uno; lo que se considera que algunos ven este tema de manera superficial como que influye o no influye por lo expuesto quiere decir que la mitad desconocen de la importancia de la visión de una empresa.

**Tabla 2: LA MISIÓN CONTRIBUYE AL DIRECCIONAMIENTO DEL HOTEL**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL MISION	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	44,44%	4	44,44%
	Parcialmente de acuerdo	5	55,56%	9	100,00%
	Totalmente de acuerdo	0	0,00%	9	100,00%
		9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 2: SÍ LA MISIÓN CONTRIBUYE AL DIRECCIONAMIENTO DEL HOTEL**



**Fuente: Tabla 2.**

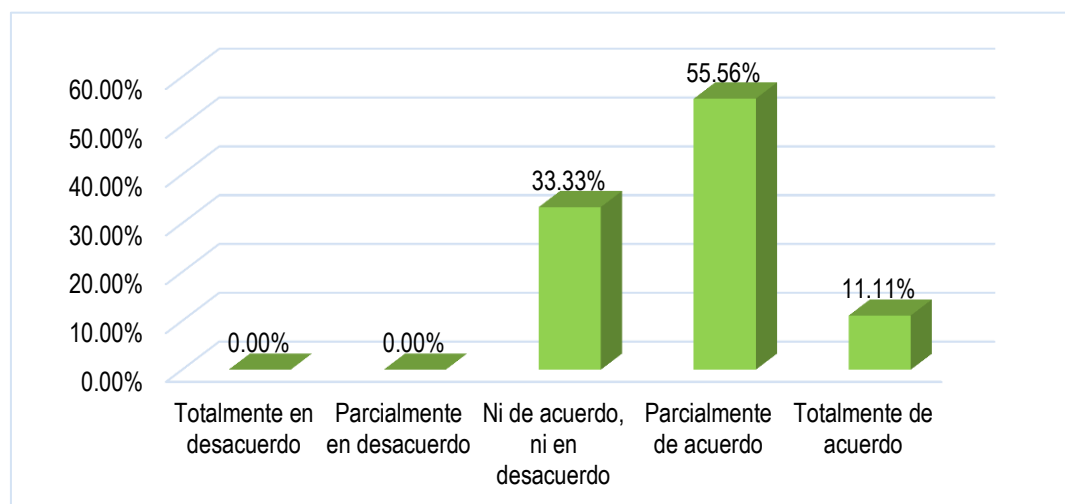
El 55.6 % del personal del hotel Ivansino Inn manifiestan que la misión contribuye en el direccionamiento en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. El 44.4% mencionan que la misión contribuye al direccionamiento en un nivel calificado ni de acuerdo, ni en desacuerdo, en este caso la mayoría sabe y conoce la misión de una empresa, cabe recalcar que son conocimientos básicos que todo empleado tiene por conocer y aplicar para el mejor desarrollo de la empresa en sus servicios.

**Tabla 3: LOS PLANES CONTRIBUYEN AL DIRECCIONAMIENTO DEL HOTEL**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL PLANES	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	33,33%	3	33,33%
	Parcialmente de acuerdo	5	55,56%	8	88,89%
	Totalmente de acuerdo	1	11,11%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 3: LOS PLANES CONTRIBUYEN AL DIRECCIONAMIENTO DEL HOTEL**



**Fuente: Tabla 3.**

El 55.6 % del personal del hotel Ivansino Inn manifiestan que los planes contribuyen en el direccionamiento en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. Mientras que el 33.3% manifiestan que contribuye en un nivel calificado ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 11.1% manifiestan que contribuye en un nivel totalmente de acuerdo, Para los trabajadores del hotel les parece muy importante que todo los detalles de la empresa estén planificados que es la base fundamental para una buena dirección.

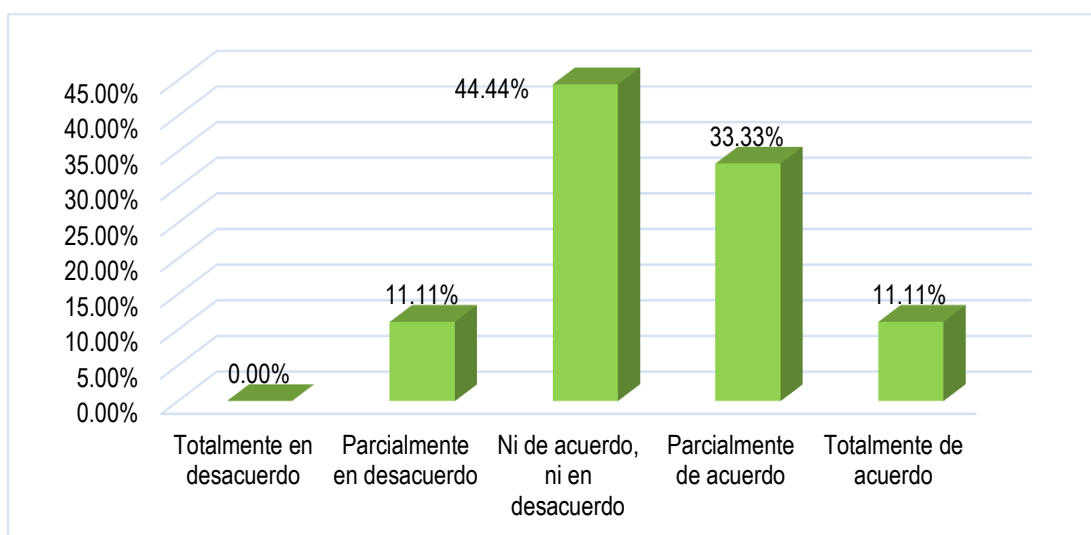


**TABLA 4: SI EL ANÁLISIS EXTERNO CONTRIBUYE AL DIAGNÓSTICO**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL EXTERNO	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	1	11,11%	1	11,11%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	44,44%	5	55,56%
	Parcialmente de acuerdo	3	33,33%	8	88,89%
	Totalmente de acuerdo	1	11,11%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 4: SI EL ANÁLISIS EXTERNO CONTRIBUYE AL DIAGNÓSTICO**



**Fuente: Tabla 4.**

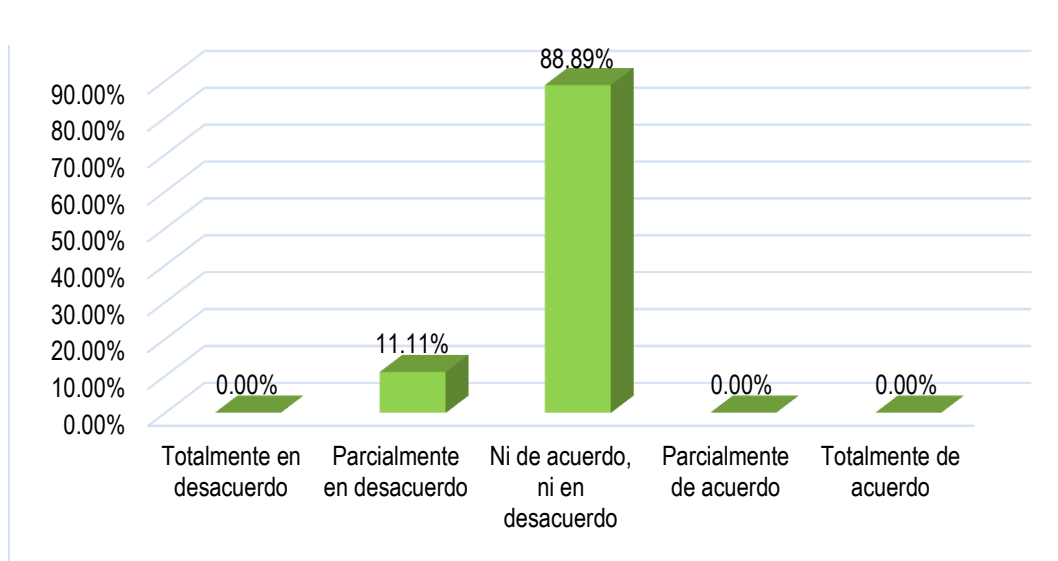
El 44.4% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta que el análisis interno contribuye al diagnóstico empresarial en un nivel ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Un 33.3% menciona que contribuye en un nivel parcialmente de acuerdo y un 11.1% con un nivel totalmente de acuerdo cada uno. En la empresa en estudio piensa que este procedimiento tiene una serie de dudas para decidir que esto contribuye a dar un diagnóstico que programe bien el desarrollo de la empresa.

**TABLA 5: SI EL ANÁLISIS INTERNO CONTRIBUYE AL DIAGNÓSTICO**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada%
NIVEL INTERNO	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	1	11,11%	1	11,11%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	88,89%	9	100,00%
	Parcialmente de acuerdo	0	0,00%	9	100,00%
	Totalmente de acuerdo	0	0,00%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 5: SI EL ANÁLISIS INTERNO CONTRIBUYE AL DIAGNÓSTICO**



**Fuente:** Tabla 5.

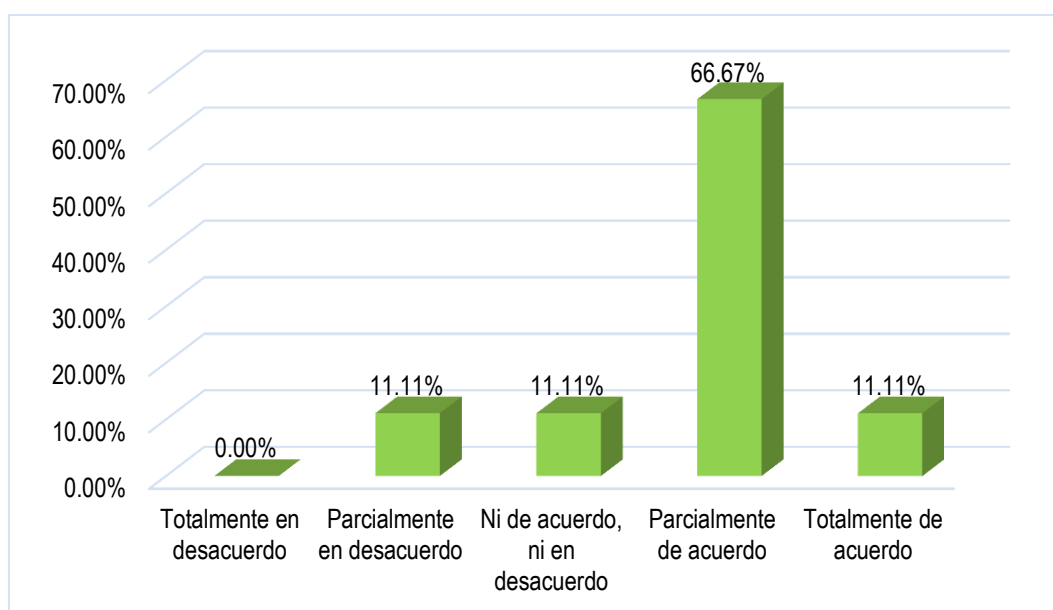
El 88.9% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta que el análisis interno contribuye al diagnóstico en un nivel calificado como ni de acuerdo ni en desacuerdo, Mientras que el 11.1% indica que contribuye en un nivel calificado como parcialmente en desacuerdo. Se entiende que están en duda en este análisis, se desconoce en sus procedimientos o muchos desacuerdos en su desarrollo.

