



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE TURISMO Y  
NEGOCIOS**

**TESIS**

**PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN  
ADMINISTRATIVA PARA LA FIDELIZACIÓN DEL  
CLIENTE INTERNO DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y NEGOCIOS**

**Autor:**

**Bach. Bances Lloclla Alexis Marcelino**

**Asesor:**

**Mg. Solano Caverro Jessica Karin**

**Línea de Investigación:**

**Gestión Turística**

**Pimentel – Perú**

**2018**

**PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA  
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE INTERNO DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L. –  
CHICLAYO, 2017**

Aprobación de Tesis

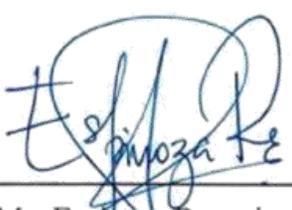


---

Mg. Reyes Arroyo

Carlos André

Presidente de Jurado de Tesis



---

Mg. Espinoza Requejo

Cinthy Catheryne

Secretario de Jurado de Tesis



---

Mg. Solano Alvarado

José Luis

Vocal de Jurado de Tesis

## **DEDICATORIA**

A mis padres porque fueron el motor y motivo para impulsarme día a día, fueron y serán lo fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación tanto profesional, como de la vida diaria, por sus incondicionales consejos y apoyo continuo a través del tiempo.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios a brindarme salud, bienestar y bendición.

A mis padres por el apoyo incondicional y fuerzas.

A mis hermanos por su buen ánimo y entretenimiento otorgado.

A los docentes que contribuyeron en mi mejora académica por su comprensión y enseñanzas.

A mis compañeros de la carrera por los ánimos y motivaciones.

Alguien en especial que siempre creyó en mí brindándome su apoyo hasta su partida.

## RESUMEN

Los administradores del hotel EL SOL E.I.R.L., ubicado en el distrito de Chiclayo desarrollan una inadecuada gestión administrativa debido al desconocimiento de los procesos administrativos. Por lo tanto, se formula la siguiente interrogante, ¿De qué manera un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa ayudara a fidelizar al cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.?

Esta investigación pretende fortalecer la gestión administrativa; para ello, se planteó como objetivo general, diseñar un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa para la fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L. El diseño es no experimental descriptiva, donde, la población objetivo fueron los ocho colaboradores del hotel. Se utilizó una técnica de recolección de datos que fue la encuesta, para luego, con los datos obtenidos de la misma realizar el análisis estadístico agenciándose del programa Microsoft Excel 2013 y a partir de la misma se obtuvo que estrategias de fortalecimiento serian adecuadas a los procesos administrativos que son: planeación, organización, integración de personal, direccionamiento y control.

Se concluyó, que a través de las estrategias de fortalecimiento en la gestión administrativa propuestas, basadas en los procesos administrativos se lograría fidelizar al cliente interno del Hotel EL SOL E.I.R.L., y se recomienda que los propietarios trabajen en función a los procesos administrativos para poder alcanzar los objetivos organizacionales.

**PALABRAS CLAVE:** Gestión Administrativa, Fidelización del cliente interno, Procesos Administrativos.

## ABSTRAC

The administrators of the hotel EL SOL E.I.R.L., located in the district of Chiclayo, develop an inadequate administrative management due to ignorance of the administrative processes. Therefore, the following question is asked, in what way a plan to strengthen the administrative administration to retain the internal customer of the hotel EL SOL E.I.R.L?

This research aims to strengthen administrative management; for them it was proposed as a general objective, to design a plan to strengthen the administrative management for the loyalty of the hotel's internal customer EL SOL E.I.R.L. The design is non-experimental descriptive, where the target population were the eight employees of the hotel. We used a technique of data collection that was the survey, and then, with the data obtained from the same statistical analysis by running the Microsoft Excel 2013 program and from the same it was obtained that the strengthening strategies would be suitable for the processes planning, organization, integration of personnel, addressing and control.

It was concluded that through the strategies of strengthening administrative administration proposals, based on administrative processes, it would be possible to retain the internal customer of the Hotel EL SOL EIRL, and it is recommended that the owners work in function of the administrative processes to be able to achieve organizational goals.

**KEYWOORDS:** Administrative Management, Internal customer loyalty, Administrative Processes

## ÍNDICE

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	10
1.1 Realidad problemática.....	10
1.2 Trabajos previos.....	16
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	22
1.4 Formulación del problema.....	26
1.5 Justificación e importancia del estudio.....	26
1.6 Hipótesis.....	27
1.7 Objetos.....	28
1.7.1 Objetivo general.....	28
1.7.2 Objetivos específicos.....	28
CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODOS.....	29
2.1 Tipo y diseño de la investigación.....	29
2.2 Población y muestra.....	29
2.3 Variables y operacionalización.....	30
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	32
2.5 Procedimientos de análisis de datos.....	33
2.6 Aspectos éticos.....	34
2.7 Criterios de rigor científico.....	35
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	36
3.1 Tablas y figuras.....	36
3.2 Discusión de resultados.....	55
3.3 Aporte científico.....	57
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	113
REFERENCIAS.....	114
ANEXOS.....	117

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.-</b> ¿Cuánto conoce usted sobre los objetivos y estrategias de la empresa? .....	36
<b>Tabla 2.-</b> ¿Conoce usted las metas del departamento al que pertenece?.....	37
<b>Tabla 3.-</b> ¿Cuánto conoce usted del perfil estratégico de la empresa?.....	38
<b>Tabla 4.-</b> ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un manual de organización y funciones? .....	39
<b>Tabla 5.-</b> ¿En qué medida conoce usted las normas y valores que establece a empresa? .....	40
<b>Tabla 6.-</b> ¿Conoce usted si se realiza algún proceso de selección al contratar personal para cada área?.....	41
<b>Tabla 7.-</b> ¿Qué tanto lo capacitan en su empresa?.....	42
<b>Tabla 8.-</b> ¿Se realizan actividades de integración o algún premio por el logro de sus metas?... ..	43
<b>Tabla 9.-</b> ¿En qué medida se realiza una rotación de puestos?.....	44
<b>Tabla 10.-</b> ¿En qué medida el líder otorga asesoramiento u orientación al colaborador? .....	45
<b>Tabla 11.-</b> ¿En qué media se realiza un control de las actividades que realiza?.....	46
<b>Tabla 12.-</b> ¿Está de acuerdo en que la empresa tenga información personal sobre usted?.....	47
<b>Tabla 13.-</b> ¿Se siente satisfecho con el trato que le brindan sus jefes inmediatos?.....	48
<b>Tabla 14.-</b> ¿Se siente satisfecho de trabajar en hotel EL SOL E.I.R.L.?.....	49
<b>Tabla 15.-</b> ¿Siente que su jefe inmediato tiene con usted una comunicación asertiva?..	50
<b>Tabla 16.-</b> ¿Cree que entre los diferentes colaboradores del hotel existe compañerismo y buen clima laboral?.....	51
<b>Tabla 17.-</b> ¿Sus opiniones y sugerencias que usted proporciona a la administración son tomadas en cuenta por sus jefes?.....	52
<b>Tabla 18.-</b> ¿Reconocen o premian con algún incentivo material sus buenas labores al concluir los meses de trabajo? .....	53
<b>Tabla 19.-</b> ¿Hacen que se sienta que es importante para la empresa?.....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.-</b> Conocimiento sobre los objetivos y estrategias de la empresa.....	36
<b>Figura 2.-</b> Conocimiento de las metas del departamento al que pertenecen.....	37
<b>Figura 3.-</b> Conocimiento sobre el perfil estratégico de la empresa.....	38
<b>Figura 4.-</b> Conocimiento acerca de si la empresa cuenta con un Manual de organización y funciones.....	39
<b>Figura 5.-</b> Conocimiento acerca de las normas y valores que establece la empresa...	40
<b>Figura 6.-</b> Conocimiento sobre si se realiza algún proceso de selección al contratar personal para cada área.....	41
<b>Figura 7.-</b> Capacitaciones.....	42
<b>Figura 8.-</b> Actividades de integración o algún premio por el logro de sus metas.....	43
<b>Figura 9.-</b> Rotación de puestos.....	44
<b>Figura 10.-</b> Asesoramiento u orientación al colaborador por parte del líder.....	45
<b>Figura 11.-</b> Control de las actividades realizadas.....	46
<b>Figura 12.-</b> Satisfacción sobre su información personal hacia la empresa.....	47
<b>Figura 13.-</b> Satisfacción del trato que brindan los jefes inmediatos.....	48
<b>Figura 14.-</b> Satisfacción de trabajar en hotel EL SOL E.I.R.L.....	49
<b>Figura 15.-</b> Comunicación asertiva entre jefe y colaborador. ....	50
<b>Figura 16.-</b> Compañerismo y buen clima laboral entre compañeros.....	51
<b>Figura 17.-</b> Importancia de opiniones y sugerencias que el colaborador proporciona a la administración.....	52
<b>Figura 18.-</b> Reconocimiento por sus buenas labores al concluir los meses de trabajo.....	53
<b>Figura 19.-</b> Percepción del colaborador sobre la importancia que significa él para la empresa.....	54

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad Problemática**

La gestión administrativa cumple un rol fundamental dentro de la empresa porque favorece al desarrollo eficiente de los procesos administrativos, generando un adecuado manejo de los recursos disponibles de la empresa; asimismo, el compromiso y satisfacción de los colaboradores, reflejándose en la satisfacción del cliente.

Sin embargo, los administradores del Hotel EL SOL E.I.R.L., categorizado con tres estrellas desconocen los procesos de la gestión administrativa repercutiendo en la toma de decisiones y al momento de planificar, organizar, integrar al personal, direccionar y controlar los recursos financieros, materiales y humanos.

Asimismo se basan en los conocimientos empíricos que han adquirido a través de su experiencia en los diferentes rubros empresariales en los que se han desempeñado dejando de lado los manuales y guías que existen en el rubro hotelero para la realización de sus actividades, ocasionando así un inadecuado servicio al huésped.

Por otra parte, los colaboradores cumplen deficientemente sus funciones, esto debido a la inadecuada gestión que se realiza durante el proceso de contratación del talento humano ya que no se considera un perfil del puesto de trabajo debido a la carencia de un Manual de Organización y Funciones, lo cual produce un inadecuado servicio al huésped.

### **1.1.1. A nivel internacional**

Velásquez, Ponce, y Coello (2016) manifestaron que la gestión administrativa cuenta con ciertos procesos que permitieron gestionar de manera efectiva un negocio los cuales son: Planeación, organización, dirección y control. Sin embargo, los administradores del hotel ya antes mencionado desestiman a los mismos sin prever que estos son necesarios para realizar una adecuada gestión dentro del hotel la que permite alcanzar una rentabilidad deseada.

Del mismo modo Ramírez, Calderón, Ramírez (2017) mencionaron que la gestión administrativa refuerza la gerencia de cualquier empresa, ya que ponen en práctica los procesos administrativos los cuales ayudaron a decidir en las realizaciones de acciones que sirvieron para conseguir las metas planteadas desde el inicio de la empresa por tal razón, el establecimiento de hospedaje EL SOL E.I.R.L., debe llevar a cabo la gestión administrativa porque es de gran beneficio para la dirección de la organización ayudando a estructurar y prevenir algún acontecimiento que pueda ser positivo o negativo para esta.

Así también, Luna (2015) señaló que la aplicación de la gestión administrativa en las empresas se debe realizar tengan el tamaño que tengan, porque la misma promete el éxito de esta, puesto que se realizará un buen uso del talento humano y los recursos financieros y materiales, del mismo modo aumentarán su productividad por lo tanto, se recomienda que el hotel EL SOL E.I.R.L., realice una gestión administrativa, la cual concederá un aprovechamiento de los recursos con los que cuenta pudiendo así obtener una creciente rentabilidad con el transcurrir de los años.

Por otra parte Trejo (2016) nos comentó sobre la fidelización y mencionó que para fidelizar al cliente interno primero se debe generar un compromiso con ellos mediante dos caminos el primero será mediante el liderazgo, de tal forma que los administradores se preocupen por los colaboradores haciéndolos sentir importantes para la empresa mediante el entendimiento y ser flexibles en horarios o alguna petición por tal motivo el hotel EL SOL E.I.R.L. debería de adoptar esos dos caminos para así poder darles un empoderamiento, y así se sientan comprometidos con la empresa, de ese modo se desempeñarían de manera eficiente.

A la vez, Aca (2017) nos mencionó que si una empresa quiere llegar al éxito debe de involucrar a todos sus colaboradores, debido a que cumplen un rol crucial dentro del proyecto de la misma por ello el establecimiento de hospedaje EL SOL E.I.R.L. debe de adoptar esa filosofía para comprometer a sus colaboradores, haciéndolos que se sientan importantes llegando así a convertirse en los embajadores de la marca del hotel y lo reflejen en el buen servicio que se merecen los huéspedes.

Así también, Riaza (2017) señaló que varias empresas dedican un alto porcentaje económico en la realización de programas de fidelización a sus clientes, olvidando la satisfacción de sus colaboradores, al mismo tiempo obviando la importancia que ellos cumplen en la organización puesto que de ellos depende la satisfacción y fidelización de los clientes del mismo modo encaminándolos a un desánimo y descontento, repercutiendo esto en la realización de sus actividades por lo tanto el hotel EL SOL E.I.R.L. debe de invertir más en sus colaboradores tenerlos en cuenta siempre poseer una comunicación interna sin jerarquías, coordinar e integrarlos para que ofrezcan sus ideas y difundirlas.

### **1.1.2. A nivel nacional**

Obispo (2015) comentó que con una buena gestión administrativa existirá un adecuado control de los recursos así también una eficacia en las actividades realizadas porque serán controladas desde un principio a lo largo del proceso y al final de cada objetivo obtenido sin embargo, el hotel EL SOL E.I.R.L. carece de un control de los que a fin de cada mes no se logre saber si se obtuvo un mejor rendimiento o no en comparación con otros meses.

Del mismo modo, la Universidad Mayor San Marcos (2016) manifestó que la gestión administrativa es el conjunto de acciones mediante las cuales el directorio lleva a cabo sus diligencias apoyándose en el acatamiento del proceso administrativo que es: Planificación, organización, dirección, coordinación y control por este motivo con la finalidad de gestionar desde un principio los recursos con los que se cuenta y así poder conseguir una rentabilidad económica con el transcurrir del tiempo, por tal motivo, hotel EL SOL E.I.R.L., necesita encaminarse por las fases del proceso administrativo, porque esta direccionándose

inadecuadamente y solo trabajando empíricamente, sin compás que guíe su accionar empresarial.

Asimismo, Llosa (2016) indicó cuán importante es la gestión administrativa en la selección del personal para el perfil establecido de una empresa porque enfatiza que el crecimiento y éxito de esta se deben al equipo que puedan conseguir, personal que conozca los procesos y se involucre en los sueños de la empresa, no obstante en el establecimiento de hospedaje EL SOL E.I.R.L, se necesita una buena gestión para poder seleccionar el personal idóneo, porque se viene trabajando con personas que solo piensan en su bien mismo, dejando de lado la prosperidad de la empresa, olvidando que de esta depende su trabajo.

Por otra parte, Centrum (2016) nos comentó sobre la fidelización afirmando que tener un cliente interno fidelizado ayuda a contrarrestar posibles problemas entre departamentos de la empresa porque el administrador impartirá una buena cultura organizacional logrando una mejor comunicación entre ellos y así conseguir un ambiente donde se respire compañerismo para poder conseguir metas en equipo pudiendo así ayudar a detectar los puntos débiles de cada área, a pesar de lo mencionado anteriormente el hotel EL SOL E.I.R.L, no adopta estas acciones, dejando de lado la comunicación entre los colaboradores, ocasionando muchas veces inconvenientes entre áreas por un desentendimiento de ellos mismos.

Cortada (2015) mencionó que los métodos que se utilizan para fidelizar a los colaboradores en la empresa Atento, la cual se diferenció del resto porque brindan un valor agregado y un buen clima laboral a sus colaboradores además tratan de desarrollar las habilidades personales de ellos a través de programas de crecimiento personal, siendo una estrategia para conseguir la fidelización de los mismos, reflejando su satisfacción con un buen desempeño en sus actividades, por lo señalado hotel EL SOL E.I.R.L., debe de trabajar de esa manera, primero ocupándose de sus colaboradores para que ellos reflejen su satisfacción con la empresa, y consigo, conseguir la satisfacción y fidelización del huésped.

Rengifo (2015) conceptualizó que un 60% de las empresas en el Perú no saben retener al talento humano, ocasionando pérdidas económicas a la organización, porque deben de invertir

en seleccionar y capacitar nuevo personal para que labore en estas, convirtiéndose en una oportunidad para establecer estrategias de fidelización a fin de lograr, retener y motivar a los colaboradores, puesto que la realización de estas estrategias ahorrará recursos económicos y brindarán un mejor desempeño por parte de ellos por eso, el establecimiento de hospedaje EL SOL E.I.R.L., debe de fidelizar a sus colaboradores para que así eviten inversiones innecesarias, y desde luego, para que brinden un mejor servicio al huésped.

### **1.1.3. A nivel regional**

Lamas (2016) comentó sobre el desarrollo empresarial actual en día en Lambayeque enfatizando que se debe de visualizar un desarrollo en dos contextos: el interno, con el esfuerzo colectivo de los colaboradores para mejorar la gestión de la empresa y segundo, el desarrollo de la infraestructura productiva social siempre apoyados por una adecuada gestión administrativa que puntualice las estrategias de la empresa que serán transmitidas a sus trabajadores para conseguir los objetivos propuestos desde un inicio, sin embargo el establecimiento de hospedaje antes mencionado carece de una adecuada gestión administrativa reflejándose en la incorrecta planificación que se realiza.

Asimismo, Corvacho (2016) indicó que actualmente las empresas lidian con múltiples variables para alcanzar un óptimo resultado en su sector, es por ello que se puede reducir los riesgos mediante un análisis del entorno siendo una estrategia principal a nivel de la gestión administrativa del mismo modo, el análisis del microentorno, relacionado básicamente en las sinergias que pueden mantener los clientes internos y externos, comunidad y proveedores siendo las metodologías básicas como DAFO a pesar de lo señalado en la empresa hotelera ya mencionada carece de un perfil estratégico que pueda dar a conocer sus fortalezas y debilidades que puedan ayudar a “mapear” en una primera instancia actual y futura de la organización.

Ocampo (2016) manifestó cuán importante es el liderazgo en la gestión administrativa porque influye de manera muy significativa en la empresa, así también resaltó que cada gestión tiene características predominantes y objetivos por desarrollar además apuntó lo siguiente: “si quieres llegar rápido, camina solo. Si quieres llegar lejos camina en equipo”, a pesar de lo

señalado hotel EL SOL E.I.R.L., deja de lado la sinergia que se desarrolla con cada colaborador para llegar a la cima, a pesar de que es vital transferir a los participantes de la empresa la idea que tiene esta sobre sus proyectos porque con la ayuda de ellos se conseguirá lo anhelado.

Ramos (2017) comento que los recientes cambios mundiales han generado en las organizaciones la necesidad de reivindicarse en las “organizaciones hoy”, donde las áreas de recursos humanos tienen la más difícil tarea de todos los tiempos, desarrollar equipos altamente competitivos, alineados por una cultura de empoderamiento por tal razón hotel EL SOL E.I.R.L., debe de convertir a su grupo de trabajadores en un equipo que consiga las nuevas exigencias que demandan los cambios a nivel mundial, empoderar a los equipos para que fijen sus propias metas y tomen sus propias decisiones.

Alza (2016) manifestó que los colaboradores de las empresas son sobre exigidos en horarios de actividad disminuyendo su efectividad teniendo estrés mental, agresividad y fatiga pero muy diferente a colaboradores que laboran en empresas donde reconocen el esfuerzo de ellos a través de reuniones para realizar actividades recreativas esto les permitió ser más dinámicos, positivos y seguros de su mismos, generando mayores niveles de eficiencia y efectividad, sin embargo, en hotel EL SOL E.I.R.L., carece de un compensamiento al esfuerzo de los trabajadores, algún incentivo que ayude a tenerlo contento y así aumentar en su desempeño cotidiano.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. En el contexto internacional**

Cruceira (2013) realizó la investigación denominada “Gestión administrativa y el servicio en los hoteles de la ciudad de Tulcán”, identificando como principal problema el desconocimiento de los procesos administrativos por parte de la gerencia de las empresas hoteleras. Siendo su principal objetivo el determinar el aporte de la gestión administrativa al servicio hotelero, siendo una investigación cualitativa de tipo explicativa y exploratoria llegando a la conclusión de que el proceso que llevan a cabo los gerentes hoteleros, es en base a su

conocimiento y experiencia; más no a una adecuada gestión administrativa que indique los pasos a seguir para poder obtener una buena organización, coordinación, dirección y control para sobrevivir en el mercado.