**TABLA 6: SI LAS ESTRATÉGIAS CONTRIBUYEN EN LA GESTIÓN DE CALIDAD**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL CALIDAD	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	1	11,11%	1	11,11%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	11,11%	2	22,22%
	Parcialmente de acuerdo	6	66,67%	8	88,89%
	Totalmente de acuerdo	1	11,11%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 6: SI LAS ESTRATÉGIAS CONTRIBUYEN EN LA GESTIÓN DE CALIDAD**



**Fuente:** Tabla 6.

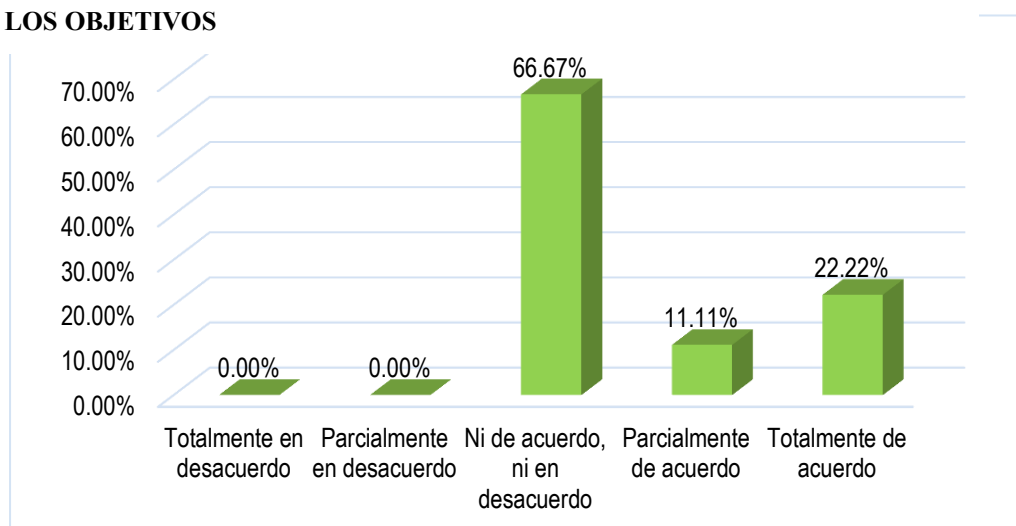
El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta que las estrategias contribuyen a la gestión de calidad en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. Mientras que los niveles parcialmente en desacuerdo, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y totalmente de acuerdo contribuyen a la gestión de calidad con un porcentaje de 11.1% cada uno. Definitivamente están de acuerdo que las estrategias son muy importantes y se aplicará para que el hotel sea de calidad, ellos manifiestan que una estrategia es importante para el desarrollo de la empresa.

**TABLA 7: SI LAS ESTRATÉGIAS CONTRIBUYEN AL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS.**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL CUMPLIMIENTO	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	66,67%	6	66,67%
	Parcialmente de acuerdo	1	11,11%	7	77,78%
	Totalmente de acuerdo	2	22,22%	9	100,00%
	Total		9	100,00%	

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 7: SI LAS ESTRATÉGIAS CONTRIBUYEN AL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS**



**Fuente:** Tabla 7.

El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn manifiestan que las estrategias contribuyen al cumplimiento de objetivos en un nivel calificado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Un 22.2% contribuyen en un nivel calificado como totalmente de acuerdo, y un 11:1% parcialmente de acuerdo. Se comprueba que no están de acuerdo que ahí estrategias que no cumplen con los objetivos de la empresa, o simplemente las estrategias no cumplieron con los objetivos trazados.

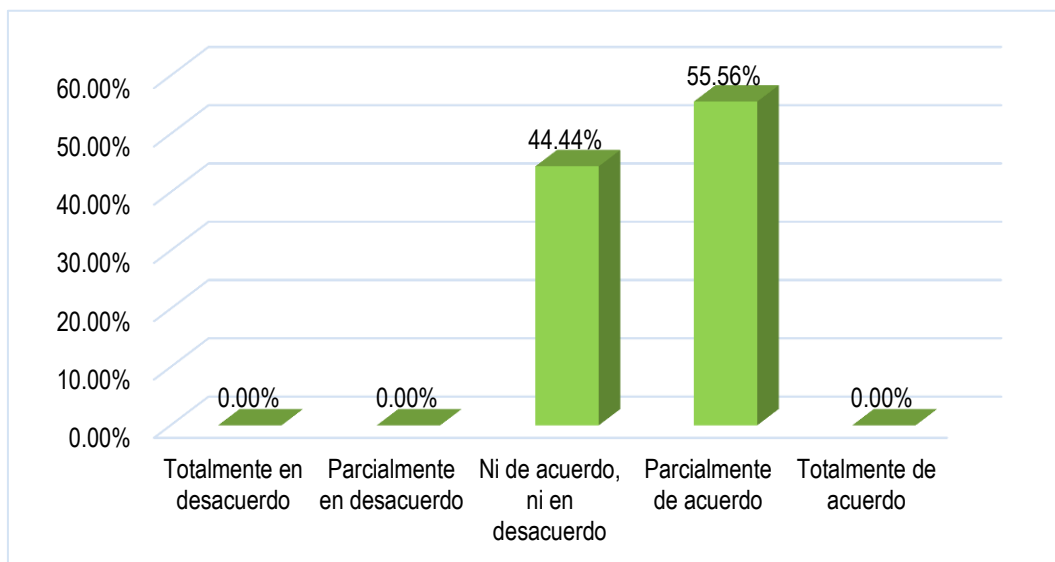
## Indicadores de la variable del compromiso del personal

**TABLA 8: COMPROMISO DEL PERSONAL CON LOS OBJETIVOS**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada%
NIVEL OBJETIVOS	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	44,44%	4	44,44%
	Parcialmente de acuerdo	5	55,56%	9	100,00%
	Totalmente de acuerdo	0	0,00%	9	100,00%
Total		9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016.

**FIGURA 8: COMPROMISO DEL PERSONAL CON LOS OBJETIVOS**



**Fuente: Tabla 8**

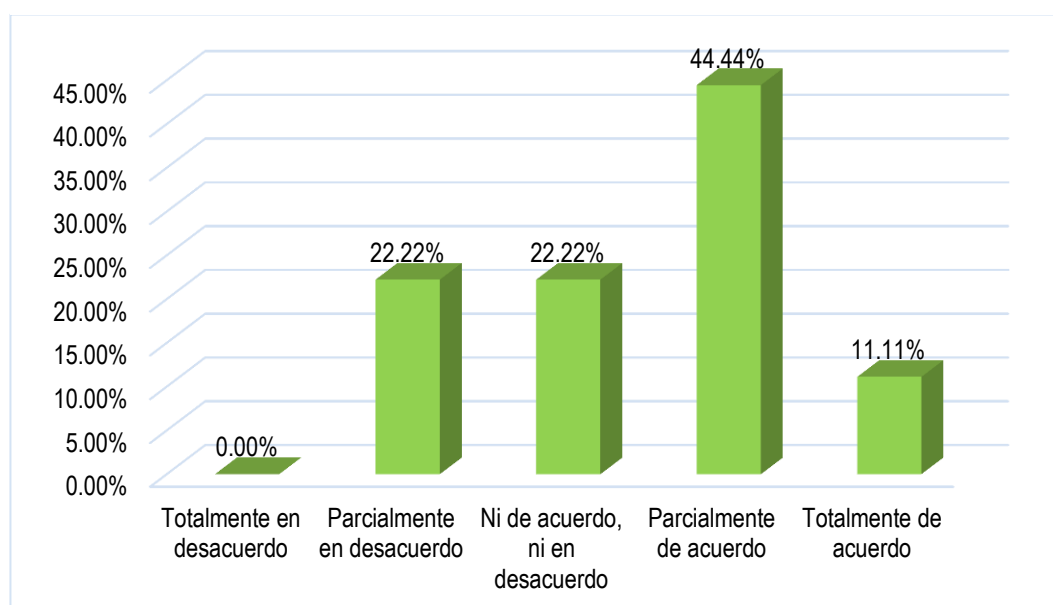
El 55.6% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta que está comprometido con los objetivos de la empresa en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo, mientras que el 44.4% manifiesta que está comprometido con los objetivos en un nivel calificado como Ni de acuerdo ni en desacuerdo. La empresa tiene un gran porcentaje de muchas dudas eso se debe de detectar para mejorar ese pensamiento de duda y desenvolverse mejor en la empresa.

**TABLA 9: COMPROMISO DEL PERSONAL CON LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL RESOLUCIÓN	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	2	22,22%	2	22,22%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	22,22%	4	44,44%
	Parcialmente de acuerdo	4	44,44%	8	88,89%
	Totalmente de acuerdo	1	11,11%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 9: COMPROMISO DEL PERSONAL CON LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS**



**Fuente: Tabla 9.**

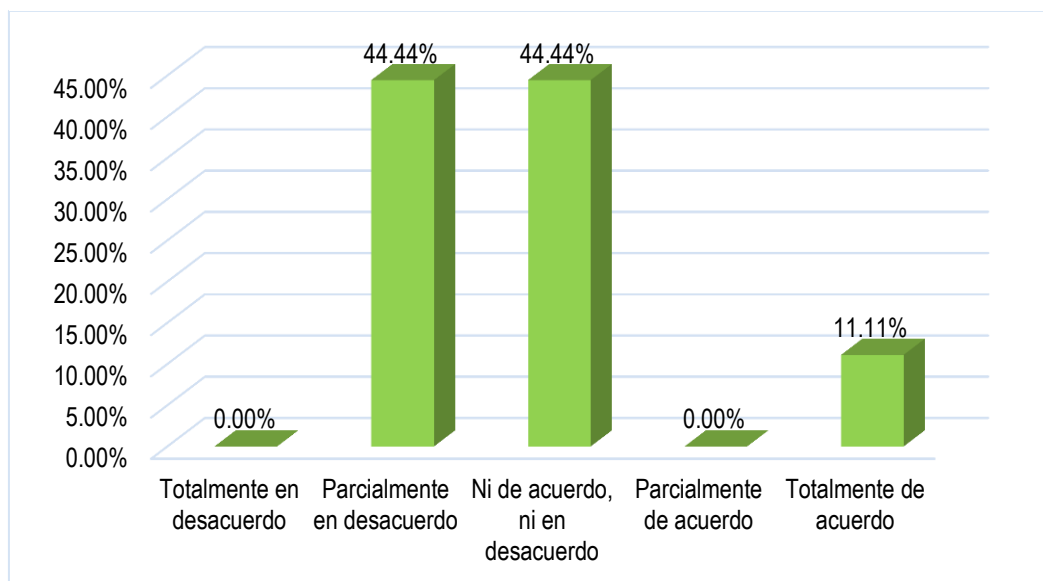
El 44.4% del personal del hotel Ivansino Inn está comprometido con la resolución de problemas en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. El mismo porcentaje del personal manifiesta estar comprometido con en un nivel Parcialmente en desacuerdo un 22.2%, con un nivel ni de acuerdo, ni en desacuerdo con un 22.2% y con un nivel Totalmente de acuerdo con un nivel de 11.1%. En el hotel el tema del compromiso del personal en resolver problemas es un poco incierto, diferencia de caracteres y no van a un mismo destino, esto perjudica el desarrollo de la empresa, deben de mejorar este procedimiento.

**TABLA 10: COMPROMISO DEL PERSONAL CON LA PERMANENCIA**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL COMPROMISO CON LA PERMANENCIA	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	4	44,44%	4	44,44%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	44,44%	8	88,89%
	Parcialmente de acuerdo	0	0,00%	8	88,89%
	Totalmente de acuerdo	1	11,11%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 10: COMPROMISO DEL PERSONAL CON LA PERMANENCIA**



**Fuente:** Tabla 10.

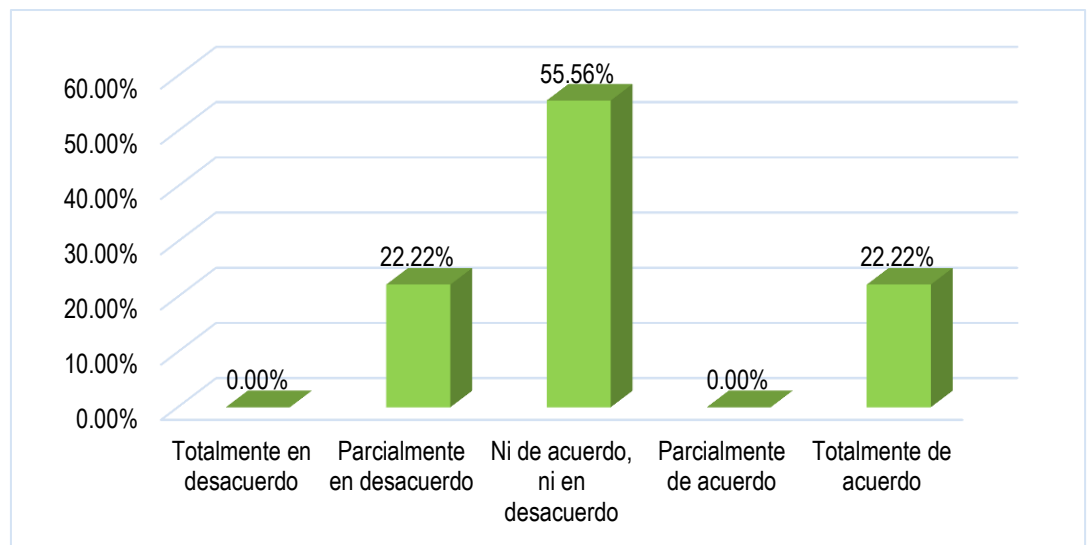
El 44.4 % del personal del hotel Ivansino Inn, está comprometido con permanecer en el hotel en un nivel calificado como Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo e igual porcentaje para un nivel parcialmente en desacuerdo. Mientras que el 11.1% manifiesta estar comprometido con la permanencia en un nivel calificado como Totalmente de acuerdo. En este tema el personal no está comprometida en su mayoría, no se ve el apoyo de todos para mejorar una permanencia adecuada y responsable.

**TABLA 11: COMPROMISO CON LAS METAS EMPRESARIALES**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frec. Relativa %	Frecuencia Abs. Acumulada	Frec. Relat. Acumulada%
NIVEL EMPRESARIALES	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	2	22,22%	2	22,22%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	55,56%	7	77,78%
	Parcialmente de acuerdo	0	0,00%	7	77,78%
	Totalmente de acuerdo	2	22,22%	9	100,00%
Total		9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 11: COMPROMISO CON LAS METAS EMPRESARIALES**



**Fuente:** Tabla 11.

El 55.6% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta estar comprometido con las metas empresariales en un nivel considerado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Mientras que un 22.2% está comprometido en un nivel Parcialmente en desacuerdo e igual porcentaje para un nivel Totalmente de acuerdo. En el desarrollo de los compromisos se mantiene muchas dudas como que no se comprometen en cumplir las metas, esto se debe de mejorar.

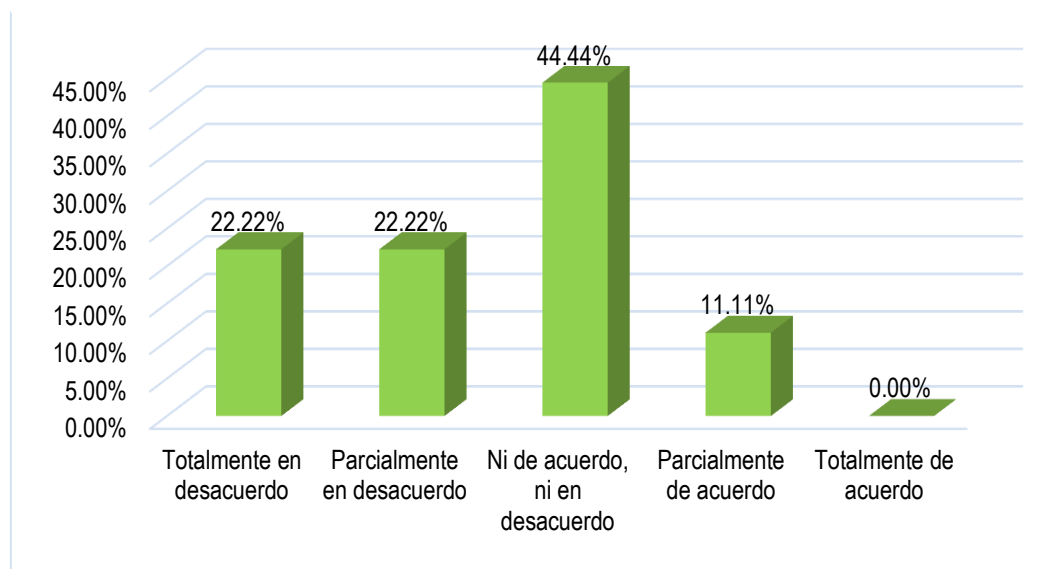


**TABLA 12: COMPROMISO CON LAS METAS PERSONALES**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frec. Relativa %	Frecuencia Abs. Acumulada	Frec. Relat. Acumulada%
NIVEL METAS PERSONALES	Totalmente en desacuerdo	2	22,22%	2	22,22%
	Parcialmente en desacuerdo	2	22,22%	4	44,44%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	44,44%	8	88,89%
	Parcialmente de acuerdo	1	11,11%	9	100,00%
	Totalmente de acuerdo	0	0,00%	9	100,00%
Total		9	100,00%		

Fuente: El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 12: COMPROMISO CON LAS METAS PERSONALES**



Fuente: Tabla 12.

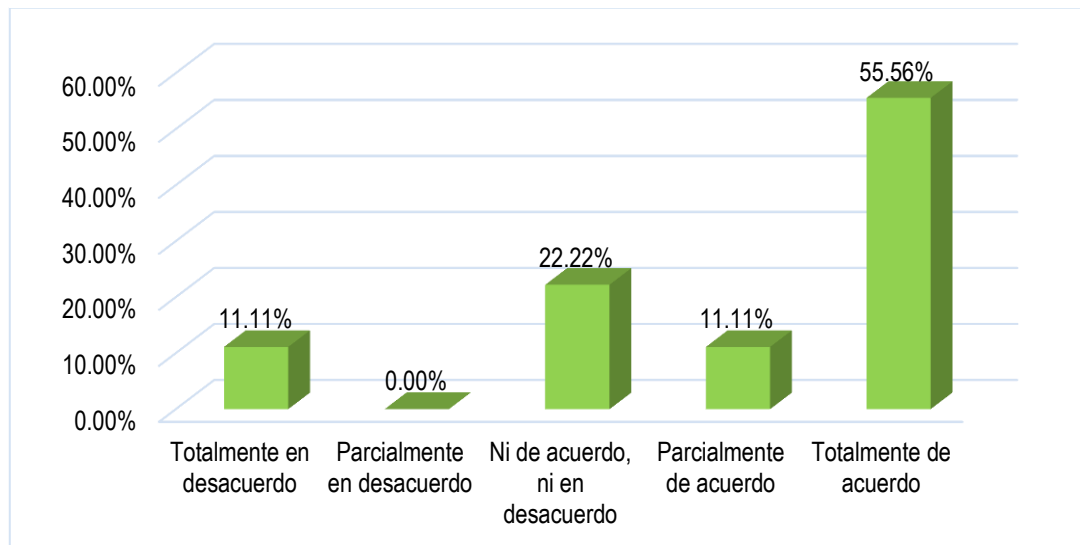
El 44.4% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta estar comprometido con el cumplimiento de sus metas personales en un nivel calificado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que el 22.2% está comprometido con el cumplimiento de sus metas en un nivel considerado como Totalmente en desacuerdo e igual porcentaje para un nivel Parcialmente en desacuerdo. En este caso no se expresan se desinteresan por ser mejores trabajadores, al no cumplir sus metas les es indiferente esto es uno de los otros puntos que tienen que mejorar.