Inca (2016) realizó una investigación titulada “Análisis de la gestión administrativa y su incidencia en la toma de decisiones del centro de acopio Guaslán Cantón Riobamba, período 2014”. El autor identificó como problema la inadecuada organización del área administrativa careciendo de un sistema organizacional que le permita responder a los problemas de manera eficaz y en el tiempo adecuado careciendo de un perfil del trabajador y un manual de funciones originando que no cumplan con eficiencia sus labores y responsabilidades ante cualquier obstáculo proponiéndose como objetivo principal el analizar como la gestión administrativa del centro de Acopio Guaslán incide en la toma de decisiones, teniendo como objetivos específicos el identificar la situación de la gestión administrativa como proceso además, comparar los procesos económicos financieros de la gestión administrativa realizando un tipo de investigación documental y de campo concluyendo en que los procesos administrativos del centro de Acopio de Guaslán se encuentra en la sede de otra entidad dificultando en la toma de decisiones de manera directa para atender los requerimientos de manera oportuna al mismo tiempo la gestión administrativa se ve limitada debido a la carencia de una estructura administrativa descentralizada que determine su función.

Valero (2013) procedente de Ecuador, en su investigación denominada “Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y potenciar así su rentabilidad de la microempresa Good Water, ubicada en el cantón La Troncal”, identificó como problemática la decreciente rentabilidad de la empresa a causa de la inadecuada gestión administrativa que se realiza empleando un tipo de investigación descriptiva también ha sido diagnóstica porque se aplicaron técnicas cuantitativas y cualitativas que establecieron todo tipo de interrelación de casualidad a fin no dejar de lado ningún tipo de información que ayudó a profundizar sobre el objetivo investigado. Asimismo la investigación fue de tipo correlacional porque tuvo la finalidad de conocer la incidencia que preexiste entre cada una de ellas, proponiéndose como objetivo principal establecer de qué modo las dificultades en la gestión administrativa trascienden en la rentabilidad de la empresa ya antes mencionada agenciándose de una análisis administrativo

para corregir sus resultados financieros concluyendo en que la distribución del trabajo y las responsabilidades se han venido desarrollándose de manera inadecuada, poco estructurada, ocasionando inconvenientes al ejecutarlas además se concluyó que el gerente presenta una debilidad que afecta al negocio y a quienes la integran, esta radica en la ausencia de capacitación empresarial lo cual conlleva a que la gestión no aplique técnicas administrativas que viabilicen oportunidades de mercado y saber el correcto uso de las fortalezas.

Rodríguez (2016) en su investigación denominada “Análisis de las estrategias de fidelización de los clientes internos, caso de estudio: Club Med”, mencionó que su investigación se centró en describir la importancia y consecuencia de los factores que determinan la satisfacción de los colaboradores y los elementos que generan su fidelidad teniendo como principal objetivo analizar los factores del marketing interno que generan fidelidad en los mismos, a través de identificar los diferentes métodos y programas de fidelización para ellos analizando las opiniones, valoraciones y percepciones de estos entre otros desarrollándose una investigación cualitativa descriptiva llegando a la conclusión que cabe destacar que la cadena hotelera coloca a sus colaboradores al mismo nivel que a sus clientes logrando la fidelidad del personal para después contar con la fidelidad de los huéspedes.

Pardo (2017) en su investigación denominada “Diseño de una estrategia de mercadeo de vanguardia para la fidelización del talento humano en industrias de confección textil” manifestó que el principal problema que presenta la empresa es la deficiente fidelización del talento humano debido a la alta rotación de personal asimismo a la inadecuada capacitación y el desinterés por la calidad del trabajo teniendo como objetivo principal el diseñar una estrategia de mercadeo de vanguardia para la fidelización del talento humano en industrias de confección textil con criterios de asertividad general, la investigación que se desarrolló se enfocó de manera cuantitativo-cualitativa, inductiva y de alcance descriptivo. Donde se concluyó que el personal tiene un comportamiento laboral con poca motivación por no sentirse parte de la organización debido al alto índice de rotación.

López (2015) en su investigación denominada “Diseño del plan de capacitación y plan de carrera para la universidad de los hemisferios, desde el punto de vista de la dirección, como

estrategia de fidelización del cliente interno”, siendo el principal problema la ausencia de un plan de capacitación a los colaboradores teniendo como objetivo principal el definir como debe estar diseñado y formado un plan de capacitación y un plan de carrera fue una investigación aplicada donde se emplearon entrevistas para la recolección de datos, llegando a la conclusión que dentro del área administrativa se evidencia una rotación causada por la falta de un proceso de selección integral que tenga un análisis de competencias y conocimientos ajustados a un perfil del puesto asimismo la carencia de planes de desarrollo institucional perjudica al compromiso de los colaboradores a la vez esta sería una estrategia de fidelización de cliente interno que estaría de acorde a las necesidades de expansión y de crecimiento de la universidad del mismo modo un ambiente de trabajo de calidad y compromiso por parte de los colaboradores.

### **1.2.2. En el contexto nacional**

Vigo (2015) en su investigación denominada “Gestión administrativa actual y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores del Hotel & Spa La Hacienda”, teniendo como principal problemática la carencia de conocimientos administrativos por parte de los empresarios trabajando de manera empírica planteándose como principal objetivo el determinar la incidencia de la gestión administrativa actual en el desempeño laboral de los trabajadores del hotel & Spa “La Hacienda”, a través del diagnóstico de la situación actual de la gestión administrativa asimismo evaluando el desempeño laboral de los trabajadores siendo una investigación de tipo observatorio llegando a la conclusión de que la gestión administrativa tiene una incidencia negativa en el desempeño laboral de los colaboradores del hotel porque se aprecia un déficit en la planificación y organización.

Viñachi (2014) en su investigación denominada “Modelo de gestión administrativa para el hostel La Rosa ubicada en la ciudad de Otavalo”, identificó como la principal problemática la carencia de un organigrama estructural ocasionando que no exista una jerarquización que ayude a mantener un orden interno del establecimiento estableciéndose como objetivo general el diseñar un modelo de gestión administrativa para el hostel “La Rosa”, con el fin de mejorar los procesos administrativos y funciones del personal siendo una investigación cualitativa

agenciándose principalmente de entrevistas llegando a la conclusión de que el diseño de modelo de gestión administrativa será un documento que ayudará a mejorar los procesos administrativos internos del hostel de esa manera se reducirán tiempos en las actividades cotidianas elevando la eficacia y consigo una buena atención al huésped.

Pinedo (2016) en su investigación denominada “Los sistemas de información y la gestión administrativa de los hoteles tres estrellas de la ciudad de Iquitos” teniendo como objetivo el determinar la influencia de los sistemas de información en la gestión administrativa de los hoteles de tres estrellas, siendo un estudio no experimental descriptivo y correlacional la recolección de datos fue a través de entrevistas a los gerentes y colaboradores de distintas áreas del hotel, se concluyó que los sistemas de información no influyen en las actividades de los hoteles pero si se realiza un uso constante de estos por lo que se debe de planificar capacitaciones como una de las principales actividades de la gestión administrativa.

Flores y Ballón (2017) en su investigación denominada “Implicancias del endomarketing sobre el diseño del programa de incentivos y beneficios para la fidelización del cliente interno: el caso de Ferreyros S.A.”, señaló que la investigación se basa en conocer las implicancias del endomarketing sobre el diseño del programa incentivos y beneficios para que funciones como estrategia de fidelización. Se utilizaron técnicas como la encuesta y la entrevista donde el objetivo general fue determinar las implicancias del endomarketing sobre el diseño del programa ya antes mencionado en consecuencia llegando a la conclusión de que las técnicas de endomarketing favorecen la gestión del talento humano lo cual redundante positivamente en la satisfacción clima laboral, compromiso y retención de los colaboradores.

Benavides (2015) en su investigación denominada “Gestión del talento humano y fidelización del colaborador en la empresa financiera Confianza, del distrito de Trujillo”, se identificó que la empresa presenta un promedio de 28% de desvinculación mensual del personal, trayendo repercusiones negativas como costos de reposición de personal porque se tiene que volver a seleccionar y capacitar. Proponiéndose como objetivo general el determinar la influencia de la gestión del talento humano en la fidelización del colaborador fue una investigación no experimental donde se llegó a la conclusión de que la gestión del talento

humano tiene una influencia positiva en la fidelización del colaborador asimismo se refleja la intención de fidelizar al personal porque toman la opinión de los trabajadores puesto que estos se sienten satisfechos con la gestión que se realiza.

Pont (2015) en su investigación denominada “Grado de motivación, satisfacción y fidelización laboral en el hotel La Santa María”, donde el principal problema que se pretendió investigar fue el clima organizacional ya que las empresas solo piensas en estar en la vanguardia en aspectos tecnológicos dejando de lado al factor humano, esta investigación tuvo como objetivo analizar el clima organizacional fue un estudio descriptivo apoyado por un diseño de campo aplicando métodos de recolección de datos como la encuesta a los empleados llegando a la conclusión que un 75% de los colaboradores no confían entre sí debido a la carencia de reglas o normas a seguir los gerentes no decretan normas ni objetivos a ellos sintiéndose aislados de los proyectos de la empresa.

### **1.2.3. En el contexto regional**

Broncales y Espinoza (2010) en su investigación denominada “Estrategias de la gestión administrativa para mejorar la gestión y rentabilidad del Hotel Waylla del distrito de Chiclayo” identificó como su principal problemática la inadecuada gestión administrativa y consigo la rentabilidad del hotel debido a la carencia de un plan estratégico teniendo como objetivo general el proponer estrategias administrativas y de rentabilidad del hotel Waylla asumiendo como objetivos específicos analizar la situación económica de la empresa, analizar la gestión y realizar un FODA; el tipo de investigación que se desarrollo fue descriptiva y deductiva llegando a la conclusión que el personal se encontraba motivado de contar con una herramienta de gestión que les permita plantearse metas y objetivos en distintos periodos con el fin de conseguir una adecuada competitividad y obtener mayores rendimientos económicos.

Monsalve (2014) en su averiguación titulada “Propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa del área de sub gerencia de desarrollo económico y promoción de Pymes de la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz”, asumiendo que su principal problema era la inadecuada gestión administrativa que estaba generando consigo un mal manejo

de la promoción y desarrollo económico de la Pymes, se realizó una investigación de tipo descriptiva- propositiva siendo el diseño no experimental teniendo como principal objetivo el proponer un plan estratégico para reformar la gestión administrativa consiguiendo este objetivo a través del diagnóstico de las estrategias del área de sub gerencia al igual que identificar los factores clave que influyan en la gestión administrativa del área de sub gerencia llegando a la conclusión que la gestión administrativa se ve influenciada de forma negativa por factores: Como la falta de capacitación y motivación del personal y la falta de consideración de las opiniones de los trabajadores en la toma de decisiones.

Mejía y Zamora (2015) Realizó una investigación denominada “Estrategia de marketing relacional en el proceso de fidelización de los clientes del restaurante 2 AMIGOS” identificando que la principal problemática que aqueja al restaurante es la carencia de un marketing relacional debido a que desconocen esta herramienta y su importancia que radica en mejorar las relaciones con sus clientes y lograr una cartera de clientes fidelizados realizando una investigación de tipo descriptivo-propositivo con un enfoque mixto además siendo de diseño no experimental proponiéndose como principal objetivo diseñar estrategias de marketing relacional para lograr la fidelización de los clientes del restaurante ya mencionado antes por lo tanto, se empezó diagnosticando el tipo de marketing que se estaba empleando concluyendo en que la escasa fidelización está en función a la carencia de promociones y regalos. Sin embargo el restaurante es considerado por muchos clientes como la primera opción para compartir (60%) reconociendo un buen servicio que se da (48%) por lo tanto podemos decir que falta realizar una fidelización a largo plazo.

Cajo y Tineo (2016). En su investigación titulada “Marketing online y su relación con la fidelización del cliente en la empresa corporación Kyosan E.I.R.L-Chiclayo, carece de estrategias tecnológicas modernas para llegar a sus clientes las cuales ayudarían a brindar un servicio más rápido y eficaz para lo cual se necesita realizar un estudio para conseguir la fidelización de los clientes teniendo como objetivo general el determinar la relación que existe entre el marketing online y la fidelización del cliente en la empresa consiguiéndolo gracias a un análisis de la situación actual del marketing online en la empresa y determinar el nivel de fidelización del cliente en la empresa, realizándose una investigación descriptiva y propositiva,

siendo una investigación de diseño correlacional además cuantitativo concluyendo que existe una correlación positiva considerable de 0.806 según el coeficiente de correlación de Pearson entre el marketing online y la fidelización del cliente de la empresa corporativa Kyosan.

Alcocer y Feria (2014) “Propuesta de una estrategia de marketing basada en CRM para lograr la fidelización de los cliente en la empresa detalles Melady”, se identificó que la empresa carece de estrategias de marketing que ayuden a conseguir la fidelización de los clientes estableciendo como objetivo general la propuesta de una estrategia de marketing basada en CRM para lograr la fidelización de los clientes de la empresa detalles Medaly desarrollando una investigación de tipo no experimental-propositiva y un diseño transaccional donde se describieron los principales componentes de la realidad actual y las estrategias que contribuyan a mejorar la fidelización de los clientes, llegando a la conclusión que el personal de la empresa desconoce sobre las estrategias de CRM asimismo, para obtener la fidelización de los clientes la estrategia de CRM debe de tener como característica un buen análisis de datos de los mismos a través de un software el cual mejorará el servicio al cliente en relación a otorgarles facilidades de comprar, además de un seguimiento hacia los clientes.

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

#### **1.3.1. Gestión administrativa**

La gestión administrativa hace referencia a trabajar con eficacia para conseguir los objetivos deseados por la empresa en sus primeras instancias, empleando menos recursos (materiales, costos, talento humano), en función a los procesos administrativos: planificación, organización, integración de personal, dirección, control. (Koontz, Weihrich y Cannice, 2012).

En cuanto a la planificación consiste en estructurar una misión, visión, objetivos y decidir sobre las acciones necesarias para lograrlos es decir tomar decisiones para cada situación, asimismo, esta abarca un perfil estratégico que es el punto de partida para determinar donde se encuentra la empresa y hacia dónde se quiere ir, del mismo modo, la planificación engloba una selección de objetivos o metas que son los fines importantes hacia los que se dirigen las

actividades organizacionales e individuales, así como las acciones para lograrlos, así también se encuentran las estrategias que son la forma en que se determinan los objetivos en una empresa a lo largo del tiempo, son la instrumentación de los cursos de acciones y de la asignación de los recursos necesarios para alcanzar esos objetivos trazados desde un principio.

Por otra parte, el proceso de organización supone una estructura intencional y formal de funciones y puestos que comprende un manual de organización y funciones donde se detallan los puestos de cada área donde se desempeñaran los colaboradores del mismo modo las actividades requeridas para que se coordinen entre sí para trabajar en grupo con armonía, eficiencia, efectividad y por lo tanto eficacia, asimismo abarca una cultura organizacional regida por normas y valores que son creencias relativamente permanentes sobre lo que es o no apropiado orientando a las acciones y el comportamiento de los colaboradores en el cumplimiento de las metas de la organización por otra parte, la departamentalización sirve para estructurar las diferentes áreas delegando funciones y tareas a cada una, pudiendo lograr una mejor especialización y con ello una mayor productividad.

Por otro lado, el proceso de Integración se entiende como la gestión de contratación de personal para cubrir los puestos estructurados en la organización asimismo la selección del recurso humano es el proceso de elegir entre candidatos dentro y fuera de la organización a la persona adecuada para el puesto actual o futuro además requiere la comprensión clara del propósito del puesto a cubrir, debe de analizarse los requisitos del cargo, diseñarse el puesto para satisfacer las necesidades organizacionales e individuales, luego tenemos la evaluación de su desempeño en cada área que servirá para determinar si se adapta al perfil fijado por la empresa y por último la capacitación que se da mediante un uso de programas en su mayoría de corto plazo que facilitan el proceso de aprendizaje para tener un mejor desempeño de los colaboradores en sus labores asimismo se puede dar una rotación de puestos en esta capacitación que tienen como propósito ampliar los conocimientos en los diferentes cargos de la empresa y ver su adecuación y desempeño en cada uno.

Así también, se menciona el proceso de dirección el cual consiste en que los administradores influyan sobre los colaboradores para que contribuyan en las metas organizacionales e

individuales deseando obtener los mejores resultados posibles con los elementos asignados por eso es necesario tener un nivel alto de motivación que es un término que aplica a todo tipo de impulsos, deseos y necesidades que serán satisfechas por los gerentes o líderes de cada empresa así también se debe de fijar un liderazgo adecuado que logre influir en las personas para que participen con disposición y entusiasmo hacia el logro de las metas del grupo por último, tenemos la comunicación que tiene como propósito disponer de información para actuar en los procesos de cambios.

Por último, indicaron que el quinto proceso administrativo es controlar el cual consiste en comprobar los resultados en base a lo planeado a la vez corregir desviaciones y garantizar que se realice el programa de acción de la planificación así también medir la eficacia de los colaboradores lo cual comprende un control preventivo, un presente, posterior y una inspección general. (Koontz, Weihrich y Cannice, 2012).

Asimismo, Anzola (2002), mencionó que la gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo es decir la forma en que tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda del talento humano y los materiales mediante los procesos esenciales como son la planeación, organización, dirección y control.

De la misma manera, Fayol (1916), señaló que la gestión administrativa es el acto de administrar según los procesos administrativos que son planear, organizar dirigir, coordinar y controlar asimismo resaltó que el éxito de un organismo social depende directa e indirectamente de su buena administración y que para obtener una buena rentabilidad debemos emplear de manera adecuada los elementos humanos, materiales y financieros.

### **1.3.2. Fidelización**

Schnarch (2011) manifestó que la fidelización es hacer que el cliente que haya adquirido un producto o servicio permanezca ligado a la empresa donde lo obtuvo porque lo considera de calidad.

Para lograr la fidelización se plantó conseguirla a través de un programa de fidelización el cual debe poseer 3 elementos: captar, convencer y conservar los principales elementos para llevar a la práctica esta relación se basa en las seis “I”:

En cuanto a la primera “I” es la información, que comprende la construcción de base una de datos del cliente con el fin de conocer sus gustos y preferencias, para saber que se necesita para captar su atención ya que mientras más se conozca de ellos será más sencillo formular la estrategia de fidelización.

Por otro lado, la segunda “I” es la inversión, la cual menciona que es de gran ayuda invertir en el desarrollo profesional del colaborador como brindarle capacitaciones, lo cual sirve para elevar el nivel de satisfacción con la empresa asimismo, proveer de oportunidades para su mejora, brindar pequeños detalles, reconocimientos por metas cumplidas porque la gente es fiel a lo que la empresa representa para ellos y a lo que esta les puede ofrecer.

Por otra parte, nos comentó sobre el elemento Individualizar el cual consiste en personalizar el trato con el cliente para que sienta que es único y especial para la empresa, ofrecer un trato personalizado y ameno en cada reunión que se realice así también ofrecer una amistad para saber más sobre sus inquietudes que podrían aquejarlo y que han hecho disminuir su rendimiento.

Así también señaló que el elemento Interaccionar consiste en tener una comunicación permanente con el cliente lo cual radica en la buena comunicación con el jefe inmediato del mismo modo el compañerismo que existe entre los distintos colaboradores y hacer que se respire un buen clima laboral ya que el ambiente de una empresa es clave para la retención de colaboradores.

De la misma forma comentó sobre el elemento Integrar el cual consiste en tomar en cuenta las opiniones y los comentarios negativos o positivos que puedan realizar los clientes puedan aceptados de la mejor manera y tratar de solucionarlos de la mejor forma posible porque el cliente interno siempre tendrá un punto de vista en cada situación que sucede día a día y pueden contribuir con ideas para mejorar la empresa, por lo tanto, es valorar la opinión de los

colaboradores a través de su participación en algunas actividades e iniciativas para que sientan que la empresa pone grandes expectativas en ellos, es cultivar el compromiso y que ellos aprendan y crezcan.

Y por último, el sexto elemento del programa de fidelización, es Intención, consiste en otorgar un valor agregado a nuestro cliente, que sea nuestro fin el poder hacerlo sentir satisfecho por su labor, porque, darle algo especial o significativo, sirve para poder resaltar su buen desempeño y hacerlo sentir que es valorado su esfuerzo.

De la misma manera, Olivares (2017) nos dice que la clave para trascender en la fidelización de nuestros clientes es necesario montar un programa y así lograr poder estructurar estrategias para ser la primera y única opción para nuestros clientes, planificar la evolución de tu empresa, moviéndose con fuerza pero siguiendo el ritmo de la estrategia, cuidando tus pasos, revisando de arriba abajo y por su puesto respirando bien de cerquita de tu audiencia, sin apresurarse.

De la misma forma Olivos (2017) señala que para conseguir la fidelización de un cliente es mucho más factible si adoptamos un programa de fidelización, el cual consiste en tener un conjunto de actividades a ejecutar con algún fin en común, siendo un programa de recompensas que ofrece una empresa a sus clientes.

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

¿De qué manera un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa fidelizará al cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.?

#### **1.5. Justificación e importancia**

El Hotel EL SOL E.I.R.L. presentó una deficiente gestión administrativa debido a que los administradores del mismo carecen de conocimientos especializados en el rubro empresarial y hotelero que les permita realizar una adecuada gestión de los recursos con los que cuenta el establecimiento de hospedaje, lo cual ocasiona una reducida rentabilidad económica. Es por

ello, que este Plan de fortalecimiento de la gestión administrativa para fidelizar al cliente interno se justifica porque permitirá trabajar teniendo como base los procesos administrativos presentados del mismo modo fidelizar a los colaboradores del hotel quienes son los que mantienen el contacto directo con los huéspedes y a la vez son los que les brindan los servicios que permiten la satisfacción de los mismos puesto que según la atención brindada se observará si regresarán o no al hotel, dejando de lado el precio puesto que si el huésped se siente bien atendido regresará y ellos son los que nos ayudarán a lograr una buena rentabilidad económica. Asimismo, la importancia de la investigación radica en que la información que se obtendrá será de gran ayuda para lograr una mejor gestión empresarial en el hotel, pudiendo así convertir a la empresa en la primera opción al momento de buscar un establecimiento de hospedaje en la categoría de 3 estrellas.

Por lo tanto, con el diseño de un plan de fortalecimiento, se pretende conseguir que hotel EL SOL E.I.R.L, logre fidelizar a sus colaboradores, convirtiéndolos en embajadores de la marca y los mismos reflejen su satisfacción al momento de atender al huésped, de igual forma estructurar estrategias de acorde a los objetivos que se anhelan conseguir, por otro lado brinden la confianza a sus colaboradores en la ejecución de sus obligaciones y funciones con el fin de brindar un servicio de calidad a los huéspedes obteniendo una buena rentabilidad económica logrando encaminar al hotel, porque seguir trabajando de manera empírica por tantos años y con un personal desmotivado trae como consecuencia equivocaciones muchas de ellas de gran escala que podrían ser notables para el establecimiento de hospedaje.

En lo metodológico, para lograr el cumplimiento de algunos objetivos del estudio donde se utilizó como instrumento de investigación el cuestionario que ayuda a manifestar factores que influenciaron de manera directa a la fidelización de los colaboradores con el hotel EL SOL E.I.R.L.

## **1.6. Hipótesis**

Si se diseña un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa entonces, se fidelizará al cliente interno del Hotel EL SOL E.I.R.L.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. Objetivo general**

Diseñar un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa para la fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Determinar el perfil estratégico del hotel EL SOL E.I.R.L.
- Identificar el perfil del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
- Proponer estrategias de fortalecimiento para la mejora de la gestión administrativa y fidelización del cliente interno del Hotel EL SOL E.I.R.L.

## **CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODO**

### **2.1. Tipo y diseño de la investigación**

#### **2.1.1. Tipo de investigación**

La presente investigación es de carácter cuantitativo porque se utilizó la recolección y análisis de datos para contestar las preguntas trazadas en la encuesta y probar la hipótesis establecida previamente asimismo se realizó la medición numérica del porcentaje como resultado que se obtuvo de las encuestas. (Hernández, 2003).

#### **2.1.2. Diseño de la investigación**

El diseño de la presente investigación es no experimental, porque implicó la observación del hecho en su condición natural sin intervención es decir se analizaron los fenómenos en su contexto originario, (Hernández, 2012) asimismo con rasgo transversal descriptivo debido a que su interés estuvo centrado en describir cómo una adecuada gestión administrativa ayuda en el proceso de fidelización del cliente interno del hotel “EL SOL” (Hernández, 2014).

### **2.2. Población y muestra**

La población de la presente investigación fue no probalística porque no todos los elementos tenían la misma posibilidad de ser elegidos. (Hernández, 2012), por consiguiente la población objetivo fueron los ocho colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.

## 2.3. Variables, operacionalización

### 2.3.1. Variables

Variables	Definición
<b>Gestión Administrativa</b>	Es trabajar con eficacia para conseguir los objetivos deseados por la empresa en sus primeras instancias en función a los procesos administrativos: planificación, organización, integrar al personal, dirección y controlar empleando menos recursos.  (Koontz H, Wehrich H y Cannice M. (2012).
<b>Fidelización</b>	Fidelización es hacer que el cliente que haya adquirido nuestro producto o servicio permanezca ligado a la empresa donde lo obtuvo porque lo considera de calidad.  Schnarch (2011).

*Fuente: Elaboración Propia.*

### 2.3.2. Operacionalización

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>
<b>Independiente: Gestión administrativa</b>	<b>Planeación</b>	Objetivos Perfil estratégico Estrategias	<b>Encuesta</b>
	<b>Organización</b>	Manual de organización y funciones Cultura organizacional Departamentalización	
	<b>Integración de personal</b>	Selección del recurso humano Evaluación del desempeño Capacitación	
	<b>Dirección</b>	Motivación Liderazgo Comunicación	
	<b>Control</b>	control preventivo control presente control posterior Inspección	
<b>Dependiente: Fidelización</b>	<b>Información</b>	Base de datos del cliente interno	<b>Encuesta</b>
	<b>Inversión</b>	Nivel de satisfacción del colaborador	
	<b>Individualizar</b>	Personalizar la comunicación	
	<b>Interactuar</b>	Comunicación entre áreas	
	<b>Integrar</b>	valorar opiniones del colaborador	
	<b>Intención</b>	Valor agregado	

*Fuente: Elaboración Propia.*

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

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó la siguiente técnica e instrumento que permitieron recolectar los datos necesarios para abordar la problemática y realizar el desarrollo del estudio.

### **2.4.1. Técnicas de recolección de datos**

**Encuesta:** Técnica que ayuda a conseguir información sobre algún conocimiento de un grupo de personas, acerca de ellos mismos o sobre un tema en particular que es de gran importancia para la investigación. (Peñazola, 2005).

Por eso con la encuesta se pretendió indagar sobre los procesos administrativos que conocen y desarrollan los colaboradores del hotel EL SOL E.I.R.L. asimismo fue de gran ayuda para conocer las expectativas, necesidades y deseos que ellos tenían para después poder establecer estrategias que fortalecerán las debilidades existentes en el entorno de la misma.

### **2.4.2. Instrumentos de recolección de datos**

**Cuestionario:** Instrumento de la técnica encuesta, que se realizó en forma escrita a través de un formulario de preguntas. Este instrumento de estudio estuvo dirigido a los colaboradores del hotel.

**Escala de Likert:** Conjunto de ítems o preposiciones presentados de manera afirmativa ante los cuales se plantea la reacción de los sujetos a los que se les aplica.

Este instrumento ayudo para plantear la reacción de los encuestados donde expresaron sus respuestas en relación con lo que determina la escala establecida que fue de satisfacción y frecuencia.

## **2.5. Procedimientos de análisis de datos**

El procedimiento para la recolección y validación de datos que permitió el desarrollo de la investigación empezó con la identificación de las deficiencias en la gestión administrativa del hotel EL SOL E.I.R.L realizando así una observación en el mismo para después elaborar el cuestionario que se construyó de acorde a las dimensiones del cuadro de operacionalización el mismo, que fue validado por jueces especialistas al tema y el cual fue aplicado en el transcurso del mes de agosto del año 2017.

Para después, realizar el análisis estadístico se utilizó la herramienta tecnológica Microsoft Excel 2013, la cual ayudó a realizar el procesamiento análisis e interpretación de los datos recopilados de las encuestas aplicadas a los colaboradores los mismos que fueron interpretados en tablas y gráficos y por consiguiente, se realizó la discusión de los resultados los cuales concibieron la Propuesta de un Plan de Fortalecimiento de la Gestión Administrativa en el Hotel EL SOL.

## 2.6. Aspectos éticos

Para la investigación se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos propuestos por Belmont, (1979).

Principios	Concepto
<b>Respeto</b>	En la investigación se respetó a las personas encuestadas así como a las personas que fueron participes en la investigación de manera directa o indirecta.
<b>Beneficencia:</b>	No se realizó ningún perjuicio con ninguna persona que esté inmersa a la investigación.
<b>Justicia:</b>	Se atribuyó el reconocimiento a todos los autores que se empleó su información a través de las referencias.

*Fuente: Reporte Belmont.*

## 2.7. Criterios de rigor científico

El presente estudio se ha llevado a cabo según los criterios de rigor científico propuestos por Fernández y Baptista (2014).

<b>Principios</b>	<b>Concepto</b>
<b>Confiabilidad</b>	Se emplearon instrumentos adecuados a los datos que se quisieron obtener asimismo para ello se incluyó un conjunto de preguntas que englobaron todas las dimensiones de la variable.
<b>Validez</b>	Los cuestionarios fueron validados por especialistas en el tema lo que hizo fiable la investigación.
<b>Objetividad</b>	La investigación estuvo absuelta de cualquier manipulación en los datos de las encuestas para fines propios del investigador.

*Fuente: Elaboración Propia.*

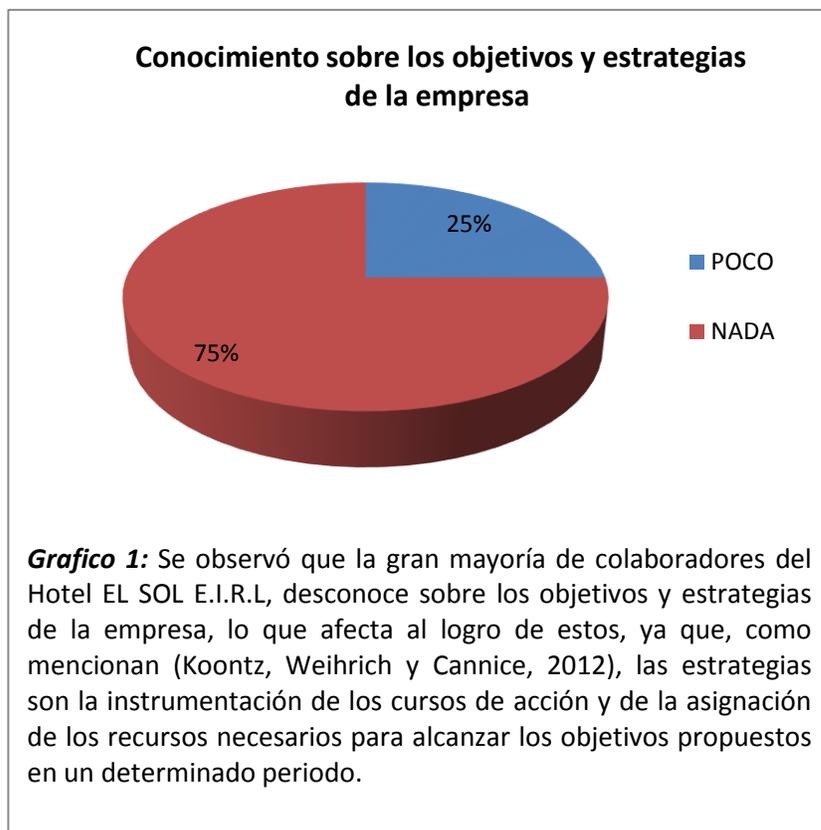
## CAPÍTULO III: RESULTADOS

### 3.1. Tablas y Figuras

**Tabla N° 1:** ¿Cuánto conoce usted sobre los objetivos y estrategias de la empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Poco	2	25
Nada	6	75
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

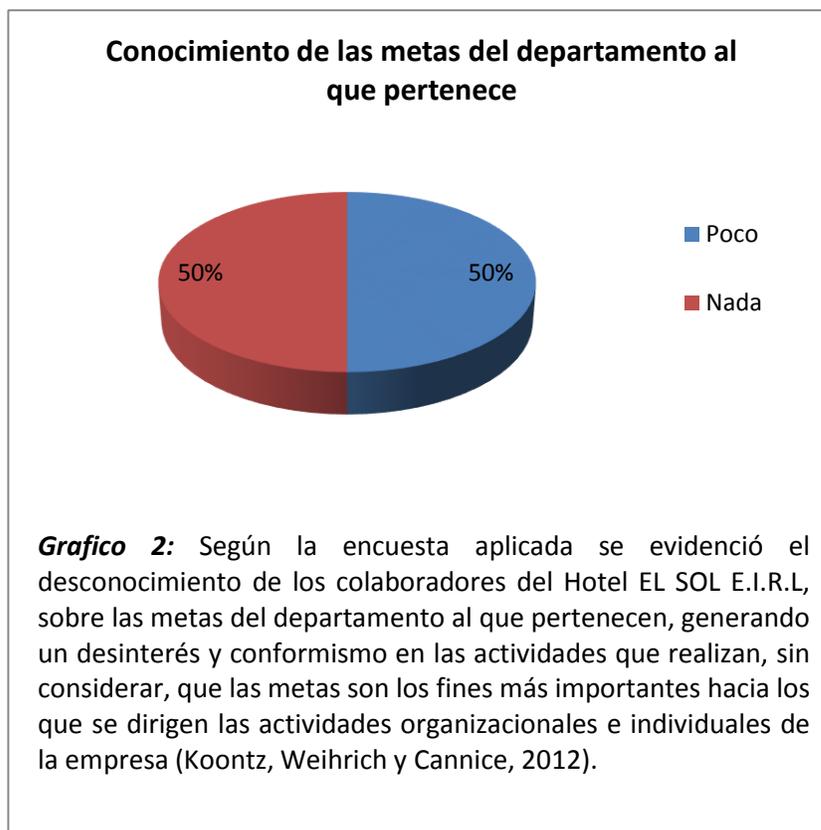


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

**Tabla N° 2:** ¿Conoce usted las metas del departamento al que pertenece?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Poco	4	50
Nada	4	50
Total	8	100

*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

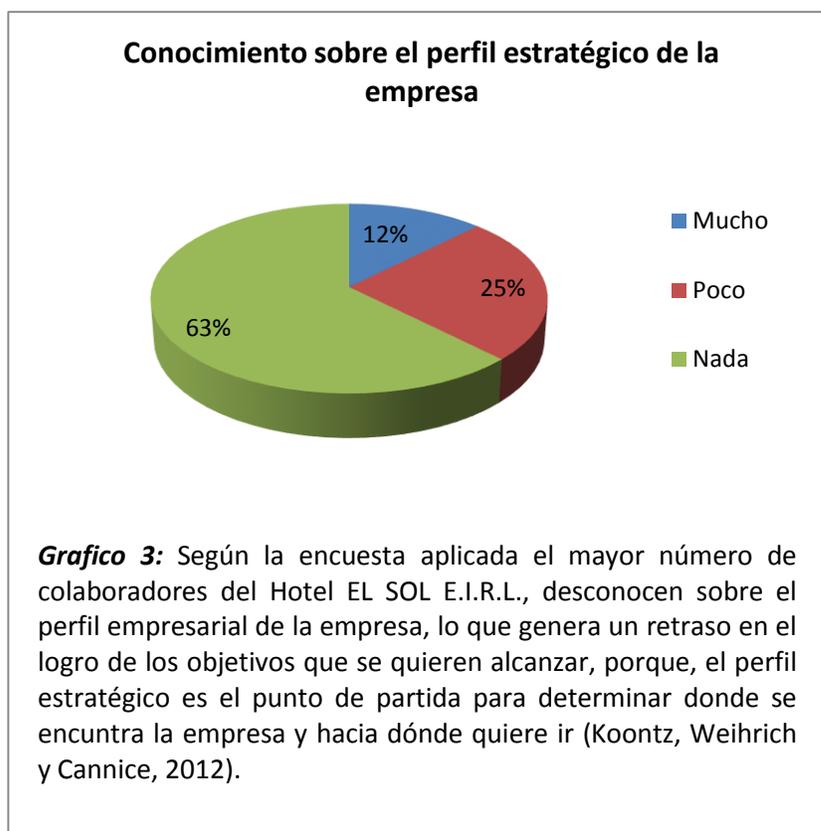


*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

**Tabla N° 3:** ¿Cuánto conoce usted del perfil estratégico de la empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	12.5
Poco	2	25
Nada	5	62.5
Total	8	100

*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

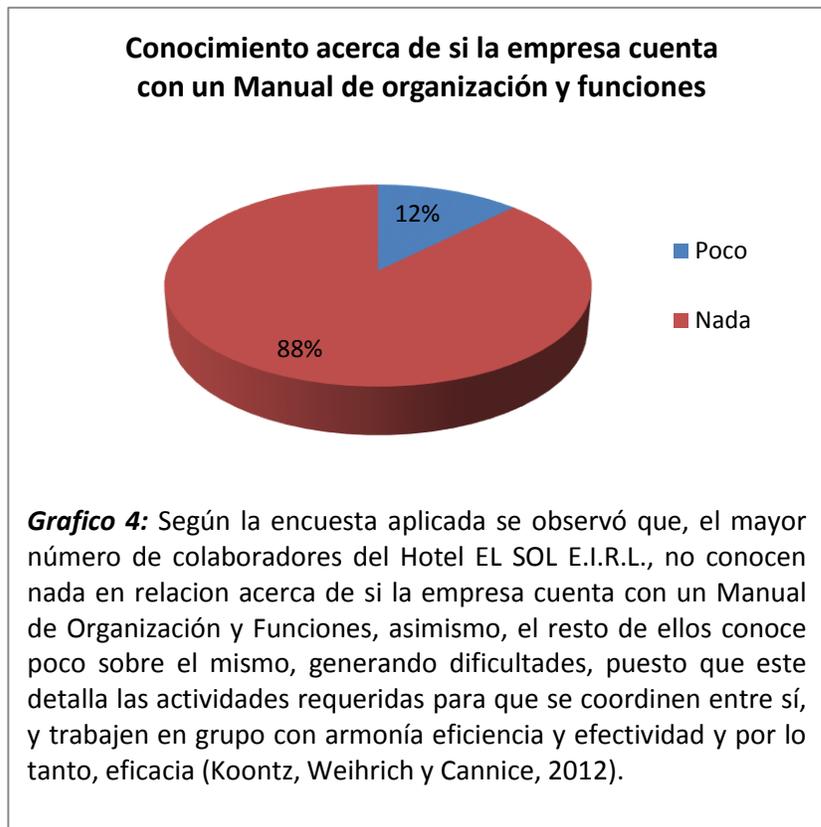


*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

**Tabla N° 4:** ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un Manual de organización y funciones?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Poco	1	12.5
Nada	7	87.5
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

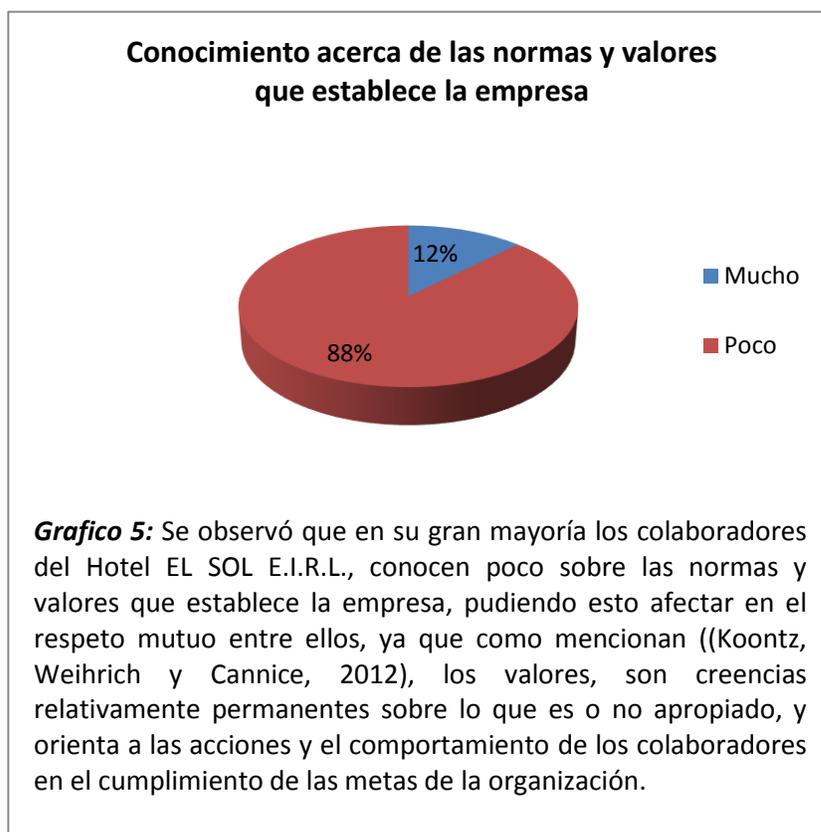


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N°5:** ¿En qué medida conoce usted las normas y valores que establece la empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	12.5
Poco	7	87.5
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