**TABLA 13: COMPROMISO CON EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL_CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES	Totalmente en desacuerdo	1	11,11%	1	11,11%
	Parcialmente en desacuerdo	0	0,00%	1	11,11%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	22,22%	3	33,33%
	Parcialmente de acuerdo	1	11,11%	4	44,44%
	Totalmente de acuerdo	5	55,56%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 13: COMPROMISO CON EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES**



**Fuente: Tabla 13.**

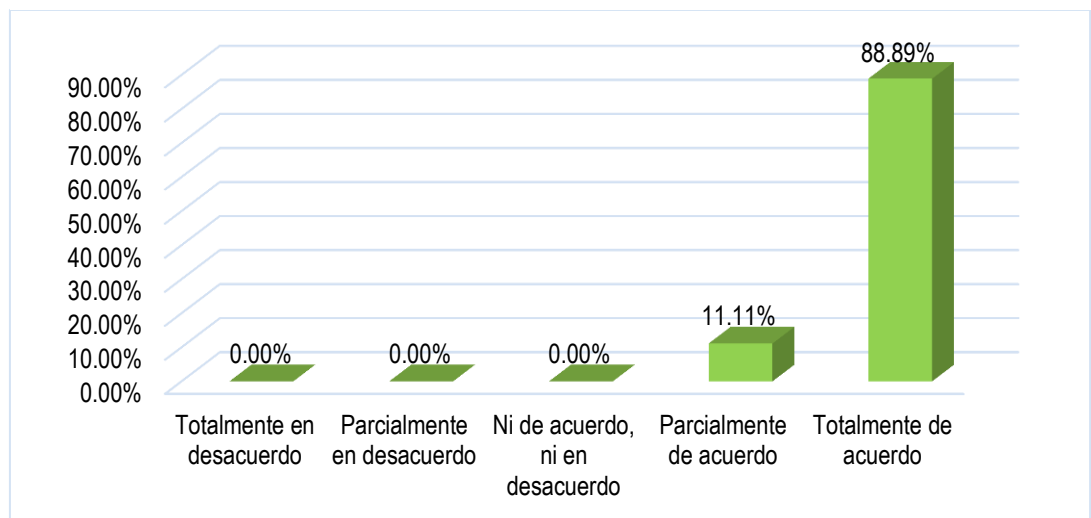
El 55.6% del personal del hotel Ivansino Inn está comprometido con el cumplimiento de sus funciones en un nivel calificado como Totalmente de acuerdo. El 22.2% está comprometido en un nivel calificado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 11.1% está comprometido en un nivel Totalmente en desacuerdo el mismo porcentaje en un nivel Parcialmente de acuerdo en el cumplimiento de sus funciones. En este tema si la mayoría está cumpliendo y está de acuerdo con las funciones encomendadas sin ningún problema.

**TABLA 14: ACTITUD COMPROMETIDA CON LOS PLANES Y OBJETIVOS**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL_ACTITUD COMPROMETIDA CON EL TRABAJO	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente de acuerdo	1	11,11%	1	11,11%
	Totalmente de acuerdo	8	88,89%	9	100,00%
Total		9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 14: ACTITUD COMPROMETIDA CON LOS PLANES Y OBJETIVOS**



**Fuente:** Tabla 14

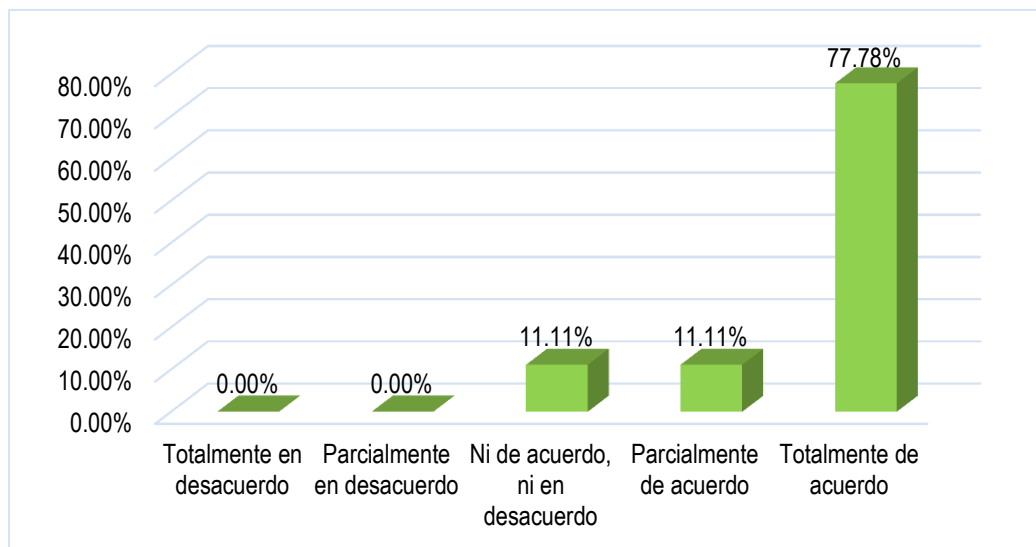
El 88.9% del personal del hotel Ivansino Inn muestra una actitud comprometida con los planes y objetivos en un nivel Totalmente de acuerdo, mientras que el 11.1% muestra una actitud comprometida con los planes y objetivos calificada como Parcialmente de acuerdo. Este es el mejor resultado ya que están compenetrados en que los planes y objetivos trazados se cumplan en la empresa.

**TABLA 15: COMPROMISO CON LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
NIVEL COMPROMISO CON LA PRODUCTIVIDAD	Totalmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Parcialmente en desacuerdo	0	0,00%	0	0,00%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	11,11%	1	11,11%
	Parcialmente de acuerdo	1	11,11%	2	22,22%
	Totalmente de acuerdo	7	77,78%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016.

**FIGURA 15: COMPROMISO CON LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA**



**Fuente: Tabla 15.**

El 77.78% del personal del hotel Ivansino Inn está comprometido con el incremento de la productividad en un nivel calificado como Totalmente de acuerdo, el 11.1% con un nivel calificado como Parcialmente de acuerdo e igual porcentaje como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Este es el mejor resultado ya que están comprometidos con el incremento de la productividad y objetivos trazados que cumple la empresa.

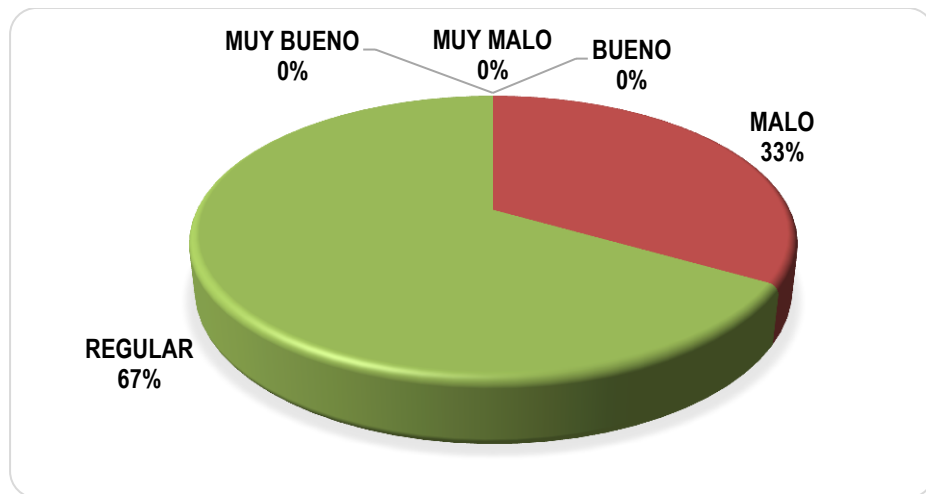
**Variable: planeamiento estratégico**

**TABLA 16: CONTRIBUCIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA PLANIFICACIÓN**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada%
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	MUY MALO	0	0,00%	0	0,00%
	MALO	3	33,33%	3	33,33%
	REGULAR	6	66,67%	9	100,00%
	BUENO	0	0,00%	9	100,00%
	MUY BUENO	0	0,00%	9	100,00%
	Total		9	100,00%	

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 16: CONTRIBUCIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA PLANIFICACIÓN**



**Fuente: Tabla 16.**

El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta que el Planeamiento Estratégico contribuye a la planificación de la empresa en un nivel calificado como Regular, y un 33.3% con un nivel considerado como Malo. La idea que tiene el personal de manera general piensan que la planificación no cumple el desconocimiento, en ese aspecto se tiene que capacitar para un mejor desarrollo de los planes estratégicos.

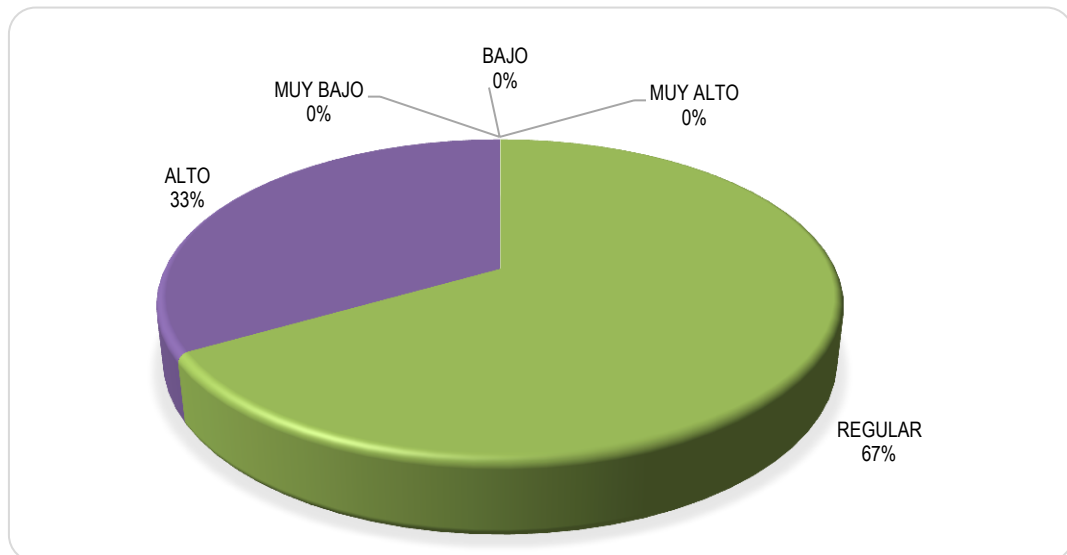
**Variable: compromiso del personal**

**TABLA 17: COMPROMISO DEL PERSONAL CON EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**

Indicador:	Niveles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada %
COMPROMISO DEL PERSONAL	MUY BAJO	0	0,00%	0	0,00%
	BAJO	0	0,00%	0	0,00%
	REGULAR	6	66,67%	6	66,67%
	ALTO	3	33,33%	9	100,00%
	MUY ALTO	0	0,00%	9	100,00%
	Total	9	100,00%		

**Fuente:** El cuestionario aplicado a los trabajadores en la fecha 15 de diciembre del 2016

**FIGURA 17: COMPROMISO DEL PERSONAL CON EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**



**Fuente: Tabla 17.**

El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta estar comprometido con los planes empresariales en un nivel considerado como Regular, mientras que el 33.3% del personal manifiesta estar comprometido en un nivel considerado como Alto. El compromiso organizacional tiene algunas debilidades y esas se deben de reforzar, para el personal este más identificado con la empresa donde se trabaja.

## **CONTRASTE DE HIPÓTESIS**

**H0:** La gestión de calidad con un enfoque basado en el planeamiento estratégico no influye positivamente en el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas-caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016.

**H1:** La gestión de calidad con un enfoque basado en el planeamiento estratégico influye positivamente en el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas-caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016.

**Existe relación** directa entre el planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeña empresas- caso del hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016.