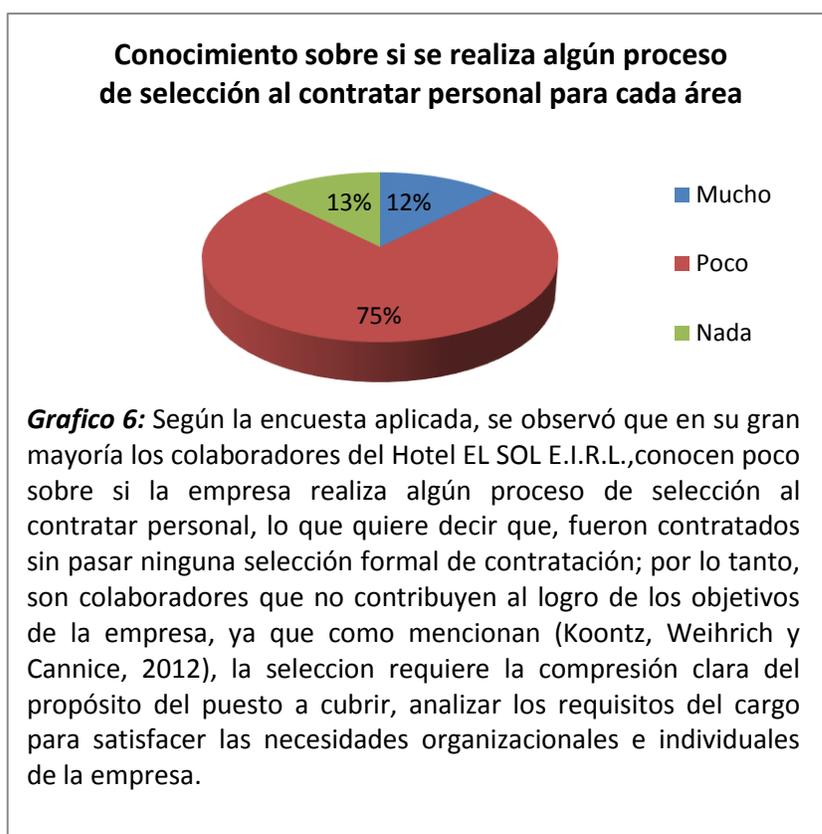


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

**Tabla N° 6:** ¿Conoce usted si se realiza algún proceso de selección al contratar personal para cada área?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	12.5
Poco	6	75
Nada	1	12.5
Total	8	100

*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

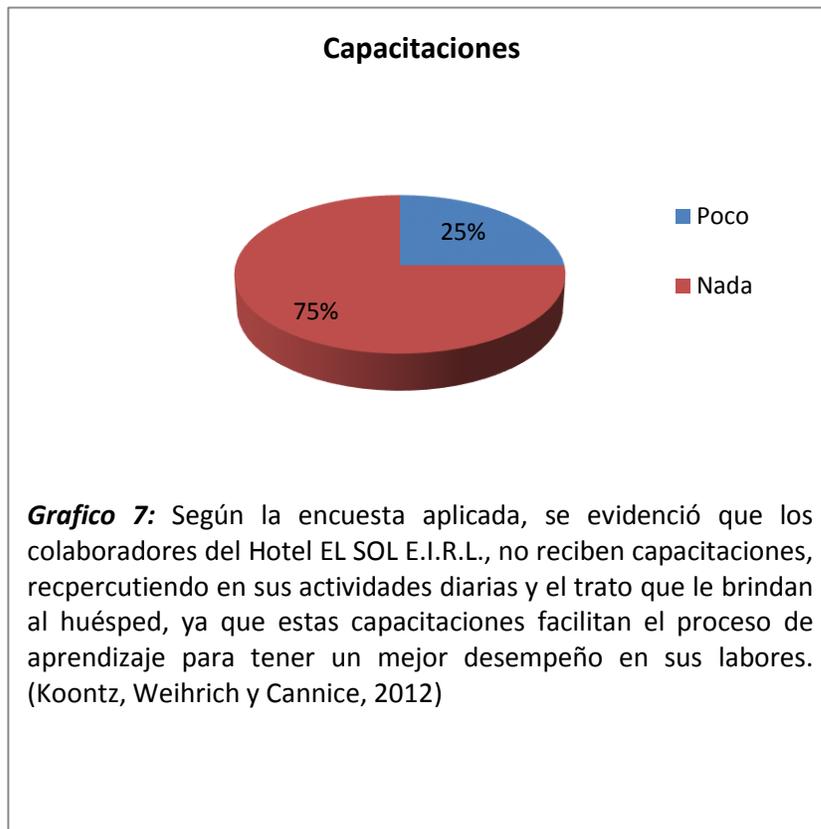


*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

**Tabla N° 7:** ¿Qué tanto lo capacitan en su empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Poco	2	25
Nada	6	75
Total	8	100

*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

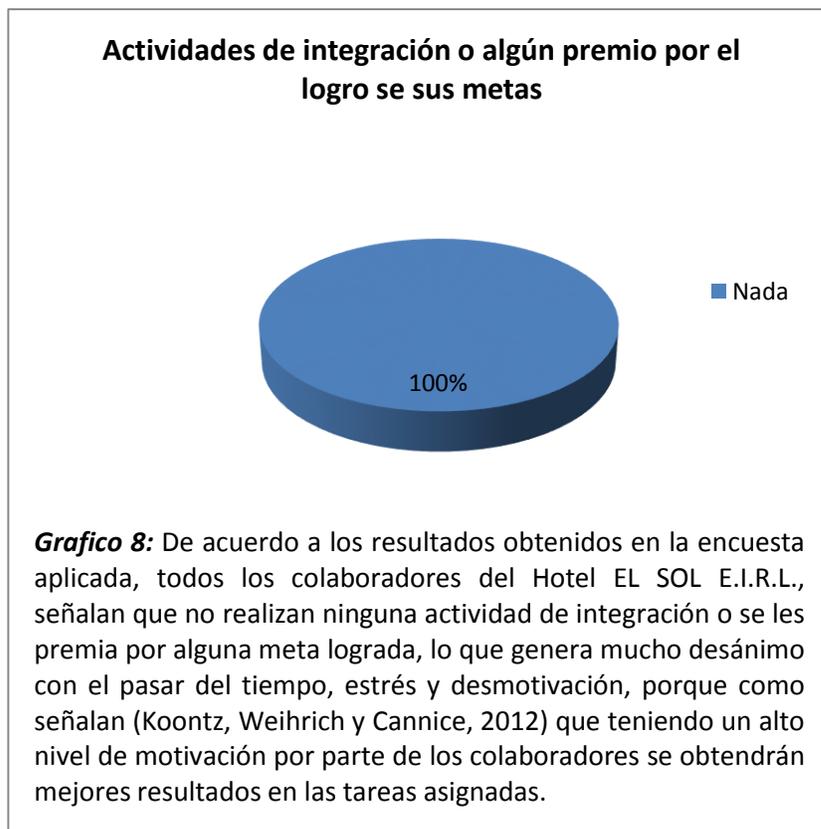


*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

**Tabla N°8:** ¿Se realizan actividades de integración o algún premio por el logro se sus metas?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada	8	100
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

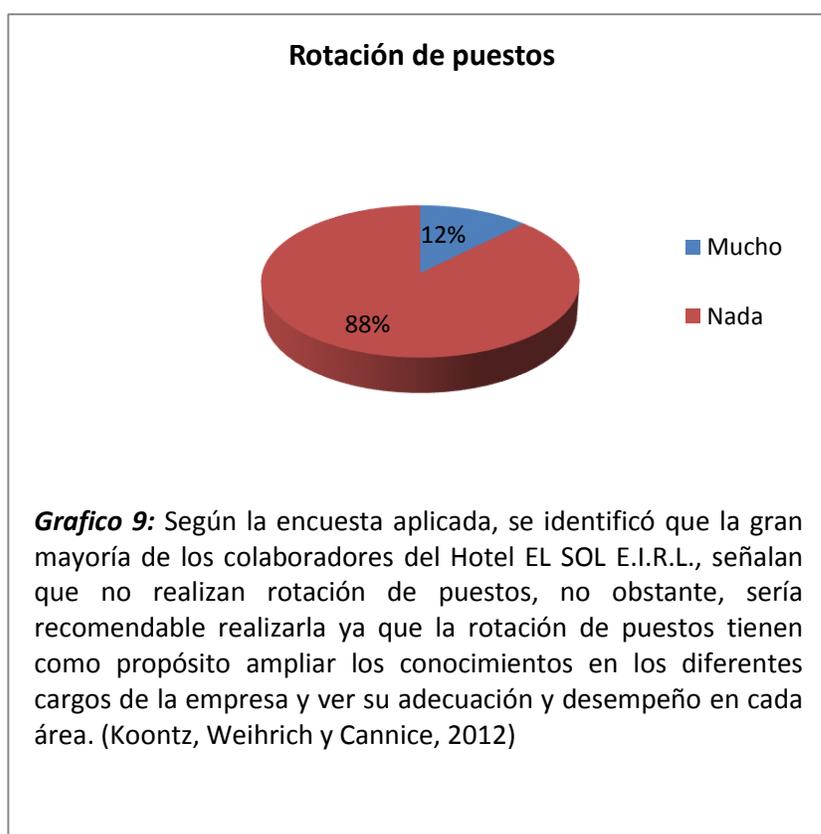


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

**Tabla N°9:** ¿En qué medida se realiza una rotación de puestos?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	12.5
Nada	7	87.5
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

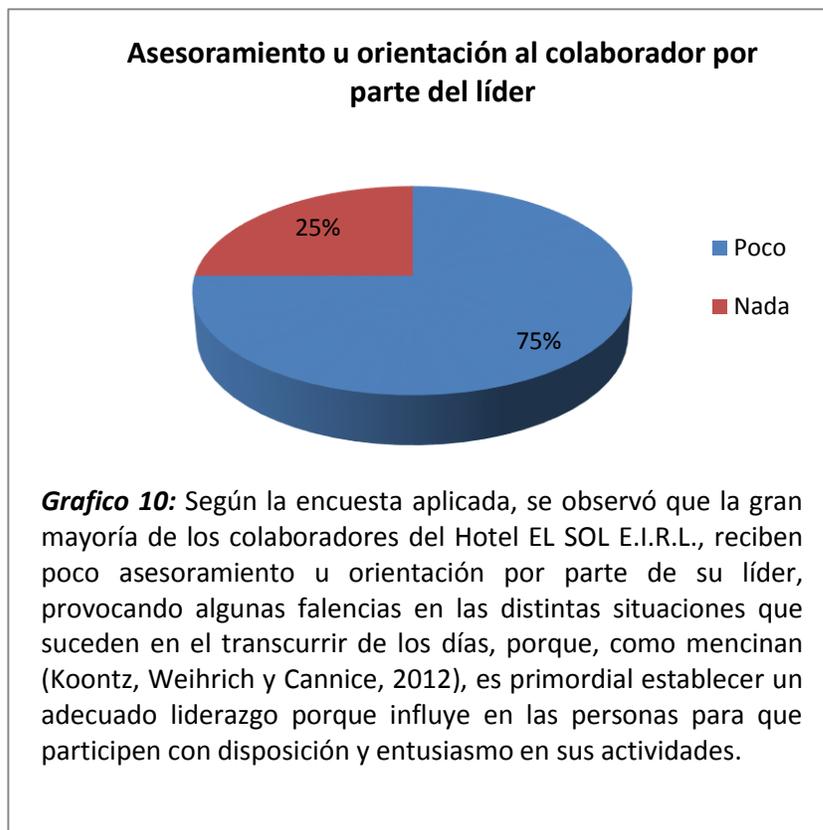


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 10:** ¿En qué medida el líder otorga un asesoramiento u orientación al colaborador?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Poco	6	75
Nada	2	25
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

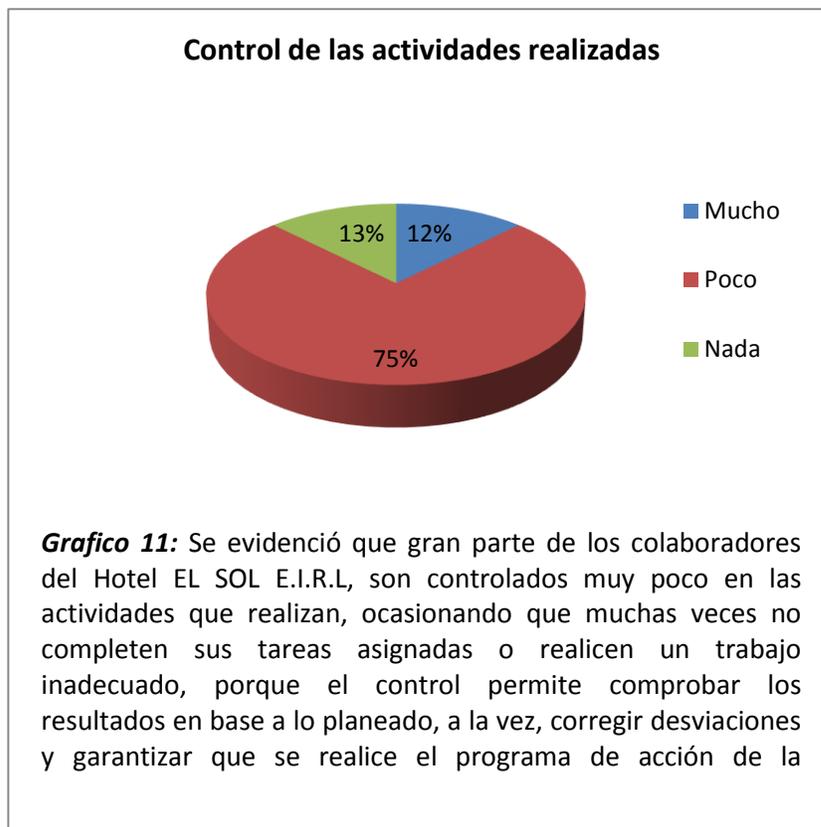


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 11:** ¿En qué medida se realiza un control de las actividades que realiza?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	12.5
Poco	6	75
Nada	1	12.5
Total	8	100

*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

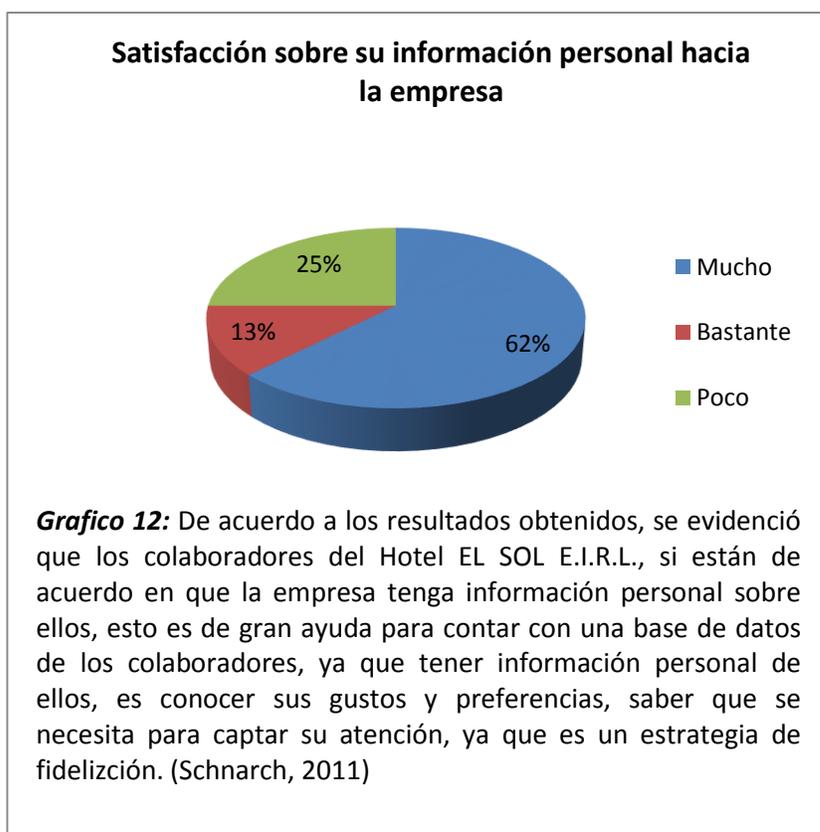


*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2013

**Tabla N° 12:** ¿Está de acuerdo en que la empresa tenga información personal sobre usted?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	5	62.5
Bastante	1	12.5
Poco	2	25
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

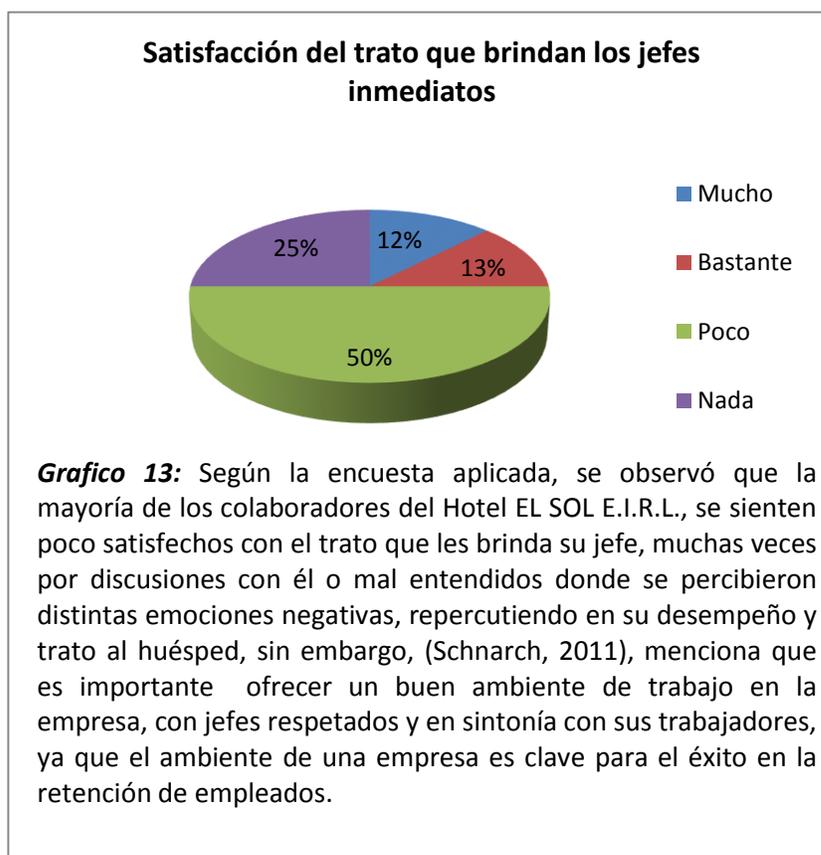


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 13:** ¿Se siente satisfecho con el trato que le brindan sus jefes inmediatos?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	12.5
Bastante	1	12.5
Poco	4	50
Nada	2	25
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

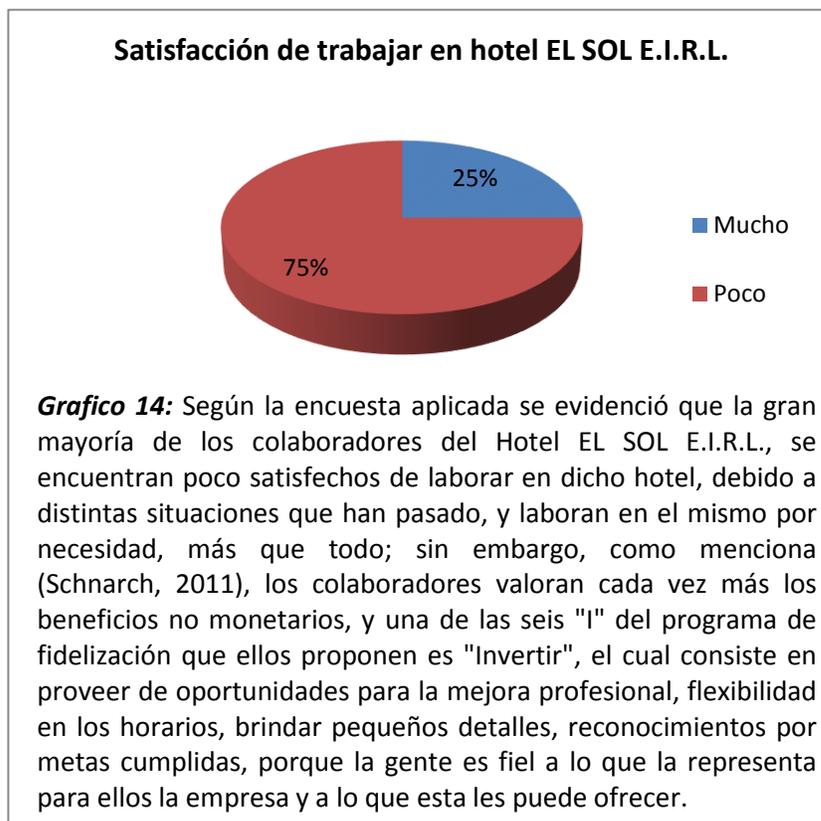


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 14:** ¿Se siente satisfecho de trabajar en hotel EL SOL E.I.R.L.?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	2	25
Poco	6	75
Total	8	100

*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2103

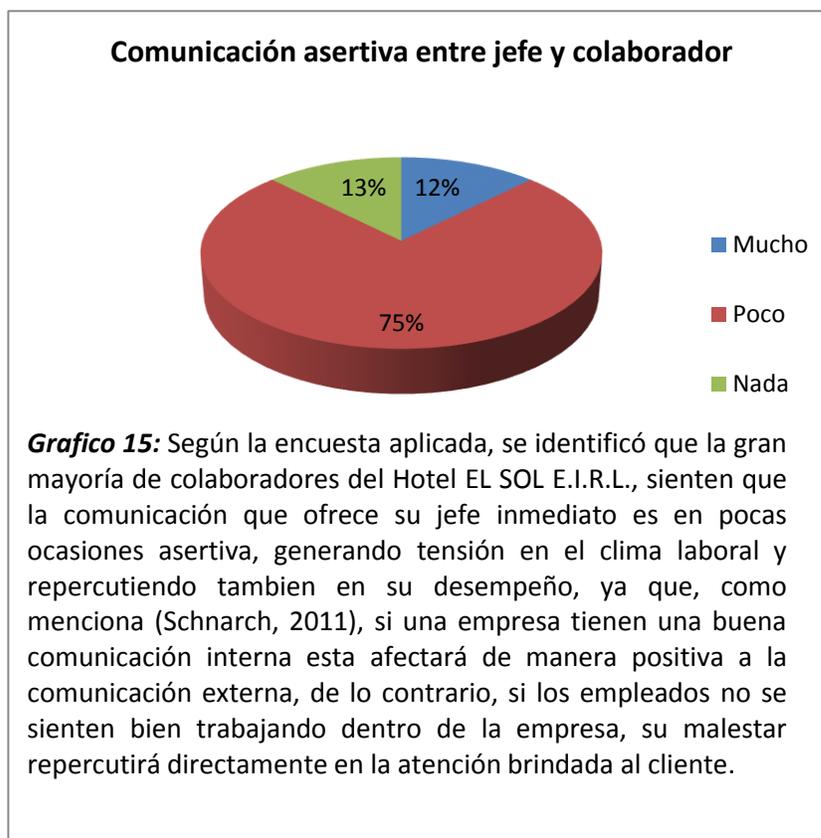


*Fuente:* Programa Microsoft Excel 2013

**Tabla N° 15:** ¿Siente que su jefe inmediato tiene con usted una comunicación asertiva?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	12.5
Poco	6	75
Nada	1	12.5
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

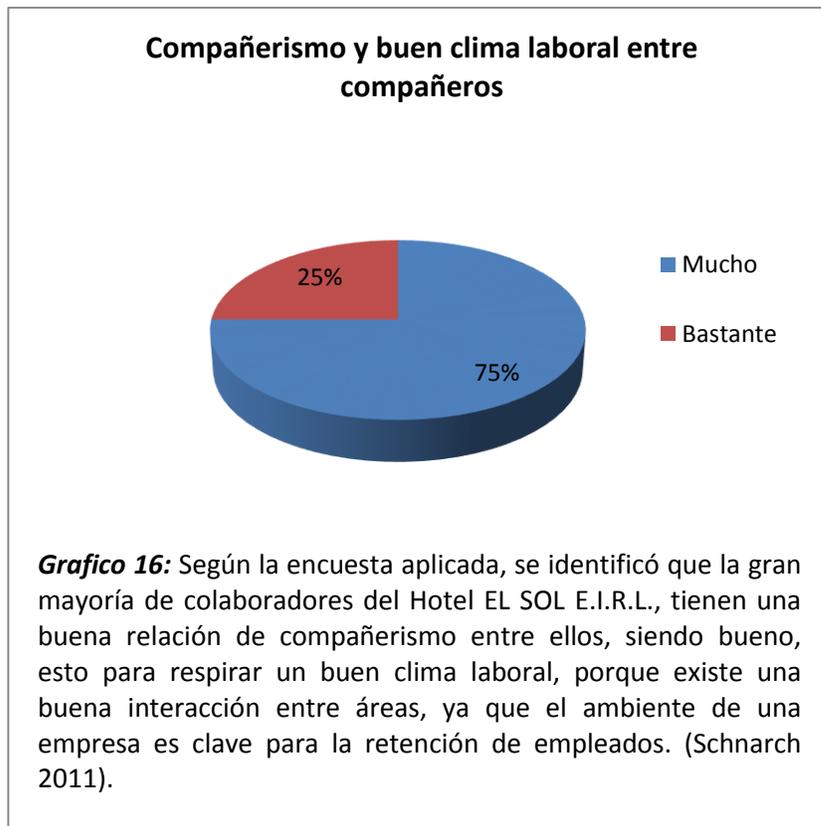


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 16:** ¿Cree que entre los diferentes colaboradores del hotel existe compañerismo y buen clima laboral?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	6	75
Bastante	2	25
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*



*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 17:** ¿Sus opiniones y sugerencias que usted proporciona a la administración son tomadas en cuenta por sus jefes?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	1	12.5
Poco	7	87.5
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

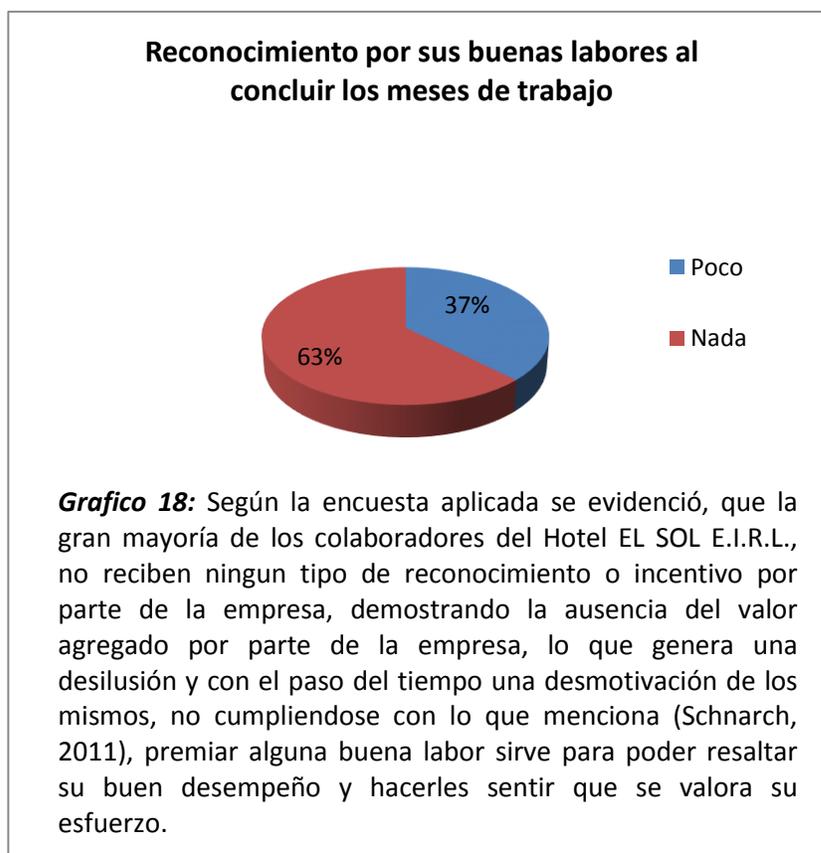


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 18:** ¿Reconocen o premian con algún incentivo material sus buenas labores al concluir los meses de trabajo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Poco	3	37.5
Nada	5	62.5
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*

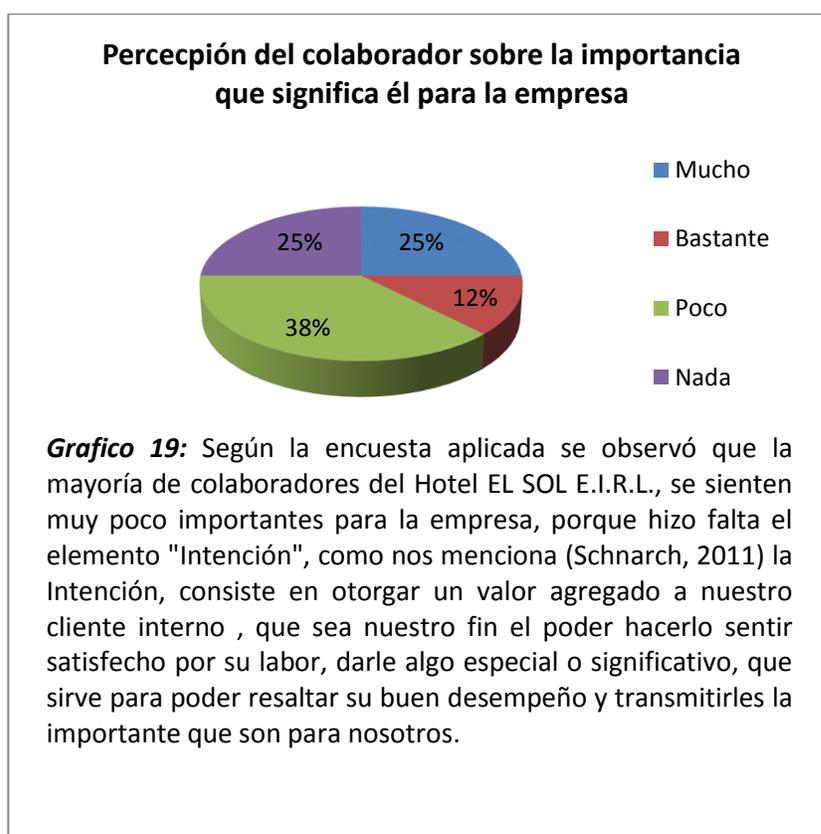


*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

**Tabla N° 19:** ¿Hacen que sienta que es importante para la empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	2	25
Bastante	1	12.5
Poco	3	37.5
Nada	2	25
Total	8	100

*Fuente: Programa Microsoft Excel 2103*



*Fuente: Programa Microsoft Excel 2013*

### 3.2. Discusión de resultados

De acuerdo a los datos obtenidos del instrumento aplicado a los colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.L se deduce que los colaboradores en su mayoría fueron seleccionados de manera inadecuada, además de no ser informados de lo que la empresa persigue, como lo podemos observar en el grafico 3 lo que genera un retraso en el logro de los objetivos que se quieren alcanzar, porque como mencionan Koontz, Weihrich y Cannice, (2012) el perfil estratégico es el punto de partida para determinar donde se encuentra la empresa y hacia dónde quiere ir; esto se debe a que los colaboradores conocen poco acerca de que si la empresa realiza algún proceso de selección al contratar personal lo que quiere decir que fueron contratados sin pasar ninguna selección formal de personal por lo tanto son colaboradores que no ayudan a contribuir al logro de los objetivos de la empresa como se visualiza en el grafico 6.

Por otro lado, en el grafico 14 se evidencia la insatisfacción de los colaboradores de laborar en el Hotel EL SOL E.I.R.L por distintas situaciones negativas que han pasado en la empresa, sin embargo, laboran allí por necesidad más que todo, así también, su insatisfacción es por la poca comunicación asertiva que imparte el jefe inmediato, generando tensión en el clima laboral como se observa en el grafico 15 sin considerar lo que menciona (Schnarch, 2011) que una de las seis "I" del programa de fidelización que ellos proponen es "Invertir", el cual consiste proveer de oportunidades para la mejora profesional flexibilidad en los horarios, brindar pequeños detalles reconocimientos por metas cumplidas, porque la gente es fiel a lo que la representa para ellos la empresa y a lo que esta les puede ofrecer.

De otra manera, en el grafico 19 de acuerdo a los resultados obtenidos se observó que la mayoría de colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.L se sienten muy poco importantes para la empresa porque hizo falta el elemento "Intención", como nos menciona (Schnarch, 2011) la Intención es un elemento para lograr la fidelización consiste en otorgar un valor agregado a nuestro cliente interno que sea nuestro fin el poder hacerlo sentir satisfecho por su labor darle algo especial o significativo que servirá para poder resaltar su buen desempeño y transmitirles lo importante que son para nosotros, asimismo no se premia ni se realiza algún reconocimiento tal y como se observa en el grafico 18. Es así que es óptimo para la empresa poder obtener

información personal acerca de los colaboradores porque esto es de gran ayuda para contar con una base de datos de los mismos ya que tener su información personal es conocer sus gustos y preferencias saber que se necesita para captar su atención ya que es una estrategia de fidelización. (Schnarch, 2011) y la disposición de los colaboradores de brindar la información pertinente se refleja en el grafico 12.

### **3.3. Aporte científico**

## **ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE INTERNO DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L.**

### **3.3.1. Fundamentación**

El talento humano se ha convertido en pieza clave para lograr el éxito de una empresa es por ello que colaboradores motivados, valorados y respetados son más productivos y leales así que estarán dispuestos a luchar por conseguir los objetivos de la organización, porque, la empresa consigue significar algo más que un salario, sino, una oportunidad para crecer.

Por lo tanto, es necesario que se realice una adecuada gestión administrativa que proponga estrategias en los procesos administrativos que son la planificación, organización, integración de personal, direccionamiento y control para mantener motivado a los colaboradores porque como en todos los rubros empresariales el talento humano es primordial para el desarrollo, crecimiento y el éxito de la empresa, en especial en el rubro de empresas de servicios como son los hoteles.

Por tales razones, se presenta la siguiente propuesta de estrategias de fortalecimiento en la gestión administrativa y de fidelización las cuales permitirán fidelizar al cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L permitiéndoles incrementar sus oportunidades de crecimiento profesional asimismo a través de diferentes actividades planteadas se pretende contribuir a su desarrollo.

### **3.3.2. Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Fortalecer la gestión administrativa para fidelizar al cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.

#### **Objetivos específicos**

- Determinar el perfil de los colaboradores del hotel EL SOL E.I.R.L.
- Mejorar los procesos Administrativos del Hotel EL SOL E.I.R.L.
- Proponer estrategias de fortalecimiento para fidelizar al cliente interno del Hotel EL SOL E.I.R.L.

#### **OBJETIVO N°1: Determinar el perfil de los colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.L.**

Para proponer las estrategias que permitan fortalecer la gestión administrativa para la fidelización del cliente interno del hotel El Sol E.I.R.L se ha considerado pertinente determinar, en primer lugar, el perfil de cada uno de los colaboradores de dicho hotel de tal forma que se conozca el perfil adecuado que debe cumplir cada colaborador que labora en dicho hotel. Para ello se presentan los cuadros a continuación.

## Departamento de recepción y reservas

PERFIL DEL COLABORADOR	
Puesto	Jefe de Recepcionistas.
Formación	Licenciado en hotelería o turismo.
Idioma	Inglés (avanzado).
Experiencia	1 año en el rubro hotelero en puestos de recepción.
Conocimientos básicos del área	Conocimientos administrativos. Conocimientos sobre hotelería y turismo en general. Conocimientos sobre TIC's. Atención al cliente.
Habilidades y competencias	Liderazgo. Gestión de talento humano. Asertivo. Capacidad de organización. Capacidad para resolver problemas. Buen trato al huésped.
Horas a laborar	8 horas diarias

*Fuente: Elaboración Propia.*

PERFIL DEL COLABORADOR	
Puesto	Recepcionista.
Formación	Licenciado en hotelería o turismo.
Idioma	Inglés (avanzado).
Experiencia	1 año en el rubro hotelero.
Conocimientos básicos del área	<p>Conocimientos sobre hotelería y turismo en general.</p> <p>Conocimientos sobre TIC's.</p>
Habilidades y competencias	<p>Capacidad de organización.</p> <p>Capacidad para resolver problemas.</p> <p>Buen trato por teléfono.</p> <p>Dominio de centralitas de teléfono.</p> <p>Gestión del material.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Vocación de servicio.</p> <p>Empático.</p>
Horas a laborar	8 horas diarias

**Fuente:** *Elaboración Propia.*

## Departamento de Housekeeping

PERFIL DEL COLABORADOR	
Puesto	Jefe de Pisos.
Formación	Licenciado en administración hotelera.
Idioma	Inglés (intermedio).
Experiencia	Técnico de limpieza y aseo de habitaciones e instalaciones en hoteles. Camarero o mozo (2años experiencia).
Conocimientos básicos del área	Manejo de personal. Delegación de responsabilidades. Técnicas de limpieza. Conocimientos sobre housekeeping.
Habilidades y competencias	Capacidad de organización. Capacidad para resolver problemas. Conocimiento de la funcionalidad de las áreas del departamento. Gestión del material. Buenas relaciones interpersonales.
Horas a laborar	8 horas diarias

*Fuente: Elaboración Propia.*

PERFIL DEL COLABORADOR	
Puesto	Cuartelero.
Formación	Técnico de limpieza y aseo de habitaciones e instalaciones en hoteles.
Idioma	Español.
Experiencia	1 año en trabajos de limpieza en hoteles.
Conocimientos básicos del área	Conocimiento para la manipulación de equipos y aparatos de uso en la habitación.
Habilidades y competencias	<p>Ingresar correctamente datos a los registros de comandas.</p> <p>Buena comunicación.</p> <p>Conocimiento acerca de artículos de limpieza.</p> <p>Conocimiento sobre arreglo de habitaciones.</p>
Horas a laborar	8 horas diarias

*Fuente: Elaboración Propia.*

## Departamento de administración

PERFIL DEL COLABORADOR	
Puesto	Gerente Administrador.
Formación	Licenciado en administración de empresas hoteleras.
Idioma	Ingles intermedio.
Experiencia	2 años en administración de empresas de servicio turístico.
Conocimientos básicos del área	Procesos administrativos. Marketing y finanzas. Computación e informática. Hotelería.
Habilidades y competencias	Desarrollar los procesos administrativos. Manejo de grupos. Buen uso de los recursos asignados. Toma de decisiones. Iniciativa. Capacidad de negociación. Buena comunicación.
Horas a laborar	8 horas diarias

*Fuente: Elaboración Propia.*

PERFIL DEL COLABORADOR	
Puesto	Contador.
Formación	Licenciado en contabilidad.
Idioma	Español.
Experiencia	2 años como contador.
Conocimientos básicos del área	Planes contables. Usos de los nuevos sistemas contables. Impuestos. Procesos de Auditorias.
Habilidades y competencias	Conoce y maneja la normativa jurídica vigente. Dirige grupos. Responsabilidad. Capacidad de análisis.
Horas a laborar	8 horas diarias

*Fuente: Elaboración Propia.*

## **OBJETIVO N°2: Mejorar los procesos Administrativos del Hotel EL SOL E.I.R.L**

Para poder mejorar los procesos administrativos se ha creído conveniente realizar estrategias en cada una de ellos y establecer las acciones adecuadas que deben de ejecutarse para que estos sean mejorados.