### **Nivel de Significación**

El nivel de significación teórica es  $\alpha = 0.05$ , que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

### **Función de Prueba**

Se realizó por medio del coeficiente de Chi cuadrado de Pearson

### **Regla de decisión**

Rechazar H0 cuando la significación observada “p” es menor que  $\alpha$ .

No rechazar H0 cuando la significación observada “p” es mayor que  $\alpha$ .

## Planeamiento estratégico y compromiso del personal

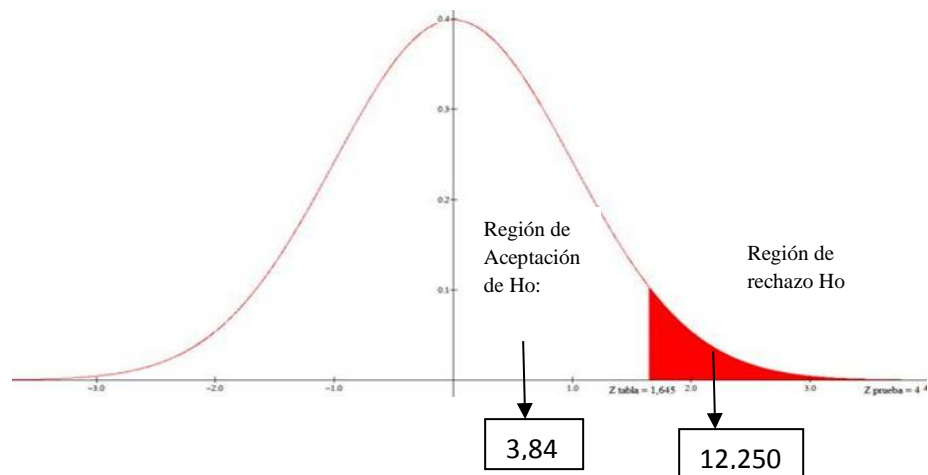
**TABLA 18: TABLA DE CONTINGENCIA**

TABLA DE CONTINGENCIA		COMPROMISO_PERSONAL		Total	
		REGULAR	ALTO		
PLANEAMIENTO_ESTRATEGICO	MALO	Recuento	1	2	3
		% del total	11,10%	22,20%	33,30%
	REGULAR	Recuento	5	1	6
		% del total	55,60%	11,10%	66,70%
Total		Recuento	6	3	9
		% del total	66,70%	33,30%	100,00%

**TABLA 19: PRUEBAS DE CHI-CUADRADO**

	Valor	gl	Sig. asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	12,250 <sup>a</sup>	1	0,013
Corrección por continuidad <sup>b</sup>	0.563	1	0,045
N de casos válidos	9		

1- alfa=	0.95
filas -1	1
columnas -1	1
v=	1
Valor Critico Tabla	3.84





**Conclusión:**

Como el valor de significación observada del coeficiente de Chi cuadrado de Pearson  $p = 0,013$  es menor al valor de significación teórica  $\alpha = 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula. Ello significa que, la gestión de calidad con un enfoque basado en el planeamiento estratégico si se relaciona significativamente con el compromiso personal. Según resultados de Tabla 18 se evidencia que la gestión de calidad con un enfoque basado en el Planeamiento estratégico influye positivamente con en el compromiso del personal de la micro y pequeña empresa- caso del hotel Ivansino Inn, Chimbote, años 2016.

#### 4.1 Análisis de Resultados.

**Con respecto al objetivo específico a):** Determinar el nivel de gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de Chimbote, Año 2016. Caso del Hotel Ivansino Inn.

1. El resultado obtenido en la tabla N° 1 a través del indicador nivel visión. Se observa que:

El 66.7 % del personal del hotel Ivansino Inn, manifiestan que la visión contribuye al direccionamiento de la empresa en un nivel considerado como ni de acuerdo y ni en desacuerdo, El 11.1% menciona que contribuye en un nivel de malo, parcialmente en desacuerdo, parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo, con el mismo porcentaje cada uno. Lo que se considera que algunos ven este tema de manera superficial, como que influye o no influye por lo expuesto quiere decir que la mitad desconocen de la importancia de la visión de una empresa, este resultado contrasta con **Aquino, A (2012)**. Quien afirma que el hotel materia de estudio carece de visión.

2. El resultado obtenido en la tabla N° 2 a través del indicador nivel - misión. Se observa que:

El 55.6 % del personal del hotel Ivansino Inn, manifiestan que la misión contribuye en el direccionamiento en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. El 44.4% mencionan que la misión contribuye al direccionamiento en un nivel calificado ni de acuerdo, ni en desacuerdo. En este caso la mayoría sabe y conoce la misión de una empresa, cabe recalcar que son conocimientos básicos que todo empleado tiene por conocer y aplicar para el mejor desarrollo

de la empresa en sus servicios, este resultado Según **Cervantes,R.J.(2013)**. Nos dice que la misión en su mayoría fue parcialmente de acuerdo, pero se mantiene regular en un resultado similar, se obtuvo como ni de acuerdo ni en desacuerdo.

3. El resultado obtenido en la tabla N° 3 a través del indicador Nivel - planes. Se observa que:

El 55.6 % del personal del hotel Ivansino Inn, manifiestan que los planes contribuyen en el direccionamiento en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. Mientras que el 33.3% manifiestan que contribuye en un nivel calificado ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 11.1% manifiestan que contribuye en un nivel totalmente de acuerdo. Para los trabajadores del hotel les parece muy importante, que todo los detalles de la empresa estén planificados, que es la base fundamental para un buena dirección. Según **Cervantes, R.J.(2013)**. Manifiesta que los planes que contribuyen al direccionamiento en su mayoría fue regular y el siguiente más destacado con un nivel bajo.

4. El resultado obtenido en la tabla N° 4 a través del indicador Nivel- análisis externo. Se observa que:

El 44.4% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiesta que el análisis interno contribuye al diagnóstico empresarial en un nivel ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Un 33.3% menciona que contribuye en un nivel parcialmente de acuerdo y un 11.1% con un nivel totalmente de acuerdo cada uno. En la empresa en estudio piensa que este procedimiento tiene una serie de dudas para decidir que esto contribuye a dar un diagnostico que programe bien el

desarrollo de la empresa. Según el autor (**salla.2008**) manifiesta que se puede analizar considerando dos grandes grupos el análisis directo y el análisis indirecto.

5. El resultado obtenido en la tabla N° 5 a través del indicador nivel-análisis interno. Se observa que:

El 88.9% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiesta que el análisis interno contribuye al diagnóstico en un nivel calificado como ni de acuerdo ni en desacuerdo, Mientras que el 11.1% indica que contribuye en un nivel calificado como parcialmente en desacuerdo. Se entiende que están en duda en este análisis, se desconoce en sus procedimientos o muchos desacuerdos en su desarrollo. El autor (**Salla.2008**) manifiesta que se puede analizar un análisis interno, donde aparece como resultado en un nivel Bueno.

6. El resultado obtenido en la tabla N° 6 a través del indicador nivel - calidad. Se observa que:

El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiesta que las estrategias contribuyen a la gestión de calidad en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. Mientras que los niveles parcialmente en desacuerdo, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y totalmente de acuerdo contribuyen a la gestión de calidad con un porcentaje de 11.1% cada uno. Definitivamente están de acuerdo que las estrategias son muy importantes y se aplicará para que el hotel sea de calidad, ellos manifiestan que una estrategia es importante para el desarrollo de la empresa. Según **Rodríguez. (2014)** manifiesta que conllevará a mejorar el nivel de ventas, porque se podrá ofrecer un servicio de mayor calidad y con

valor agregado importante, nos permitirá incrementar el posicionamiento actual y que cuenta con una baja en el mercado.

7. El resultado obtenido en la tabla N° 7 a través del indicador nivel - cumplimiento. Se observa que:

El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiestan que las estrategias contribuyen al cumplimiento de objetivos en un nivel calificado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Un 22.2% contribuyen en un nivel calificado como totalmente de acuerdo, y un 11.1% parcialmente de acuerdo. Se comprueba que no están de acuerdo, que ahí estrategias que no cumplen con los objetivos de la empresa, o simplemente las estrategias no cumplieron con los objetivos trazados.

**Con respecto al objetivo específico b):** Determinar el nivel de gestión de calidad del compromiso del personal actual de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles de Chimbote, año 2016. Caso del hotel Ivansino Inn.

El resultado obtenido en la tabla N° 8 a través del indicador nivel - objetivos. Se observa que:

8. El 55.6% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiesta que está comprometido con los objetivos de la empresa en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo, mientras que el 44.4% manifiesta que está comprometido con los objetivos en un nivel calificado como Ni de acuerdo ni en desacuerdo. La empresa tiene un gran porcentaje de muchas dudas eso se debe de detectar para mejorar ese pensamiento de duda y desenvolverse mejor en la empresa.

9. El resultado obtenido en la tabla N° 9 a través del indicador nivel-resolución de problemas. Se observa que:

El 44.4% del personal del hotel Ivansino Inn, está comprometido con la resolución de problemas en un nivel calificado como parcialmente de acuerdo. El mismo porcentaje del personal manifiesta estar comprometido con en un nivel Parcialmente en desacuerdo un 22.2%, con un nivel ni de acuerdo, ni en desacuerdo con un 22.2% y con un nivel Totalmente de acuerdo con un nivel de 11.1%. En el hotel el tema del compromiso del personal en resolver problemas es un poco incierto, diferencia de caracteres y no van a un mismo destino, esto perjudica el desarrollo de la empresa, deben de mejorar este procedimiento.

10. El resultado obtenido en la tabla N° 10 a través del indicador nivel - compromiso con la permanencia. Se observa que:

El 44.4 % del personal del hotel Ivansino Inn, está comprometido con permanecer en el hotel en un nivel calificado como Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo e igual porcentaje para un nivel parcialmente en desacuerdo. Mientras que el 11.1% manifiesta estar comprometido con la permanencia en un nivel calificado como Totalmente de acuerdo. En este tema el personal no está comprometida en su mayoría, no se ve el apoyo de todos para mejorar una permanencia adecuada y responsable.

11. El resultado obtenido en la tabla N° 11 a través del indicador nivel - empresariales. Se observa que:

El 55.6% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiesta estar comprometido con las metas empresariales en un nivel considerado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Mientras que un 22.2% está comprometido en un nivel Parcialmente en desacuerdo, e igual porcentaje para un nivel Totalmente de acuerdo. En el desarrollo de los compromisos se mantiene muchas dudas como que no se comprometen en cumplir las metas, esto se debe de mejorar.

12. El resultado obtenido en la tabla N° 12 a través del indicador nivel - metas personales. Se observa que:

El 44.4% del personal del hotel Ivansino Inn manifiesta estar comprometido con el cumplimiento de sus metas personales en un nivel calificado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, mientras que el 22.2% está comprometido con el cumplimiento de sus metas en un nivel considerado como Totalmente en desacuerdo e igual porcentaje para un nivel Parcialmente en desacuerdo. En este caso no se expresan se desinteresan por ser mejores trabajadores, al no cumplir sus metas les es indiferente esto es uno de los otros puntos que tienen que mejorar. Según **Barrios,P.V.(2011)** manifiesta que resulta indispensable el análisis de motivación, capacitación y comunicación de los empleados de la organización para llegar a los niveles de compromiso de las metas.