### **ESTRATEGIA N° 1: Establecer una planificación estratégica y operativa**

Objetivo	Anticiparse y adecuarse al cambio del mercado.
Acciones	Diseñar y difundir la misión y visión del Hotel EL SOL E.I.R.L.
	Estructurar y difundir los objetivos organizacionales.
	Elaborar y hacer un seguimiento de las metas por departamento del hotel EL SOL E.I.R.L.
	Diseño de planes de apoyo, entre ellos para (comprar equipos, materiales).
Duración	3 meses
Recursos	<b>Humanos:</b> Colaboradores Investigador

*Fuente: Elaboración Propia.*

## ESTRATEGIA N° 2: Establecer una organización eficiente

Objetivo	Desarrollar los objetivos organizacionales empleando el mínimo de recursos.
Acciones	Implementar un manual de organización y funciones en el Hotel EL SOL E.I.R.L.
	Establecer una cultura organizacional en el Hotel EL SOL E.I.R.L.
Duración	3 meses
Recursos	<b>Humanos:</b> Colaboradores Investigador

*Fuente: Elaboración Propia.*

**ESTRATEGIA N° 3: Seleccionar personal adecuado para cada departamento de la empresa**

Objetivo	Contar con colaboradores capacitados que contribuyan al desarrollo de la empresa.
Acciones	Diseñar un proceso de reclutamiento y selección al contratar personal para cada área.
	Realizar evaluaciones periódicas a los colaboradores.
	Identificar temas de capacitación.
Duración	3 meses
Recursos	<p><b>Humanos:</b></p> <p>Colaboradores</p> <p>Investigador</p>

*Fuente: Elaboración Propia.*

**ESTRATEGIA N° 4: Establecer un liderazgo democrático.**

Objetivo	Promover la participación de los colaboradores en las decisiones de cada departamento.
Acciones	Diseñar un plan de incentivos para los colaboradores.
	Brindar asesoramiento u orientación al colaborador y administradores.
	Establecer metas ambiciosas que contribuyan al crecimiento empresarial.
Duración	3 meses
Recursos	<b>Humanos:</b> Colaboradores Investigador

*Fuente: Elaboración Propia.*

**ESTRATEGIA N° 5: Realizar un seguimiento y verificar los resultados de los objetivos organizacionales**

Objetivo	Lograr el cumplimiento de los objetivos claves para el éxito organizacional.
Acciones	Realizar una evaluación del cumplimiento de las metas por departamento.
	Verificar los insumos demandados al término del año.
	Realizar una evaluación del cumplimiento de los objetivos organizacionales.
Duración	Durante todo el año
Recursos	<p><b>Humanos:</b></p> <p>Colaboradores</p> <p>Investigador</p>

*Fuente: Elaboración Propia.*

**Objetivo N° 3: Proponer estrategias de fortalecimiento para fidelizar al cliente interno del Hotel EL SOL E.I.R.L**

**Estrategia de información: Contar con una base de datos personales del cliente interno**

Objetivo	Conocer más del colaborador y saber sobre sus expectativas con el trabajo.
Acciones	Diseñar una base de datos de los colaboradores mediante una entrevista personal.
	Obtener información personal del cliente interno, mediante una serie de preguntas en grupos, que permitan medir sus actitudes y percepciones con la empresa.
Duración	1 mes
Recursos	<p><b>Humanos:</b></p> <p>Colaboradores</p> <p>Investigador</p>

*Fuente: Elaboración Propia.*

**Estrategia de inversión: Aumentar el nivel de satisfacción del colaborador**

Objetivo	Mejorar el desempeño y productividad de los colaboradores.
Acciones	Generar expectativas de futuro, mediante las capacitaciones que serán otorgadas en los diferentes aspectos relacionados con sus labores.
	Proponer actividades de integración para los colaboradores, las cuales serán informadas desde el inicio de sus actividades.
Duración	3 meses
Recursos	<b>Humanos:</b> Colaboradores Investigador

*Fuente: Elaboración Propia.*

**Estrategia de individualización: Personalizar la comunicación con el colaborador**

<p>Objetivo</p>	<p>Conseguir que el colaborador se sienta importante para la empresa.</p>
<p>Acciones</p>	<p>Brindar un trato democrático al colaborador, mediante una investigación si se suscitara un inconveniente entre compañeros.</p>
	<p>Brindar reuniones por departamentos, para verificar si existe alguna disconformidad o saber cómo se siente el colaborador.</p>
	<p>Identificar sus expectativas que tienen por el trabajo, mediante una entrevista de jefe inmediato con colaboradores.</p>
<p>Duración</p>	<p>Durante todo el año</p>
<p>Recursos</p>	<p><b>Humanos:</b> Colaboradores  Investigador</p>

*Fuente: Elaboración Propia.*

### Estrategia de interacción: Mejorar el clima laboral

Objetivo	Lograr que los colaboradores se sientan cómodos en el ambiente que laboran.
Acciones	Generar una cultura en valores, mediante la difusión de una estrategia de comunicación.
	Generar una comunicación interna eficaz, a través de herramientas de comunicación como revistas, blogs.
Duración	2 meses.
Recursos	<b>Humanos:</b> Colaboradores Investigador

*Fuente: Elaboración Propia.*

### Estrategia de integración: Apreciar las opiniones del colaborador

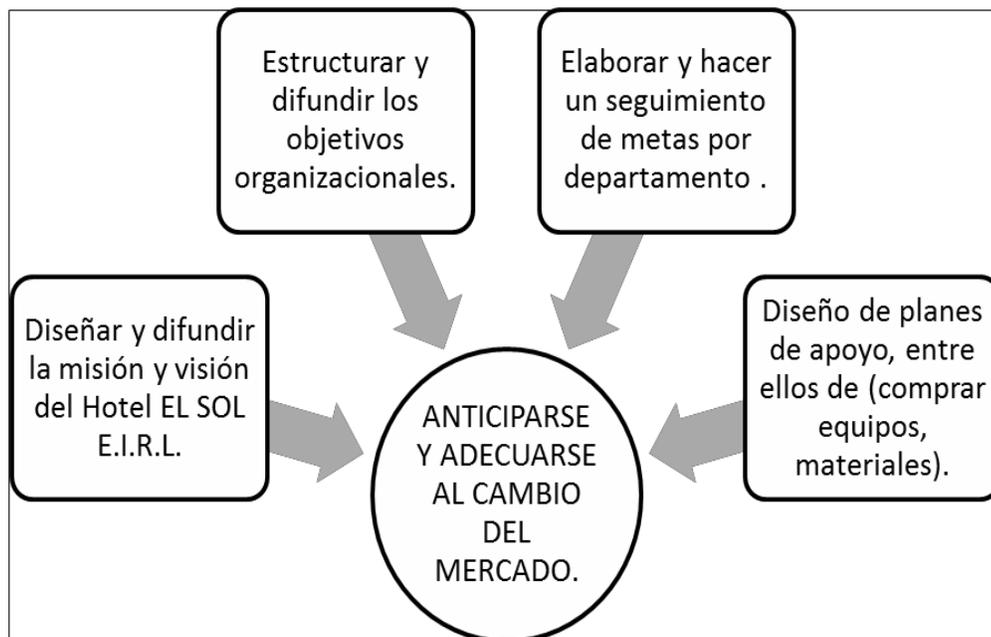
Objetivo	Conseguir que el colaborador se sienta parte de la organización.
	Lograr que el colaborador sea proactivo, implicándolo en la toma de decisiones para la mejora de su departamento.
	Incitar al colaborador a contribuir en la estructuración de metas para su departamento.
Duración	Durante todo el año
Recursos	<b>Humanos:</b> Colaboradores Investigador

*Fuente: Elaboración Propia.*

## DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS

Para el cumplimiento del segundo objetivo establecido previamente (mejorar los procesos administrativos) de la propuesta se desarrolló una estrategia en cada uno de los procesos (planificación, organización, integración, dirección y control).

### ***Estrategia 01: Establecer una planificación estratégica y operativa***



Esta estrategia tendrá un período de 3 meses, la cual se desarrollara en 4 fases, una fase por cada acción a realizar:

### ***Acción N° 1: Difundir la misión y visión del Hotel EL SOL E.I.R.L***

De acorde a lo que busca satisfacer el Hotel EL SOL E.I.R.L se estructura la misión y visión de la organización la cual será la razón de ser de la empresa, que será difundida a los colaboradores desde el primer momento en que se implemente además, se realizará una retroalimentación cada comienzo de semana desde que se ponga en marcha la propuesta asimismo escuchando alguna duda de parte de ellos que se desee resolver.

**MISIÓN:** Ofrecer una placentera estadía a cada huésped transmitiéndoles la importancia que se merecen al mismo tiempo otorgándoles un ambiente seguro, atractivo y tranquilo.

**VISIÓN:** Liderar en la categoría de hoteles de tres estrellas de la región Lambayeque y del norte del país por los servicios de calidad ofrecidos compromiso de nuestros colaboradores y el adecuado trato brindado al huésped.

***Acción N° 2: Estructurar y difundir los objetivos organizacionales***

Hotel EL SOL E.I.R.L desea concretar una imagen a futuro la cual será concretada en base a estos objetivos organizacionales, los cuales serán difundidos a los colaboradores desde el primer momento en que se implemente además se realizara una retroalimentación cada comienzo de semana por el líder asimismo escuchando alguna duda de parte de ellos que se desee resolver en el papel que desempeñarán para el logro de estos.

**OBJETIVOS ORGANIZACIONALES:**

- Mejorar la atención brindada a los huéspedes.
- Optimizar la calidad de los servicios otorgados a los huéspedes.
- Mantener en buen estado las instalaciones y equipamiento.
- Fomentar el trabajo en equipo entre nuestros colaboradores.
- Unificar fuerzas con nuestros asociados.
- Trabajar para renovar y mejorar la atención y el servicio a los huéspedes.
- Fomentar trabajo con organizaciones afines para concretar objetivos comunes.

***Acción N° 3 Elaborar y hacer un seguimiento de metas por departamento del hotel EL SOL E.I.R.L***

EL SOL E.I.R.L es un hotel de categoría de 3 estrellas que viene trabajando sin aspiración alguna en cada uno de sus departamentos por tal motivo se propone establecer metas por departamentos, que tendrán un seguimiento desde el mes de enero hasta octubre asimismo las cuales serán evaluadas a partir del mes de noviembre hasta diciembre con unas fichas de evaluación como estrategia en el proceso de control.

	CRITICO 20%	MALO 40%	REGULAR 60%	BUENO 80%	EXCELENTE 100%
<b>METAS DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN</b>	ENERO- FEBRERO	MARZO -ABRIL	MAYO- JUNIO	JULIO- AGOSTO	SETIEMBRE- OCTUBRE
Influenciar en un 30% en la elección del huésped a la hora de decidir si se queda o no en el hotel, debido a la atención ofrecida.					
Apoyar en un 30% a los demás departamentos en relación al pronóstico de ingresos u ocupación.					
Atender y solucionar en un 70% las sugerencias y reclamos de los huéspedes.					
Mejorar la satisfacción del huésped en un 10% en relación en la atención e información brindada, en comparación con años anteriores.					
<b>METAS DEL DEPARTAMENTO DE HOUSEKEEPING</b>					
Mantener en un 100% limpia las habitaciones del hotel siempre.					
Escatimar un 10% en productos de limpieza con relación a años anteriores.					
Mantener limpias en un 80% las áreas públicas del hotel.					
Hacer que la limpieza y orden de las habitaciones influyeran en un 20% en la elección del huésped.					
<b>METAS DEL DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD</b>					
Conseguir proveedores en artículos de					

limpieza que otorguen productos buenos, pero un 10% menos que los que se tienen.					
Mejorar en un 5% las operaciones en relación a que se contabilicen oportunamente por el importe correcto en las cuentas apropiadas y en el periodo correspondiente.					
Actualizar en un 5% el registro de fondos, de acuerdo a los procedimientos administrativos.					

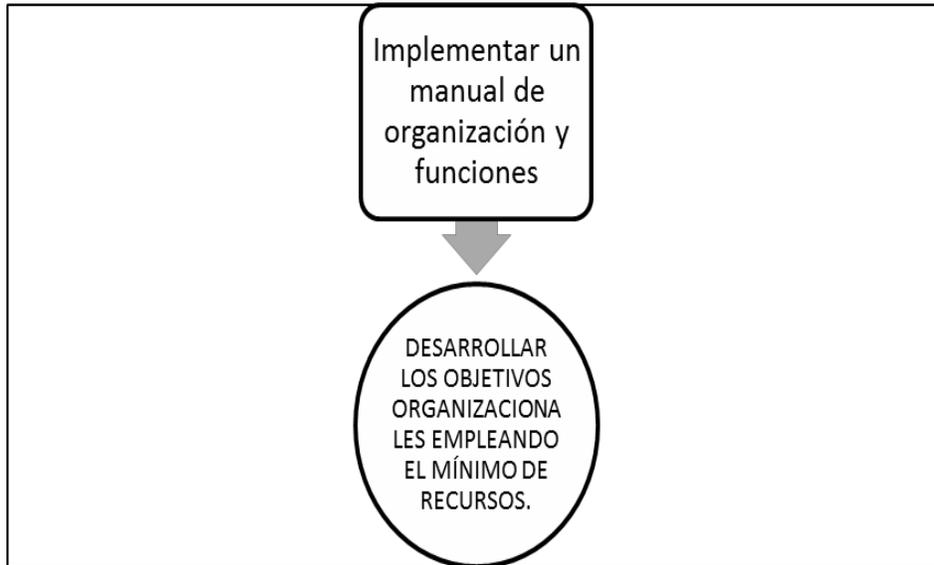
***Acción N°4: Diseño de planes operacionales de apoyo, entre ellos para (comprar equipos, materiales)***

Esta acción será desarrollada como uno de los tipos de planes existentes, en esta ocasión se empleara el plan relacionado con métodos, denominado, de procedimientos, el cual explica la secuencia de pasos o etapas que se deben seguir con rigurosidad para ejecutar el plan, del mismo modo, indicaran una serie de pasos a seguir para cumplir un objetivo establecido.

FLUJOGRAMA DE UNA RUTINA DE COMPRA O RECIBO DE MATERIALES	Selección de compras				Almacenamiento	
	JEFE	COMPRADOR	INVENTARIADOR	SUPERVISOR	JEFE	ALMACENISTA
Recibe El Pedido	1					
Verifica El Inventario			2			
Realiza La Toma De Precios		3				
Actualiza La Compra			4			
Elabora El Pedido	5					
Recibe El Producto					6	
Revisa El Producto					7	
Entrega a los Colaboradores de Cada Departamento						

***Fuente:*** Elaboración propia: Flujoograma horizontal de una rutina de compra y recibo de productos.

***Estrategia N° 2: Establecer una organización eficiente***



***Acción N° 1: Implementar un manual de organización y funciones en el Hotel EL SOL E.I.R.L.***

# “MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L.”

## TITULO I: GENERALIDADES

### 1.1. Propósito

El propósito de este documento es plasmar las funciones de cada área del Hotel EL SOL E.I.R.L., sirviendo como guía para todo el personal del mismo. Asimismo, lograr una adecuada definición y ordenamiento de los cargos que cada colaborador desempeña.

### 1.2. Alcance

El presente documento comprende lineamientos que deben observar los colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.L., así que está a disposición de ellos.

### 1.3. Objetivos

- Establecer el perfil del puesto requerido para cada cargo a desempeñar.
- Determinar los cargos y describir las funciones de cada colaborador en las distintas áreas.

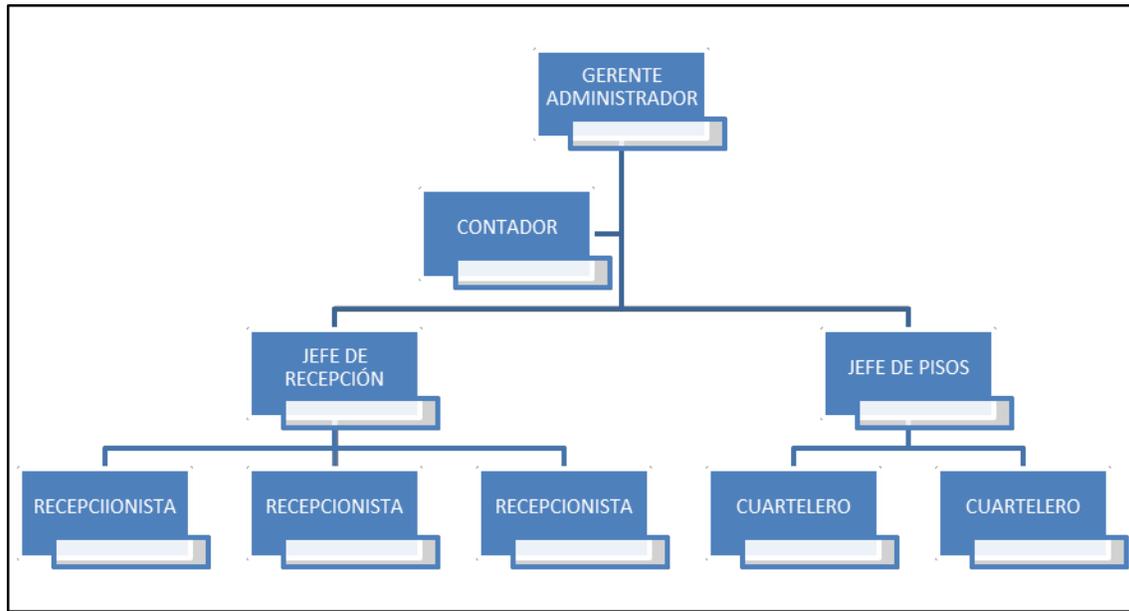
### 1.4. Definiciones

**Cargo:** Es el elemento básico de una organización, cuyas funciones principales lo distinguen de los demás.

**Conjunto de cargos:** Aquellas funciones principales que son de similar complejidad, y su desempeño exige requisitos mínimos similares.

**Requisitos Mínimos:** Requerimiento de conocimientos, experiencia y competencias básicas exigibles para el desempeño de las funciones de un cargo.

## 1.5. Estructura Orgánica



*Fuente: Elaboración Propia.*

## TITULO II: DESCRIPCIÓN DEL PERFIL Y FUNCIONES DE LOS PUESTOS

### 1. Área de administración



Denominación del Puesto	Gerente Administrador
Conocimientos básicos del área	<p>Procesos administrativos. Marketing y finanzas.</p> <p>Computación e informática.</p> <p>Hotelería.</p>
Funciones	<p>Administrar el área financiera del establecimiento con el fin de maximizar los beneficios de rentabilidad.</p> <p>Preparar, revisar y aprobar los presupuestos de cada departamento.</p> <p>Ejecutar y apoyar en la selección de personal.</p> <p>Ejercer control y seguimiento de los procesos administrativos.</p> <p>Fortalecer la imagen empresarial.</p> <p>Implementar o actualizar los equipos y las herramientas tecnológicas.</p> <p>Difundir la misión, visión y objetivos organizacionales.</p>
Jefe inmediato	



Denominación del Puesto	Contador
Conocimientos básicos del área	<p>Planes contables.</p> <p>Usos de los nuevos sistemas contables.</p> <p>Impuestos.</p> <p>Procesos de Auditorias.</p>
Funciones	<p>Realizar la apertura de los libros de contabilidad.</p> <p>Establecer los sistemas de contabilidad.</p> <p>Elaboración de reportes financieros para toma de decisiones.</p> <p>Certificación de planillas para pago de impuestos.</p> <p>Realizar los pagos a los colaboradores.</p>
Jefe inmediato	Gerente administrador

## 2. Área de recepción



Denominación del Puesto	Jefe de Recepcionistas
Conocimientos básicos del área	<p>Conocimientos administrativos.</p> <p>Conocimientos sobre hotelería y turismo en general.</p> <p>Conocimientos sobre TIC's.</p> <p>Atención al cliente.</p>
Funciones	<p>Distribuir y asignar funciones al personal de recepción.</p> <p>Articular el trabajo con los demás departamentos.</p> <p>Asistir a los departamentos como housekeeping y administración.</p> <p>Supervisar las acciones de los recepcionistas.</p> <p>Autorizar prolongación de salidas y cortesías a los huéspedes.</p>
Jefe inmediato	Gerente administrador



Puesto	Recepcionista
Conocimientos básicos del área	<p>Conocimientos sobre hotelería y turismo en general.</p> <p>Conocimientos sobre TIC's.</p>
Funciones	<p>Realizar de manera competente, con iniciativa y responsabilidad la recepción de los clientes y todas las tareas relacionadas con ello.</p> <p>Ejecutar las labores de atención al cliente en la recepción.</p> <p>Realizar las gestiones relacionadas con la ocupación y venta de las habitaciones.</p> <p>Custodiar los objetivos de valor y el dinero depositados.</p> <p>Realizar labores propias de la facturación y cobro.</p> <p>Recibir, tramitar y dirigir las reclamaciones de los clientes a los servicios correspondientes.</p>
Jefe inmediato	Jefe de recepción

### 3. Área de Housekeeping

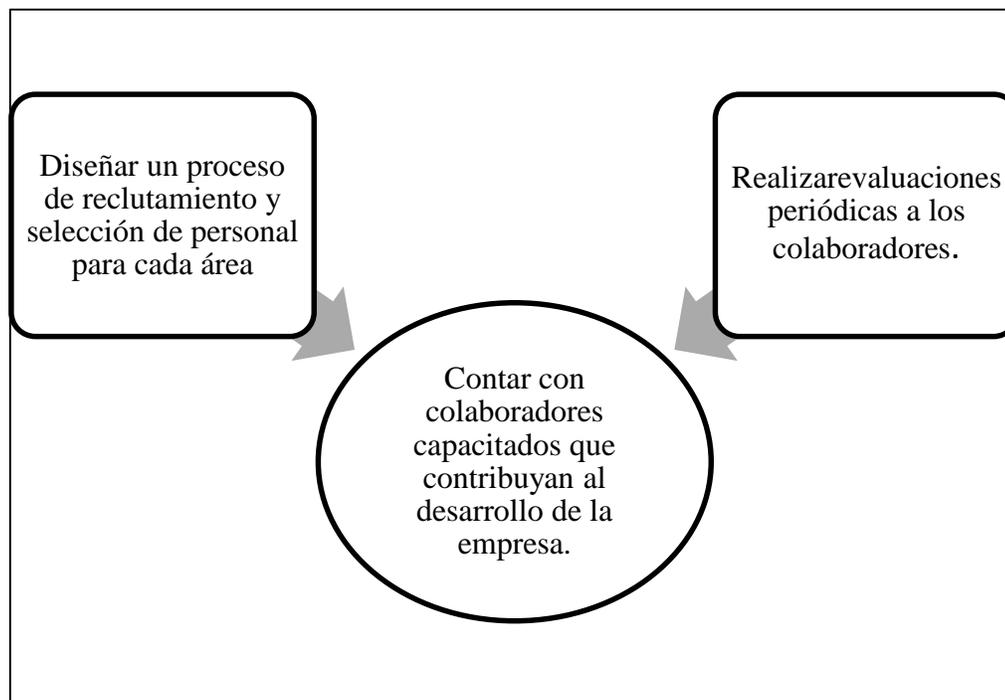


PERFIL DEL COLABORADOR	
Denominación del Puesto	Jefe de Pisos
Conocimientos básicos del área	<p>Manejo de personal</p> <p>Delegación de responsabilidades.</p> <p>Técnicas de limpieza.</p> <p>Conocimientos sobre housekeeping.</p>
Funciones	<p>Programar actividades de limpieza y arreglo de habitaciones y áreas públicas del hotel.</p> <p>Supervisar el desempeño de los cuarteros.</p> <p>Realizar coordinaciones con los cuarteros.</p> <p>Elaborar un presupuesto de los suministros a emplear.</p> <p>Realizar inventarios de los suministros.</p> <p>Control de las llaves maestras.</p> <p>Contribuye en mantener el buen estado y funcionamiento de las habitaciones en el hotel.</p>
Jefe inmediato	Gerente administrador



PERFIL DEL COLABORADOR	
Denominación del Puesto	Cuartelero
Conocimientos básicos del área	Conocimiento para la manipulación de equipos y aparatos de uso en la habitación.
Funciones	<p>Limpieza general del hotel y habitaciones.</p> <p>Manejar los productos de limpieza.</p> <p>Reportar la avería en alguna pertenencia de algún huésped.</p> <p>Realizar reporte de algún desperfecto en la habitación.</p> <p>Manejo y entrega de las llaves de habitaciones.</p>
Jefe inmediato	Jefe de pisos

### **ESTRATEGIA N° 3: Seleccionar personal adecuado para cada departamento de la empresa**



#### ***Acción N° 1: Diseñar un proceso de reclutamiento y selección al contratar personal para cada área***

Esta acción busca respaldar de manera eficiente la gestión del proceso de reclutamiento y selección, donde el mérito y la idoneidad para ocupar el puesto serán primordiales en su ejecución del proceso. A continuación, se explican cada paso:

1. Demanda de empleo, primero se creará la vacante a disposición, a cargo del administrador, el cual requiere cubrir cierto cargo, el mismo será el responsable del proceso de selección del nuevo colaborador, asimismo, detallará el nombre del cargo vacante y la fecha en que empezará el proceso.

2. Validación del perfil del puesto a disposición, en el caso que el establecimiento cuente con un perfil ya establecido es recomendable ajustarlo, el cual explicara los requisitos del cargo, funciones a desempeñar y competencias requeridas.
3. Difusión del empleo, será de carácter externo, publicado a través de los medios sociales del hotel, asimismo en la prensa escrita, como es el diario La Industria, esta publicación contendrá la información siguiente: nombre del cargo, establecimiento, requisitos y el lugar de recepción de documentos.
4. Recepción de documentos, estos serán recibidos por el recepcionista de turno, encargado de clasificar los currículos vitae.
5. Análisis curricular: el encargado del proceso de selección realizará una elección según requisitos para ocupar el cargo, luego se hará un listado de las personas que hayan pasado la primera etapa.
6. Desarrollo del proceso de selección, primero se determinará la estructura del proceso de selección que serán según las siguientes variables:  
Cantidad de candidatos que hayan sido preseleccionados, tiempo en que se debe de asumir el cargo.

Elección de los instrumentos: cada instrumento que se escoja será en función al cargo a desempeñar.

## **INSTRUMENTOS**

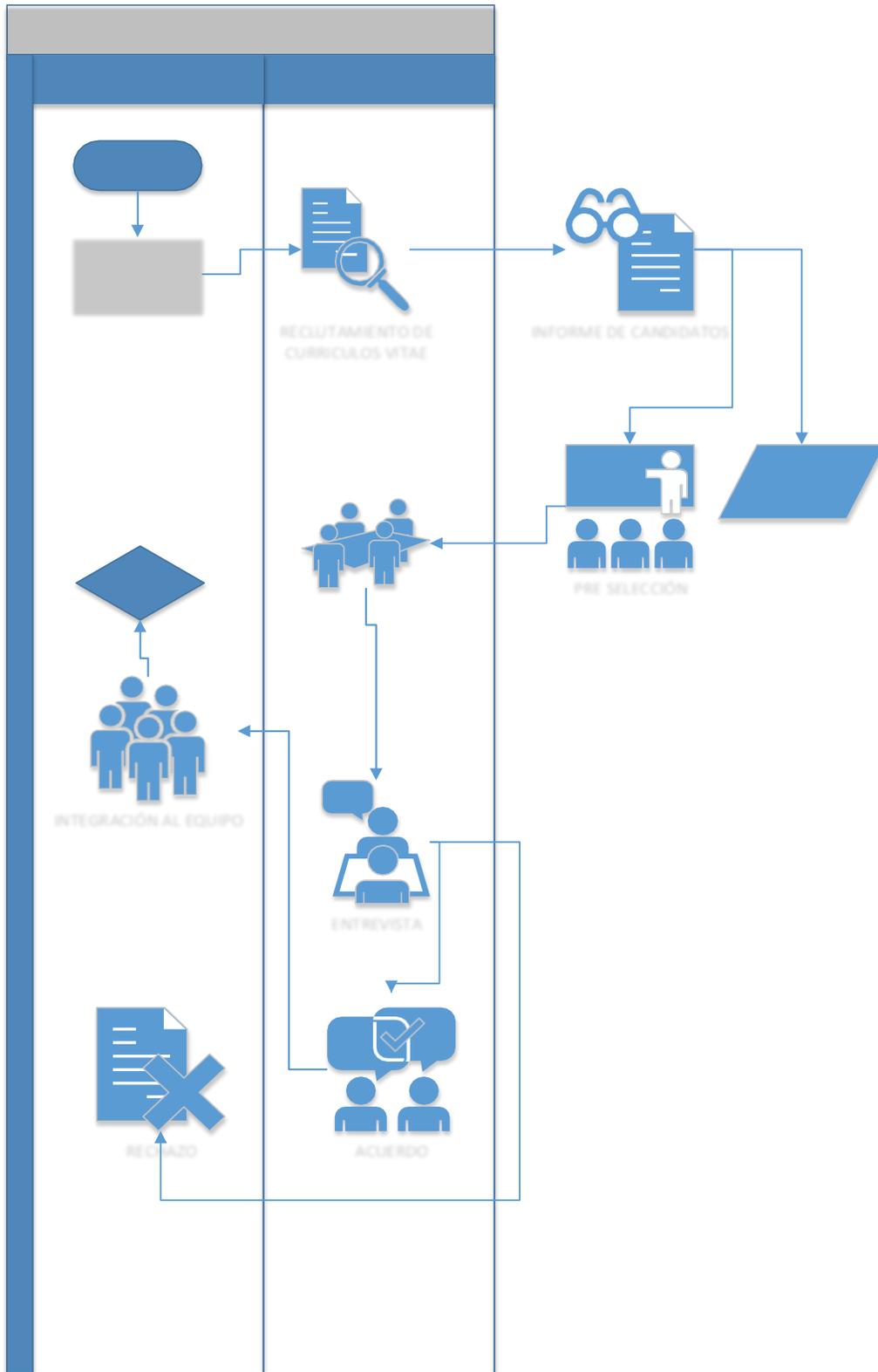
**Prueba técnica o de conocimientos**, estará relacionada en base a las funciones del cargo a desempeñar.

**Entrevista estructurada o semiestructurada**, las preguntas base serán las mismas para cada persona para otorgar una igualdad de oportunidades, tal sea el caso de una entrevista semiestructurada.

**Obtención de referencias laborales**, se realizará alguna consulta vía telefónica a anteriores jefes del postulante para medir su desempeño.

**Simulación de casos**, relacionados a situaciones que podrían pasar en el puesto a disposición a cubrir.

7. Selección del personal para el cargo, después de haber obtenido los resultados de cada postulante se escogerá a la persona idónea para ocupar el cargo.
  
8. Por último, se llevará a cabo una validación de proceso realizado con el fin de comprobar la eficacia del mismo, realizando una reunión entre los jefes de departamento para garantizar que fue una contratación recomendable.

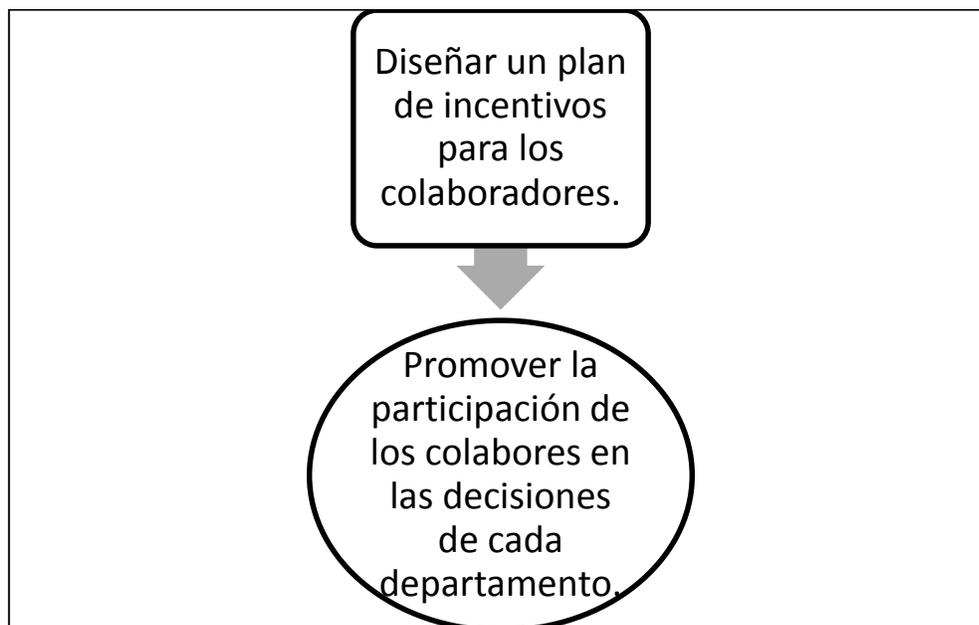


*Grafico del proceso de selección de personal.*

*Acción N° 2: Realizar evaluaciones periódicas a los colaboradores*

	<b>FICHA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b>				EMPRESA HOTELERA	
					"EL SOL E.I.R.L."	
	Fecha					
	Nombre del colaborador:					
DESEMPEÑO LABORAL	CALIFICACIÓN					
	MUY MALA	MALA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	
RESPONSABILIDAD						
EXACTITUD Y CALIDAD EN EL TRABAJO						
PRODUCTIVIDAD						
ORDEN EN EL TRABAJO						
PLANIFICACION DEL TRABAJO						
COMPRESIÓN DE SITUACIONES						
FACTORES DE ACTITUD						
ACTITUD HACIA LA EMPRESA						
ACTITUD HACIA LOS SUPERVISORES						
ACTITUD HACIA LOS COMPAÑEROS						
ACTITUD HACIA EL CLIENTE						
COOPERACIÓN CON EL EQUIPO DE TRABAJO						
CAPACIDAD PARA ACEPTAR CRITICAS						
CAPACIDAD PARA GENERAR SUGERENCIAS CONSTRUCTIVAS						
PRESENTACION PERSONAL						
DISPOSICION						
PUNTUALIDAD						
HABILIDADES						
INICIATIVA						
CREATIVIDAD						
ADAPTIBILIDAD						
RESPUESTAS BAJO PRESIÓN						
CAPACIDAD PARA MANEJAR DISTINTAS TAREAS						
COORDINACIÓN Y LIDERAZGO						
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE						
MANEJO DE CONFLICTOS						
GESTIÓN DE TIEMPO						
OBSERVACIONES						

**ESTRATEGIA N° 4: Establecer un liderazgo democrático**



*Acción N°1: Diseñar un plan de incentivos para los colaboradores*

# **PLAN DE INCENTIVOS LABORALES PARA LOS COLABORADORES DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L.**

## **FUNDAMENTACIÓN**

El plan de incentivos se realiza con el propósito de motivar a los colaboradores de los distintos departamentos, con premios no económicos y económicos en algunos casos, como reconocimiento delante de toda la empresa, mensajes de satisfacción por su desempeño, capacitaciones en distintas empresas para su mejora profesional, entre otros, para eso deben de ir cumpliendo distintas metas o retos para hacerse acreedores de un premio o reconocimiento, asimismo, permitirá conocer el rendimiento de los colaboradores y el cumplimiento de los objetivos previa evaluación.

Por otro lado, se busca identificar el talento escondido de los colaboradores y poder brindarles nuevos puestos si se diera el caso, pudiendo retenerlos porque serian de gran apoyo.

Por último, ayudara a aumentar la productividad de equipo, porque se implementarán incentivos grupales, tratando de mejorar el clima laboral.

**BENEFICIARIOS:** Colaboradores de los distintos departamentos del Hotel EL SOL E.I.R.L.

**DESCRIPCIÓN DE INCENTIVOS Y METAS A CUMPLIR PARA OBTENER EL BENEFICIO**

**INCENTIVO EMPRESARIAL:**

**RECOMPENSAS COSTO POR MERECEIMIENTO**

**Día de integración:**

INCENTIVO	META	CRITERIO	TIEMPO		DESCRIPCIÓN
			DURACIÓN	PREMIO	
<b>DIA DE INTEGRACIÓN: RECREO CAMPESTRE LAS PIRKAS</b>	Obtener colaboradores motivados para el cumplimiento de los objetivos	COMPLETAR HASTA UN 80% LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	1 día cada grupo	MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE	Como premio al haber desarrollado en un 80% los objetivos organizacionales de la empresa, se otorgara dos días de integración en el centro de esparcimiento las Pirkas, los 8 colaboradores se dividirán en grupo de 4 para no dejar en abandono sus labores diarias, un grupo tomara un día de noviembre y el otro un día de diciembre

**Celebración de cumpleaños:**

INCENTIVO	META	CRITERIO	TIEMPO		DESCRIPCIÓN
			DURACIÓN	PREMIO	
<b>DIA DE INTEGRACIÓN: CELEBRACIÓN DE CUMPLEAÑOS</b>	Hacer sentir que el colaborador es importante para la empresa.	CUMPLEAÑOS	1 día	CADA 3 MESES	Se realizara una cena como celebración de cumpleaños cada 3 meses, así, celebrando cumpleaños de colaboradores que hayan nacido en (enero, febrero y marzo), otro grupo (junio, julio y agosto).

**INCENTIVO POR DEPARTAMENTO: RECOMPENSAS BAJO COSTO**

INCENTIVO	META	CRITERIO	TIEMPO		DESCRIPCIÓN
			DURACIÓN	PREMIO	
<b>PLACA CONMEMORATIVA</b>	Reconocer el buen desempeño del departamento	50% DE SU TOTALIDAD DE SUS METAS EN LOS PRIMEROS 6 MESES  80% AL FINALIZAR	1 Día	CADA 6 MESES	Se otorgara una placa de reconocimiento al departamento que llegue al 50% de cumplimiento de sus metas
<b>RECONOCIMIENTO EN LA SECCIÓN DE LA REVISTA INTERNA</b>	Mejorar los canales de comunicación	Proponer Un Canal de Comunicación Creativo y Eficaz	1 Mes	MENSUALMENTE	Con el fin de mejorar el clima laboral y como estrategia para difundir los valores organizacionales, se premiara al departamento que realice un canal de comunicación creativo, mediante la publicación en la revista interna del logro obtenido.

**INCENTIVOS INDIVIDUALES: RECOMPENSAS SIN COSTO**

INCENTIVO	META	CRITERIO	TIEMPO		DESCRIPCIÓN
			DURACIÓN	PREMIO	
<b>Envío de notas felicitando al colaborador</b>	Lograr hacer sentir al colaborador satisfacción por las buenas cosas que hace.	Recibir alguna felicitación del huésped al administrador	Los días que se ameriten		Con el fin de resaltar el buen servicio que otorgan los colaboradores al huésped se establece este incentivo, consta en una felicitación escrita por parte del jefe inmediato resaltando la buena actuación del colaborador.
<b>Felicitaciones personalmente al colaborador por parte del gerente administrador.</b>		Recibir alguna felicitación del huésped al administrador	Los días que se ameriten		Con el fin de resaltar el buen servicio que otorgan los colaboradores al huésped se establece este incentivo, consta en una felicitación personalmente.
<b>Elección del día libre semanalmente previo aviso</b>	Conseguir un mayor compromiso de los colaboradores	Ser el mejor trabajador del mes	1 mes	1 mes	Se brindara la posibilidad de elegir el día libre que es otorgado semanalmente al colaborador, con un aviso anticipado, por un mes.
<b>Flexibilidad en los horarios.</b>	Crear valores de responsabilidad en los colaboradores	Ser responsable y puntual durante un mes en sus horarios de trabajo.	1 Día	3 días	Se brindara la posibilidad de acomodar un poco los horarios de trabajo, para que puedan ser beneficiados ambas partes, pero, se deben de planificar bien los horarios.

**RECOMPENSAS COSTO POR MERECEIMIENTO**

INCENTIVO	META	CRITERIO	TIEMPO		DESCRIPCIÓN
			DURACIÓN	PREMIO	
<b>Capacitaciones para la mejora de su desempeño.</b>	Conseguir colaboradores comprometidos con la empresa	Ser el mejor trabajador del mes 3 meses consecutivos	Cada 3 meses	Lo que amerite la capacitación.	Se otorgara capacitaciones al colaborador que sea reconocido como el mejor empleado del mes por 3 meses consecutivos, otorgándole flexibilidad en el horario de trabajo para que pueda llevar con satisfacción el curso.

## MÉTODOS DE EVALUACIÓN A LOS EMPLEADOS

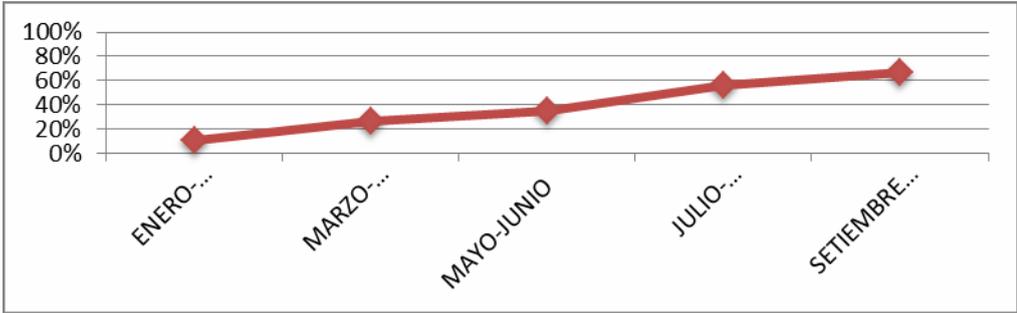
	<b>FICHA DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL COLABORADOR</b>		EMPRESA HOTELERA																
			"EL SOL E.I.R.L."																
	Fecha																		
Nombre del colaborador																			
<b>METAS A CUMPLIR POR EL COLABORADOR</b>		<b>RESULTADO</b>																	
		REALIZADO 2017	OBTENIDO 2018	CUMPLIDO															
<p>Se considerará la meta eficaz cuando alcance más del 80% de su cumplimiento, dicha metas se evaluará desde el mes de noviembre y se expresará en un gráfico lineal que compara el año 2017 donde no habían incentivos y el 2018 cuando ya habían incentivos de por medio.</p>		<b>RESULTADO DE LA EVALUACIÓN</b>																	
		EFICAZ	NO EFICAZ																
<b>SEGUIMIENTO Y PRESENTACIÓN DE LA EFICACIA DEL COLABORADOR</b>																			
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p style="text-align: center;"><b>DESEMPEÑO</b></p>  <table border="1" style="margin: 10px auto; width: 80%; border-collapse: collapse;"> <caption>DESEMPEÑO (Estimado del gráfico)</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>AÑO 2017 (%)</th> <th>AÑO 2018 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>responsabilidad</td> <td>~10</td> <td>~40</td> </tr> <tr> <td>respeto</td> <td>~55</td> <td>~70</td> </tr> <tr> <td>productividad</td> <td>~35</td> <td>~55</td> </tr> <tr> <td>integracion</td> <td>~35</td> <td>~80</td> </tr> </tbody> </table> </div>					Categoría	AÑO 2017 (%)	AÑO 2018 (%)	responsabilidad	~10	~40	respeto	~55	~70	productividad	~35	~55	integracion	~35	~80
Categoría	AÑO 2017 (%)	AÑO 2018 (%)																	
responsabilidad	~10	~40																	
respeto	~55	~70																	
productividad	~35	~55																	
integracion	~35	~80																	
<b>CONCLUSIONES</b>																			

**ESTRATEGIA N° 5: Realizar un seguimiento y verificar los resultados de los objetivos organizacionales**



***Acción N° 1: Evaluación del cumplimiento de las metas por departamento***

Para la realización de esta acción se cree conveniente realizar una ficha de evaluación de las metas propuestas por departamento, la cual contiene el valor esperado y un valor obtenido, que servirán para llegar a una conclusión y generar estrategias para mejorar lo obtenido, así también se obtendrá una representación gráfica que muestre la tendencia del proceso bimestral de enero a octubre. Cabe señalar que las evaluaciones se realizaran en los meses de noviembre y diciembre.