13. El resultado obtenido en la tabla N° 13 a través del indicador nivel - cumplimiento de funciones. Se observa que:

El 55.6% del personal del hotel Ivansino Inn, está comprometido con el cumplimiento de sus funciones en un nivel calificado como Totalmente de acuerdo. El 22.2% está comprometido en un nivel calificado como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 11.1% está comprometido en un nivel Totalmente en desacuerdo el mismo porcentaje en un nivel Parcialmente de acuerdo en el cumplimiento de sus funciones. En este tema si la mayoría está cumpliendo y está de acuerdo con las funciones encomendadas sin ningún problema. Barrios, **P.V.(2011)** manifiesta que enfocándose como punto principal la opinión de los empleados del hotel, en cuanto a su motivación y capacitación por parte de la organización se llega a la conclusión generar un buen ambiente laboral y aumenta las ganas de los mismo por permanecer en el hotel, en la toma de decisiones.

14. El resultado obtenido en la tabla N° 14 a través del indicador nivel – actitud comprometida con el trabajo. Se observa que:

El 88.9% del personal del hotel Ivansino Inn, muestra una actitud comprometida con los planes y objetivos en un nivel Totalmente de acuerdo, mientras que el 11.1% muestra una actitud comprometida con los planes y objetivos calificada como Parcialmente de acuerdo. Este es el mejor resultado ya que están compenetrados en que los planes y objetivos trazados se cumplan en la empresa. Según **Barrios, P.V.(2011)** afirma que es necesario un plan de incentivos y premios, para que de esta manera sean vistos como tal y pode así,



poder aumentar el compromiso de las capacidades de cada uno de los empleados para poder llegar todos juntos a alcanzar los objetivos buscados por la organización.

15. El resultado obtenido en la tabla N° 15 a través del indicador nivel – compromiso con la productividad. Se observa que:

El 77.78% del personal del hotel Ivansino Inn, está comprometido con el incremento de la productividad en un nivel calificado como Totalmente de acuerdo, el 11.1% con un nivel calificado como Parcialmente de acuerdo e igual porcentaje como Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Este es el mejor resultado ya que están comprometidos con el incremento de la productividad y objetivos trazados que cumple la empresa.

16. El resultado obtenido en la tabla N° 16 a través del variable planeamiento estratégico. Se observa que:

El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiesta que el Planeamiento Estratégico contribuye a la planificación de la empresa en un nivel calificado como Regular, y un 33.3% con un nivel considerado como Malo. La idea que tiene el personal de manera general piensa que la planificación no cumple el desconocimiento, en ese aspecto se tiene que capacitar para un mejor desarrollo de los planes estratégicos. Según **Jubert,E.(2014)**. Afirma que el planeamiento estratégico está en un nivel calificado como Bueno, lo que significa que están mejor preparados.

17. El resultado obtenido en la tabla N° 17a través de la variable compromiso del personal. Se observa que:

El 66.7% del personal del hotel Ivansino Inn, manifiesta estar comprometido con los planes empresariales en un nivel considerado como Regular, mientras que el 33.3% del personal manifiesta estar comprometido en un nivel considerado como Alto. El compromiso organizacional tiene algunas debilidades y esas se deben de reforzar, para el personal este más identificado con la empresa donde se trabaja. Según **Barrios, P.V. (2011)** afirma que el compromiso del personal está en un nivel alto y muy alto en su mejor nivel, lo que significa que ellos están más comprometidos con la empresa.

**Con respecto al objetivo específico c):** Determinar la relación que existe entre la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y la variable compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro hoteles de Chimbote. Caso del hotel Ivansino Inn.

El valor de significación observada del coeficiente de Chi cuadrado de Pearson  $p = 0,013$  es menor al valor de significación teórica  $\alpha = 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula. Ello significa que, la gestión de calidad con un enfoque basado en el planeamiento estratégico si se relaciona significativamente con el compromiso personal. Según resultados de Tabla 18 se evidencia que la gestión de calidad con un enfoque basado en el Plan estratégico influye positivamente con en el compromiso del personal de la micro y pequeña empresa- caso del hotel Ivansino Inn, Chimbote, años 2016.

## 5.- Conclusiones.

1. La falta de planeamiento estratégico determina una deficiente gestión de calidad del hotel Ivansino Inn, dado que la mayoría de los encuestados manifiesta que esta ni en acuerdo ni en desacuerdo ( 66.67% ) en que la visión contribuye al direccionamiento, en que el análisis interno y externo contribuyen al diagnóstico con un (44.44% y 88.89%), que las estrategias contribuyen al cumplimiento de objetivos. Así mismo están parcialmente de acuerdo en que la misión (55.56%) y los planes (55.56%) contribuyen al direccionamiento del hotel Ivansini Inn.
2. El nivel de compromiso que tiene el personal es relativamente bajo, dado que aproximadamente la mitad está parcialmente de acuerdo con los objetivos (55.56%), con la resolución de problemas (44.44%), Así mismo esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la permanencia en el trabajo con un (44.44%,) con el cumplimiento de metas organizacionales (55.5%) y personales (44.44%). Sin embargo solo están comprometidos con sus funciones (55.56), con los planes (88.89%) y con la productividad (77.78%) del hotel Ivansino Inn.
3. La gestión de calidad con un enfoque basado en el planeamiento estratégico si se relaciona significativamente con el compromiso personal. Dado que el valor de significación observada del coeficiente de Chi cuadrado de Pearson  $p = 0,013$  es menor al valor de significación teórica  $\alpha = 0.05$ , por lo que se rechaza la hipótesis nula. Según resultados de Tabla 18 se evidencia que la gestión de calidad con un enfoque basado en el Plan estratégico influye positivamente con en el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas- caso del hotel Ivansino Inn, Chimbote, años 2016.

## **Recomendaciones.**

1. Se recomienda realizar una gestión de calidad en base al planeamiento estratégico para lograr la integración de los sistemas de gestión del Hotel Ivansino Inn.
2. Elaborar un plan estratégico para el hotel Ivansino Inn, considerando en las etapas de direccionamiento estratégico (la misión, visión, valores) y el diagnóstico estratégico, (análisis interno, análisis externo), matriz Foda, elaboración de estrategia, ejecución y control del mismo.
3. Elaborar un programa de motivación e incentivo a corto plazo para lograr el compromiso del personal con las micro empresas.
4. Se debe fortalecer el vínculo planeamiento estratégico y compromiso del personal para poder obtener la gestión de calidad en el hotel Ivansino Inn.
5. Aprovechar las inversiones en la ciudad ya la actual visita turística, para atraer clientes que no solo necesiten quedarse, si no también satisfacer sus necesidades, por consiguiente estos recomendarán la atención brindada por el equipo del hotel.

## **Aspectos complementarios**

### **Referencias Bibliográficas.**

- Aquino S.A. (2012). El planeamiento estratégico para el Hotel-Sueits Costa de O Del cantón salinas, provincia de Santa Elena, 2012-2016” (Tesis de Pregrado). Ecuador
- Alvarado, M. T. E. (2006). Metodología para elaborar un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria. México, D.F., MX: Red Revista Mexicana de Agronegocios.
- Alberto, M. V. (2012). Manuel de calidad para hoteles. Buenos Aires: Sepem.
- Baca, W. (2016) Diplomado especializado en gestión de la calidad en la administración pública.
- Barrios, P.V.(2011) Motivación en recursos humanos, capacitación, atención al cliente y el servicio (Tesis de Maestría).
- Cervantes, R. J. (2013) Plan estratégico para Hotel Bahía Dorada, S.A. de C.V. La Paz Baja California (Tesis de Pregrado) [https://www.plan estratégico para el hotel bahía.](https://www.plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20el%20hotel%20bah%C3%ADa)
- Caldera, M. R. (2004). Planeación estratégica de Recursos Humanos: conceptos y teoría. Madrid, ES: B - EUMED.
- Chiavenato. (2000). Administración de Recursos Humanos. Mexico: Mac Graw Hill.
- Davis, k. y. (2005). Comportamiento Humano en el Trabajo. Mexico: MC GRAW- HILL.
- Drovet, S. (2005). La Capacitación del Trabajo . Buenos Aires: MAECHI.

- Feijoo, J. L. (2012). El Plan Estratégico en Hotelera, 1era edición . Buenos Aires: Ugerman.
- Joubert, E. (2014). Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén. (Tesis de Maestría).
- Kother, P. (2000). Mercadotecnia para hoteles y turismo. . Mexico: Prentice Hall.
- Martínez Pedreros, D. (2012). Introducción al plan estratégico. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martínez, P. D., & Milla, G. A. (2012). Introducción al plan estratégico. Madrid, : Ediciones Díaz de Santos.
- José, M. H. (2006). La gestión avanzada de la calidad, metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de calidad. Colombia: Corporación para la gestión de conocimiento.
- Roman, J. (2008). El arte de servir al cliente con efectividad. MIAMI FI: UNILIT
- Rodríguez, F.(2014). “estrategias de crecimiento intensivo para mejorar el nivel de Posicionamiento y ventas de la empresa hotel “San Camilo” de Trujillo” (Tesis de Maestría).
- Salla, G.J.(2008). Plan estratégico de relaciones públicas. Barcelona: J.M. Bosch editor.
- Valdez, J. (2013) plan estratégico para hotel bahía dorada, s.a. de cv.

## ANEXO N° 1

### Cronograma de Ejecución

- 1.1 Inicio: 20 de junio del 2016
- 1.2 Termino 26 de noviembre del 2016
- 1.3 Cronograma de actividades

En cuanto al cronograma de proyecto de investigación se ha realizado en 2fases.

La primera en el mes de junio del 2016 y la segunda en el mes de noviembre del 2016.

Junio 2016	Noviembre 2016	
Elaboración de proyecto de tesis. Recopilación de datos , materiales y métodos	Ejecución de la tesis con la evaluación de información recopilada. Preparación del Informe final de tesis e impresión	Presentación, evaluación y sustentación de Tesis.
I Ciclo	II Ciclo	17 de Junio-2017

## ANEXO N° 2

### Presupuesto

En relación al Presupuesto de gastos del proyecto de tesis los montos son aproximaciones, debido a que conforme se va avanzado con el trabajo, se presentan imprevistos en el tiempo y monto.

MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papel bond A-4	2000 hojas	0.10	200.00
Plumones	12 unidades	2.00	24.00
Lapiceros	10 unidades	3.00	30.00
Movilidad	20 taxis	10.00	200.00
Refrigerios	25 menús	7.00	175.00
Típeo	100 hojas	0.50	50.00
Impresión	200 hojas	0.30	150.00
Empastado	5 unidades	30.00	150,00
fotostáticas	500 unidades	30.00	50.00
Total de gastos realizados			S/. 1029



### ANEXO N° 3

#### Fuente de Financiamiento

Ingresos	
1.- Recursos Propios	S/. 1029
Total de Ingresos	S/. 1029

## ANEXO N° 4

### CUESTIONARIO DE PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y COMPROMISO PERSONAL

#### I. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

**Instrucciones:** A continuación, encontrará una serie de preguntas relacionadas con la empresa. No existen respuestas correctas o incorrectas. Lea cada una de ellas cuidadosamente y marque con una **X** el número que corresponda de acuerdo a la siguiente escala:

1	2	3	4	5
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>Parcialmente en desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b>	<b>Parcialmente de acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>

<b>Visión</b>					
1. Percibo que la visión del hotel me indicará lo que será la empresa a largo plazo.	1	2	3	4	5
2. Percibo que la visión del hotel, me orienta a lograr objetivos de la empresa	1	2	3	4	5
3. Percibo que la visión me indica el futuro del hotel IvansinoInn	1	2	3	4	5
<b>Misión</b>					
4. La misión me permite identificar la función principal del hotel IvansinoInn	1	2	3	4	5
5. La misión del hotel me permite identificar a los clientes y brindarles un mejor servicio	1	2	3	4	5
6. La misión me permite identificar los productos y servicios que ofrece el hotel IvansinoInn.	1	2	3	4	5
<b>Planes</b>					
7. Considero que el plan estratégico, permite elaborar diversos planes para aumentar las ventas del hotel IvansinoInn	1	2	3	4	5
8. Considero que el plan estratégico permite elaborar planes de promoción de productos y servicios para los clientes.	1	2	3	4	5
9. Considero que el plan estratégico planifica el crecimiento del hotel IvansinoInn.	1	2	3	4	5

<b>Análisis Externo</b>					
10.Percibo que los directivos del hotel Ivansino Inn identifican las amenazas de la empresa	1	2	3	4	5
11.Percibo que las amenazas que enfrenta el hotel son controladas eficientemente por los directivos	1	2	3	4	5
12. Percibo que los directivos identifican las oportunidades de crecimiento del hotel.	1	2	3	4	5
13.Percibo que los directivos aprovechan las oportunidades para incrementar las ventas del hotel Invansino Inn	1	2	3	4	5
<b>Análisis Interno</b>					
14.El análisis interno me permite conocer las fortalezas del hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
15.El análisis interno me permite conocer las fortalezas del personal del hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
16.El análisis me permite conocer las debilidades del hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
17.El análisis interno me permite conocer las debilidades del personal del hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
18. Considero que el conocimiento de las fortalezas y debilidades del hotel, me permiten contribuir positivamente al desarrollo del hotel Ivansino Inn.	1	2	3	4	5
<b>Calidad</b>					
19.Percibo que el plan estratégico permite generar estrategias para realizar una gestión de calidad en el hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
20.El plan estratégico permite identificar servicios que satisfagan las exigencias de calidad de los clientes	1	2	3	4	5
21. El plan estratégico permite generar estrategias para brindar un mejor servicio al cliente.	1	2	3	4	5
<b>Cumplimiento</b>					
22. Considero que el plan estratégico permite que el hotel logre la visión planteada a cargo plazo.	1	2	3	4	5
23. Considero que el plan estratégico permite cumplir eficientemente con la misión del hotel.	1	2	3	4	5

## II. COMPROMISO DEL PERSONAL

<b>Objetivos</b>					
24.Siento que estoy cumpliendo con los objetivos del hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
25.Siento que estoy de acuerdo con los objetivos planteados por el hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
26.Me siento comprometido con los objetivos del hotel IvansinoInn	1	2	3	4	5
<b>Problemas</b>					
27.Siento que estoy aportando en la solución de los problemas que presenta el hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
28.Siento que me esfuerzo por identificar problemas que se presentan en el hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
29.Percibo que lo problemas son resueltos rápidamente por los directivos del hotel	1	2	3	4	5
<b>Permanencia</b>					
30. Siento que debo permanecer en el trabajo del hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
31.No he considerado la posibilidad de renunciar a seguir laborando en el hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
32.Siento que estoy comprometido con el hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
<b>Metas empresariales</b>					
33.Siento que estoy comprometido con las metas trazadas por el hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
34.Siento que estoy contribuyendo al logro de las metas trazadas por el hotel IvansinoInn	1	2	3	4	5
<b>Metas Personales</b>					
35.Siento que la labor en el hotel Ivansino Inn me permite lograr mis metas económicas	1	2	3	4	5
36. Me siento motivado económicamente por la empresa para lograr metas personales.	1	2	3	4	5
<b>Funciones</b>					
37. Siento que estoy comprometido con el cumplimiento de las funciones que me han sido asignadas.	1	2	3	4	5

38.Siento que estoy cumpliendo eficientemente con las funciones del cargo que estoy desempeñando	1	2	3	4	5
<b>Actitud</b>					
39.Siento que muestro una actitud comprometida con los planes y objetivos del hotel Ivansino Inn	1	2	3	4	5
40. Percibo que muestro una actitud predispuesta a brindar un mejor servicio al cliente.	1	2	3	4	5
<b>Productividad</b>					
41. Siento que estoy comprometido a incrementar la productividad de la empresa	1	2	3	4	5
42. Siento que mi productividad individual está incrementándose año tras año.	1	2	3	4	5

Gracias por su participación.

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO MÉTODO JUICIO DE EXPERTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

"Gestión de calidad en base al Planeamiento Estratégico del personal de las micro y pequeña empresa del sector servicio - rubro Hoteles. Caso Hotel Ivansino Inn. Chimbote, año 2016"

**OBJETIVO:**

Validar el instrumento de recopilación de información mediante el método de juicio de expertos

**DIRIGIDO A:** Al gerente y los trabajadores del Hotel Ivansino INN

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:**

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:**

DOCTOR EN ADMINISTRACION

**LUGAR EN EL QUE LABORA:** ULADECH CATÓLICA

**VALORACIÓN:**

Bueno	Medio	Bajo
X		

...10... de ...Mayo... del 2017.



*[Handwritten signature]*



MBA Lic. Adm. Felipe Llenque Tumi  
CORPUS UNIVERSITARIO ULADECH CATÓLICA

**FIRMA Y SELLO DEL EVALUADOR**

**MATRIZ DE VALIDACIÓN**  
**TÍTULO DE LA TESIS:**

TABLA DE VALORRIZACIÓN DE INSTRUMENTO												
<p><b>Valoración de respuesta:</b> Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1</p> <p><b>Evaluación de Coherencia:</b> Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1</p> <p><b>Puntaje máximo por Item = 25</b>      Para obtener el punta máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por item por el número total de items, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por items multiplicado por el número total de intems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.</p> <p><b>Puntaja Mínimo por Item = 5</b></p>												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUCIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Planificación, direccionamiento	Visión	1,2,3,	5			5	4	4	4	17	
		Misión	4,5,6,	5			5	5	5	5	20	
		Planes	7,8,9	5			5	5	5	5	20	
	Diagnóstico, estratégico	Análisis interno	10,11,12,13	3			5	5	5	5	20	
		Análisis externo	14,15,16,17,18	5			5	5	5	4	19	
		Calidad	19,20,21	5			5	5	5	5	20	
	Cumplimiento	22,23	5			5	4	5	5	19		
COMPROMISO DEL PERSONAL	Compromiso afectivo	Objetivos	24,25,26	5			4	5	5	5	19	
		Problemas	27,28,29	5			5	5	4	5	19	
		Permanencia	30,31,32	5			5	5	5	5	20	
	Compromiso de las metas, compromiso con el trabajo	Empresariales	33,34	5			5	5	5	5	20	
		personales	35, 36	3			5	5	4	5	19	
		Funciones	37,38	5			5	5	5	5	20	
		Actitudes	39,40	5			4	5	5	5	19	
		Productividad	41,42	5			5	5	5	4	20	
PROMEDIO DE VALORACIÓN											19.50	

FIRMA DEL EVALUADOR

  

**MBA. Lic. Adm. Felipe Lienhua Tume**  
 Reg. Único de Colegación N° 0489

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO MÉTODO JUICIO DE EXPERTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

"Gestión de calidad en base al Planeamiento Estratégico del personal de las micro y pequeña empresa del sector servicio - rubro Hoteles. Caso Hotel Ivansino Inn. Chimbote, año 2016"

**OBJETIVO:**

Validar el instrumento de recopilación de información mediante el método de juicio de expertos

**DIRIGIDO A:** Al gerente y los trabajadores del Hotel Ivansino INN

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:**

*Rebaza Altaro Carlos Enaldo*

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:**

*Mgtr. en Administración*

**LUGAR EN EL QUE LABORA:**

*U.L.A.D.E.C.H*

**VALORACIÓN:**

Buena	Medio	Baja
X		

*10* de *Mayo* del 2017.

*Mg. Carlos Enaldo Rebaza Altaro*  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD: 05397


**FIRMA Y SELLO DEL EVALUADOR**



**MATRIZ DE VALIDACIÓN**  
**TÍTULO DE LA TESIS:**

TABLA DE VALORRIZACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1 Evaluación de Coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1 Puntaje máximo por Item = 25      Para obtener el punta máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por item por el número total de items, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por items multiplicado por el número total de intems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos. Puntaja Mínimo por Item = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUCIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Planificación, direccionamiento	Visión	1,2,3,	5			5	5	5	5	20	
		Misión	4,5,6,	5			5	5	5	5	20	
		Planes	7,8,9	5			5	5	5	5	20	
	Diagnóstico, estratégico	Análisis interno	10,11,12,13	5			5	5	5	5	20	
		Análisis externo	14,15,16,17,18	5			5	5	5	5	20	
		Calidad	19,20,21	5			5	5	5	5	20	
		Cumplimiento	22,23	5			5	5	5	5	20	
COMPROMISO DEL PERSONAL	Compromiso afectivo	Objetivos	24,25,26	5			5	5	5	5	20	
		Problemas	27,28,29	5			5	5	5	5	20	
		Permanencia	30,31,32	5			5	5	5	5	20	
	Compromiso de las metas, compromiso con el trabajo	Empresariales	33,34	5			5	5	5	5	20	
		personales	35, 36	5			5	5	5	5	20	
		Funciones	37,38	5			5	5	5	5	20	
		Actitudes	39,40	5			5	5	5	5	20	
		Productividad	41,42	5			5	5	5	5	20-00	
PROMEDIO DE VALORACIÓN												

**FIRMA DEL EVALUADOR**

  
**Mg. Carlos Enaládo Rebazú**  
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
 CIAD 98881

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO MÉTODO JUICIO DE EXPERTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

"Gestión de calidad en base al Planeamiento Estratégico del personal de las micro y pequeña empresa del sector servicio - rubro Hoteles. Caso Hotel Ivansino Inn. Chimbote, año 2016"

**OBJETIVO:**

Validar el instrumento de recopilación de información mediante el método de juicio de expertos

**DIRIGIDO A:** Al gerente y los trabajadores del Hotel Ivansino INN

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:**

*Chevo Fernandez Armando*

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:**

*Magister en Administración*

**LUGAR EN EL QUE LABORA:**

**VALORACIÓN:**

Bueno	Medio	Bajo
X		

..... 11 de Mayo ..... del 2017.

*Mgr. Lic. Adm. Armando Chevo Fernandez*  
CLAD N° 9470

**FIRMA Y SELLO DEL EVALUADOR**

**MATRIZ DE VALIDACIÓN**  
**TÍTULO DE LA TESIS:**

TABLA DE VALORIZACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1 Evaluación de Coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1 Puntaje máximo por Item = 25      Para obtener el punta máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por item por el número total de items, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por items multiplicado por el número total de intems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos. Puntaja Mínimo por Item = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUCIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORIZACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Planificación, direccionamiento	Visión	1,2,3,	5			5	5	5	5	20	
		Misión	4,5,6,	5			5	5	4	5	19	
		Planes	7,8,9	5			5	5	5	5	20	
	Diagnóstico, estratégico	Análisis interno	10,11,12,13	5			5	5	5	5	20	
		Análisis externo	14,15,16,17,18	5			5	5	5	5	20	
		Calidad	19,20,21	5			5	5	5	5	20	
		Cumplimiento	22,23	5			5	5	5	5	20	
COMPROMISO DEL PERSONAL	Compromiso afectivo	Objetivos	24,25,26	5			5	5	4	5	19	
		Problemas	27,28,29	5			5	3	5	5	20	
		Permanencia	30,31,32	5			5	5	5	5	20	
	Compromiso de las metas, compromiso con el trabajo	Empresariales	33,34	5			5	5	5	5	20	
		personales	35, 36	5			5	5	5	5	20	
		Funciones	37,38	5			5	5	5	5	20	
		Actitudes	39,40	5			5	5	5	5	20	
		Productividad	41,42	5			5	5	5	5	20	
PROMEDIO DE VALORIZACIÓN											19.88	

**FIRMA DEL EVALUADOR**

Mg. Lic. Adm. Armando Chero Hernandez  
 CLAD N° 0470

## RESUMEN CONSOLIDADO DE VALORACIÓN DE EXPERTOS Y VALORACIÓN TOTAL

TABLA DE CONSOLIDACIÓN DE VALORACIÓN DE EXPERTOS				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	PUNTAJE PROMEDIO
Promedio de valoración Relación entre variable y dimensión	25	25	25	25
Promedio de Valoración de Relación entre la dimensión y el indicador	25	25	25	25
Promedio de Valoración de Relación entre el indicador y el Item	25	24.17	25	24.72
Promedio de valoración de Relación entre el indicador y la opción de respuesta	25	25	24.42	24.80
<b>VALOR PROMEDIO DE LOS TRES EXPERTOS</b>				<b>24.88</b>

### Calificación total del instrumento:

CONDICIÓN DEL INSTRUMENTO	Calificación
Debe modificar totalmente, el instrumento no es posible aplicarlo	Pésimo
El instrumento debe ser modificado de acuerdo con las observaciones del experto	Regular
El instrumento está muy bien confeccionado y puede ser aplicado	Excelente

Apellidos y Nombres ..... Chinchayán Paredes Ruth .....  
INVESTIGADOR

**ANEXO N° 5**

**RESPUESTAS A LOS INDICADORES DE MANERA GENERAL POR CADA PREGUNTA**

**PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

**VISION**

	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
PE1	0	.0%	1	11.1%	2	22.2%	4	44.4%	2	22.2%
PE2	3	33.3%	4	44.4%	0	.0%	1	11.1%	1	11.1%
PE3	0	.0%	0	.0%	7	77.8%	1	11.1%	1	11.1%

**MISION**

	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
PE4	1	11.1%	3	33.3%	4	44.4%	1	11.1%	0	.0%
PE5	0	.0%	0	.0%	6	66.7%	2	22.2%	1	11.1%
PE6	1	11.1%	0	.0%	2	22.2%	3	33.3%	3	33.3%

## PLANES

	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
PE7	0	.0%	0	.0%	5	55.6%	3	33.3%	1	11.1%
PE8	0	.0%	2	22.2%	5	55.6%	2	22.2%	0	.0%
PE9	0	.0%	1	11.1%	2	22.2%	5	55.6%	1	11.1%

## ANALISIS EXTERNO

	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
PE10	0	.0%	1	11.1%	3	33.3%	2	22.2%	3	33.3%
PE11	2	22.2%	5	55.6%	1	11.1%	0	.0%	1	11.1%
PE12	0	.0%	1	11.1%	4	44.4%	3	33.3%	1	11.1%
PE13	0	.0%	1	11.1%	4	44.4%	2	22.2%	2	22.2%

## ANALISISINTERNO

	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
PE14	1	11.1%	5	55.6%	2	22.2%	1	11.1%	0	.0%
PE15	0	.0%	2	22.2%	5	55.6%	2	22.2%	0	.0%
PE16	2	22.2%	1	11.1%	5	55.6%	1	11.1%	0	.0%
PE17	0	.0%	1	11.1%	4	44.4%	2	22.2%	2	22.2%
PE18	0	.0%	3	33.3%	3	33.3%	3	33.3%	0	.0%

## CALIDAD

	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
PE19	1	11.1%	2	22.2%	5	55.6%	1	11.1%	0	.0%
PE20	0	.0%	1	11.1%	4	44.4%	3	33.3%	1	11.1%
PE21	0	.0%	1	11.1%	1	11.1%	2	22.2%	5	55.6%

## CUMPLIMIENTO

	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
PE20	0	.0%	1	11.1%	4	44.4%	3	33.3%	1	11.1%
PE21	0	.0%	1	11.1%	1	11.1%	2	22.2%	5	55.6%



**RESULTADOS A LOS INDICADORES COMPROMISO DEL PERSONAL**

objetivos	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP24	0	.0	1	.1	4	.4	3	.3	1	.1
CP25	0	.0	3	.3	5	.6	1	.1	0	.0
CP26	0	.0	0	.0	4	.4	4	.4	1	.1
problemas	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP27	3	.3	2	.2	2	.2	0	.0	2	.2
CP28	0	.0	2	.2	5	.6	1	.1	1	.1
CP29	0	.0	0	.0	3	.3	4	.4	2	.2
permanencia	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP30	1	.1	4	.4	3	.3	0	.0	1	.1
CP31	1	.1	1	.1	4	.4	2	.2	1	.1
CP32	1	.1	4	.4	3	.3	1	.1	0	.0
M empresariales	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP33	2	.2	3	.3	2	.2	2	.2	0	.0
CP34	0	.0	0	.0	5	.6	4	.4	0	.0

M personles	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP35	4	.4	2	.2	2	.2	1	.1	0	.0
CP36	0	.0	2	.2	7	.8	0	.0	0	.0
funciones	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP37	0	.0	2	.2	2	.2	1	.1	4	.4
CP38	1	.1	1	.1	0	.0	2	.2	5	.6
actitud	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP39	0	.0	0	.0	3	.3	2	.2	4	.4
CP40	0	.0	0	.0	0	.0	4	.4	5	.6
productividad	Totalmente en desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
CP41	0	.0	0	.0	3	.3	5	.6	1	.1
CP42	0	.0	1	.1	2	.2	2	.2	4	.4

## ANEXO N° 6 CONFIBILIDAD DE LOS ITEM'S

### COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

Requiere de una sola aplicación del instrumento y se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a la (s) ítem(s) del instrumento.

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{\left[ \sum S_{i,j}^2 \right]} \right)$$

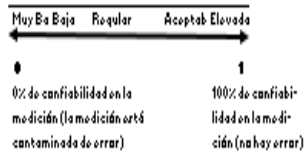
### FIABILIDAD:

- Se puede definir como la estabilidad o consistencia de los resultados obtenidos
- Es decir, se refiere al grado en que la aplicación repetida del instrumento, al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados
- Ejemplo, si se Test de Inteligencia Emocional se aplica hoy a un grupo de profesores y preparaciona ciertos datos, si se aplica en una segunda y preparaciona valores diferentes y de manera similar en mediciones sucesivas, tal prueba es confiable

	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21	ítem 22	ítem 23	ítem 24	ítem 25	ítem 26	ítem 27	ítem 28	ítem 29	ítem 30	ítem 31	ítem 32	ítem 33	ítem 34	ítem 35	ítem 36	ítem 37	ítem 38	ítem 39	
E1	3	2	1	1	3	4	3	1	1	1	1	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	
E2	2	2	3	1	1	5	3	2	1	3	1	1	5	3	2	1	2	3	2	1	3	2	3	2	1	3	1	1	5	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	
E3	2	4	3	1	1	5	3	2	1	3	1	1	5	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	5	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	
E4	3	4	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	5	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	5	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
E5	3	4	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	5	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	5	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	
E6	3	4	3	3	4	5	3	2	3	3	3	4	5	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	4	5	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
E7	3	4	1	1	4	4	3	1	1	1	1	4	4	3	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	3	2	1	4	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1
E8	3	4	1	1	4	3	3	1	1	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E9	2	2	1	1	4	3	3	1	1	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E10	2	2	1	1	4	3	3	1	1	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Varianza: 0.267 1.067 1.111 0.933 1.433 0.844 0.000 0.278 0.933 1.111 0.933 1.433 0.844 0.000 0.278 0.933 0.278 0.844 0.678 0.500 0.711 0.278 0.844 0.678 0.500 0.711 0.500 1.111 0.933 1.433 0.844 0.000 0.278 0.933 0.278 0.844 0.278 0.844 0.678

### CONFIABILIDAD



(Varianza de la Población) 30.144

K: El número de ítem 42  
 $\sum S_i^2$ : Sumatorio de las Varianzas de los ítem 30.144  
 $\sum S_{i,j}^2$ : La Varianza de la suma de los ítem 509.66

$\frac{42}{41} \cdot 1 - 0.059 = 0.964$  **96.38%**

Entre más cerca de Torté, más alto es el grado de confiabilidad

### CONFIABILIDAD:

- Se puede definir como la estabilidad o consistencia de los resultados obtenidos
- Es decir, se refiere al grado en que la aplicación repetida del instrumento, al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados
- Ejemplo, si un Test de Inteligencia Emocional se aplica hoy a un grupo de profesores y preparaciona ciertos datos, si se aplica en una segunda y preparaciona valores diferentes y de manera similar en mediciones sucesivas, tal prueba es confiable