	<b>FICHA DE EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS POR DEPARTAMENTO</b>		EMPRESA HOTELERA												
			"EL SOL E.I.R.L."												
	Fecha														
Nombre del departamento															
<b>METAS DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>														
	ESPERADO	OBTENIDO	CUMPLIDO												
Influcidar en un 30% en la eleccidn del huésped a la hora de decidir si se queda o no en el hotel, debido a la atencidn ofrecida.															
Apoyar en un 30% a los demés departamentos en relaci3n al pron3stico de ingresos u ocupaci3n.															
Atender y solucionar en un 70% las sugerencias y reclamos de los huéspedes.															
Mejorar la satisfacci3n del huésped en un 10% en relaci3n en la atencidn e informaci3n brindada, en comparaci3n con aros anteriores.															
Se consideraré la meta eficaz cuando alcance més del 80% de su cumplimiento, dicha metas se evaluaré desde el mes de noviembre y se expresaré en un gráfico lineal.	<b>RESULTADO DE LA EVALUACI3N</b>														
	EFICAZ	NO EFICAZ													
<b>SEGUIMIENTO Y PRESENTACI3N DE LA EFICACIA DEL PROCESO</b>															
 <table border="1" style="display: none;"> <caption>Data for the Line Graph</caption> <thead> <tr> <th>Month</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ENERO...</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>MARZO...</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>MAYO-JUNIO</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>JULIO...</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td>SETIEMBRE...</td> <td>70%</td> </tr> </tbody> </table>				Month	Percentage	ENERO...	10%	MARZO...	25%	MAYO-JUNIO	35%	JULIO...	55%	SETIEMBRE...	70%
Month	Percentage														
ENERO...	10%														
MARZO...	25%														
MAYO-JUNIO	35%														
JULIO...	55%														
SETIEMBRE...	70%														
<b>CONCLUSIONES</b>															
<b>RECOMENDACI3N</b>															
ESTRATEGIA PARA LA MEJORA	RESPONSABLE	FECHA													

### ***Acción N°2 Verificar los insumos demandados***

Esta acción busca controlar los productos que se obtendrán, para ver el tiempo de duración, precios, y que proveedor contribuye para obtener precios más bajos, así también, se podrá generar el balance general al siguiente año, tener un presupuesto más confiable. Además, fijar la cantidad óptima para generar descuentos, asimismo.

#### **MATERIALES DE OFICINA**

<b>Descripción</b>	<b>fecha de compra</b>	<b>nombre del proveedor</b>	<b>cantidad</b>	<b>precio unitario</b>	<b>valor total</b>	<b>forma de pago</b>
<b>Lapiceros</b>	1 01 2018	METRO	12 unidades	S/.0.60	S/.7.20	Efectivo
<b>Folder Manila</b>	2 01 2018	METRO	12 unidades	S/.1.00	S/.12.00	Efectivo
<b>Archivadores</b>	3 01 2018	METRO	12 unidades	S/.3.00	S/.36.00	Efectivo
<b>Tampón</b>	4 01 2018	METRO	1 unidad	S/.5.00	S/.5.00	Efectivo
<b>Sello</b>	5 01 2018	MERCADO	1 unidad	S/.10.00	S/.10.00	Efectivo
<b>Cuadernos</b>	6 01 2018	METRO	2 unidades	S/.6.00	S/.12.00	Efectivo
<b>Hojas Bond</b>	7 01 2018	METRO	1 paquete	S/.10.90	S/.10.90	Efectivo
<b>Tinta</b>	8 01 2018	METRO	1 unidad	S/.15.00	S/.15.00	Efectivo
<b>Cinta</b>	9 01 2018	METRO	2 unidades	S/.1.00	S/.2.00	Efectivo

## EQUIPAMIENTO Y ENSERES DE HABITACIONES

<b>Descripción</b>	<b>Fecha De Compra</b>	<b>Nombre Del Proveedor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Forma De Pago</b>
<b>Colchones</b>						
<b>Televisor</b>						
<b>Ventilador</b>						
<b>Teléfono</b>						
<b>Focos</b>						
<b>Sábanas</b>						
<b>Muebles</b>						
<b>Ganchos De Ropa</b>						
<b>Toallas</b>						

## PRODUCTOS DE LIMPIEZA

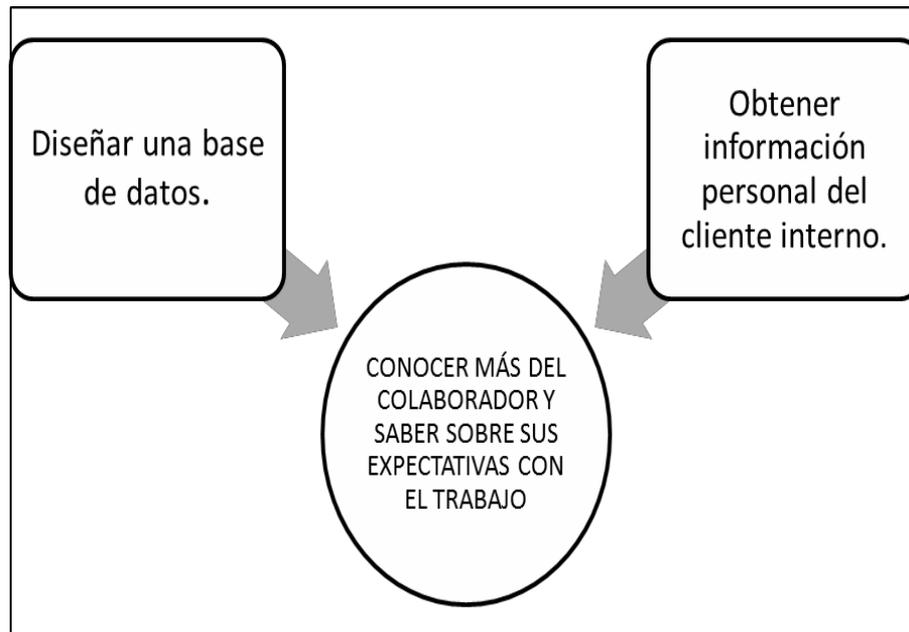
<b>Descripción</b>	<b>Fecha De Compra</b>	<b>Nombre Del Proveedor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Forma De Pago</b>
<b>Ambientadores</b>						
<b>Desinfectantes</b>						
<b>Detergente</b>						
<b>Jabones</b>						
<b>Papel Higiénico</b>						

**Acción N° 3: Realizar una evaluación del cumplimiento de los objetivos organizacionales**

	<b>FICHA DE EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES</b>		EMPRESA HOTELERA	
			"EL SOL E.I.R.L."	
	Fecha			
Nombre del departamento				
<b>METAS DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>			
	ESPERADO	OBTENIDO	CUMPLIDO	
Mejorar la atención brindada a los huéspedes.				
Optimizar la calidad de los servicios otorgados a los huéspedes.				
Mantener en buen estado las instalaciones y equipamiento.				
Fomentar el trabajo en equipo entre nuestros colaboradores.				
Unificar fuerzas con nuestros asociados.				
Trabajar para renovar y mejorar la atención y el servicio a los huéspedes.				
Fomentar trabajo con organizaciones afines para concretar objetivos comunes.				
Se considerará el objetivo se desarrolló eficazmente cuando alcance más del 80% de su cumplimiento, dicha metas se evaluará desde el mes de noviembre y se expresará en un gráfico lineal.	<b>RESULTADO DE LA EVALUACIÓN</b>			
	EFICAZ	NO EFICAZ		
<b>CONCLUSIONES</b>				
ESTRATEGIA PARA LA MEJORA	RESPONSABLE	FECHA		

Para el cumplimiento del tercer objetivo establecido previamente (proponer estrategias de fortalecimiento para la fidelización del cliente interno) de la propuesta, se desarrollaron tres estrategias en base a los elementos información, interacción e integración.

**ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN: Contar con una base de datos personales del cliente interno**



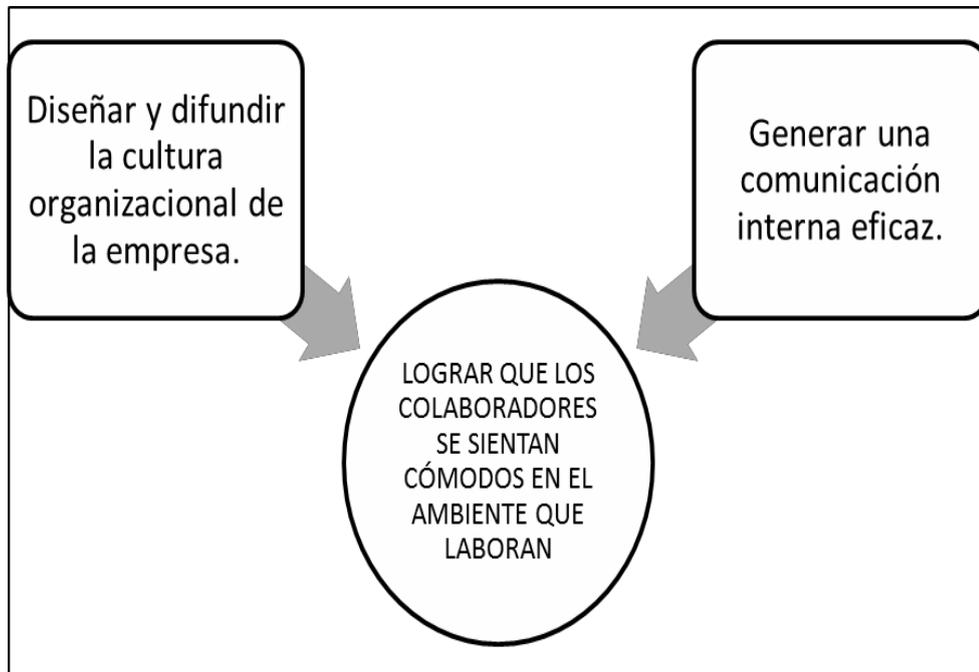
*Acción N° 1: Diseñar una base de datos*

Tabla1							
Id	Colaborador	Edad	Hobby	Instrucción	Estado civil	Especialidad	Tiempo laborando en el hotel
1	Danny	28	jugar fútbol	Estudios superiores técnicos	conviviente	computación	3 años
2	Daniel	34	bailar	secundaria	soltero		5 años
3	Ignacio	21	jugar futbol	Estudios superiores técnicos.	soltero	electricidad	3 años
4	Elvis	25	jugar futbol	Estudios superiores técnicos.	conviviente	administración	6 meses
5	José	45	pasear	Estudios superiores técnicos.	casado	contabilidad	5 años
6	Alexis	22	Jugar fútbol	Estudios superiores	soltero	Turismo y negocios	1 año
7	César	45	cocinar	Estudios superiores técnicos.	soltero		1 año
8	Wilmer	52	pasear	Estudios superiores	casado	contabilidad	2 años

### ***Acción N° 2: Obtener información personal del cliente interno***

Esta acción se realizará mediante una serie de preguntas en grupos, para que todos puedan conocerse y permitan medir sus actitudes, percepciones, y su desempeño, pudiendo obtener información que sea relevante para la empresa.

### **ESTRATEGIA N° 2: Mejorar el clima laboral**



### ***Acción N° 1: Diseñar y difundir la cultura organizacional de la empresa***

La cultura organizacional es un código que se establece en una organización social o empresarial que se requiere, para que los colaboradores interactúen en base a eso. (Gonzales, 1987).

Sin embargo, no es suficiente con establecer una cultura organizacional, si los colaboradores no conocen acerca de esta, es por ellos, que se recomienda difundirla a todos ellos, y que mejor, a través de una estrategia de comunicación, ya que, como señala Maturana, (1996), toda conducta cultural es generada a partir de una dinámica en su medio social.

Por otro lado, esta acción será desarrollada a partir del diseño en una cultura organizacional que contenga los valores que impulsaran al logro de los objetivos organizacionales, así

también, las normas generales e individuales y por ultimo unos procesos de cómo difundirla, porque el clima laboral se ve favorecido si todos se alinean a los principios que especifica la empresa de cómo actuar.

## **CULTURA ORGANIZACIONAL DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L.**

Hotel “EL SOL”, nace un 13 de junio de 1979 en el distrito de Chiclayo. Es propiedad de la señora Amelia Chávez Vda. de Green, siendo el mismo, su segundo hotel en el norte del Perú, el cual está ubicado en la calle Elías Aguirre N° 119. Su nombre es inspirado por el sol tan resplandeciente que calienta la ciudad de Sullana, tierra donde vivían los propietarios en esa época, quienes consideraron sería un buen negocio la adquisición de un terreno en todo el centro de Chiclayo para poder dar hospedaje a turistas y demás personas que arribaban a la ciudad; para ello, decidieron hacer la actual construcción del hotel con financiamiento propio.

### **DIVISIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL**

#### **1. VALORES ORGANIZACIONALES**

Liderazgo

Colaboración

Espíritu de equipo

Responsabilidad

Honestidad

Compromiso.

Iniciativa

#### **2. NORMAS DE LA EMPRESA**

##### ***Obligaciones aceptadas por el colaborador***

Prestar servicios al huésped.

Acatar las instrucciones de su jefe inmediato. Reservar información exclusiva de la empresa.

Conservar y mantener en buen estado el equipamiento que se utiliza en el trabajo.

***En lo personal:***

Mantener impecable su presencia física.

Colaborar en caso de necesidad para apoyar a su compañero.

Respetar las indicaciones sobre prevención de accidentes en la empresa.

Devolver cualquier objeto encontrado en las habitaciones cuando se realice la limpieza.

No consumir bebidas alcohólicas antes de presentarse a la empresa ni dentro de ella.

Avisar con un día de anticipación si piensa faltar a sus labores.

No realizar ningún tipo de negocio interno.

**3. DIFUSIÓN**

La difusión estará en base a una estrategia de comunicación:

Objetivo de la estrategia	Profundizar en cada uno de los valores de la empresa y su significado.
Actividades	Realizar reuniones con los colaboradores. Realizar un focus group. Realizar retroalimentaciones.
Materiales	Pizarra acrílica Papelotes Plumones
Lugar	Auditorio del Hotel EL SOL

### ***Actividad N°1: Realizar reuniones con los colaboradores***

Las reuniones estarán a cargo del administrador, serán difundidas cada 2 semanas con el objetivo de profundizar en cada valor de la empresa y su significado, estas reuniones son para dar a conocer los valores y normas de la empresa.

### ***Actividad N° 2: Realizar un focus group***

Los focus group a diferencia de las reuniones serán dinámicos, con el objetivo de incentivar la participación de los colaboradores y así poder ver su entendimiento sobre la cultura de la empresa. Entre las actividades que se realizarán serán:

Cada colaborador citara ejemplos de cómo viven cada valor en la empresa de acuerdo a su percepción.

Los colaboradores que les toque escuchar en cierto momento, al finalizar su compañero opinaran de cómo podría mejorar en la vivencia de cada valor.

Se reunirán por departamentos y realizarán canales de información para difundir los valores y normas de la empresa, como boletines, periódicos murales, folletos, afiches, entre otros.

### ***Actividad N° 3: Realizar retroalimentaciones***

Reconocimiento al trabajo de cada departamento en función al mejor y creativo canal de comunicación, el premio se visualiza en el plan de incentivos de la empresa y será cada seis meses.

Mantener las reuniones periódicas de equipo para profundizar los valores.

Realizar el proceso de inducción al área, cada vez que ingrese un nuevo colaborador.

#### ***Acción N° 4: Generar una comunicación interna eficaz***

La comunicación interna es la base para el buen funcionamiento de cualquier empresa, porque, a través de esta comunicación podemos compartir experiencias e información que pueda ayudar a la hora de tomar decisiones, asimismo, es parte de la convivencia entre personas que comparten un mismo centro de trabajo. Por ello, se propone generar una comunicación interna eficaz a través de las siguientes herramientas:

#### **Herramientas**

**Revista interna digital o blog:** Los colaboradores publicaran lo que ocurre en la empresa, con el objetivo de que todos los trabajadores participen en su elaboración de la información que se publicara.

#### **Contenidos de la revista**

Temas que ayuden a la unión del grupo, donde todos los colaboradores tendrán una sección en la que escribirán algo informativo sobre su departamento, algún curso, alguna nueva tecnología que se haya implementado en el rubro hotelero, turismo, algo similar que ayude. Se realizará finalizando los fines de mes.

Experiencias.

Noticias sobre alguna capacitación o curso.

Cumpleaños de los trabajadores.

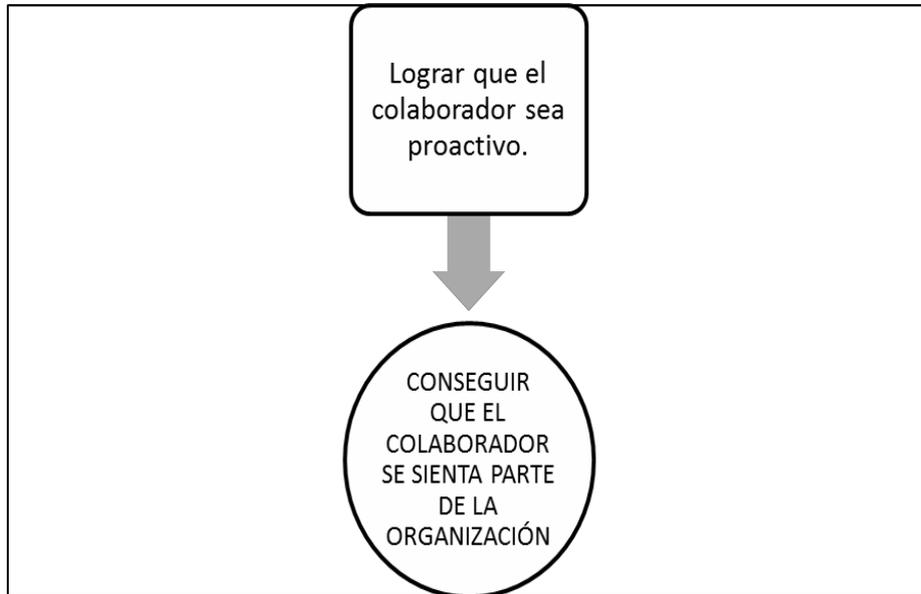
Noticias sobre hotelería.

Frases de motivación.

**Circulares:** Mediante estas notas se pretende publicar noticias de modo urgente con el fin de transmitir un mensaje de última hora.

**Buzón de sugerencias:** Esta herramienta será muy importante en la mejora de la comunicación interna, se recibirán opiniones, valoraciones o propuestas de cómo mejorar la labor o comportamiento, asimismo, los mensajes serán recibidos y se expresara una respuesta.

### ESTRATEGIA N° 3: Apreciar las opiniones del colaborador



#### *Acción N° 1: Lograr que el colaborador sea proactivo*

Esta acción pretende conseguir que el colaborador se anticipe hacia cualquier tipo de problema que pueda suceder, pero, necesita de ciertas actividades que ayudaran a generar la proactividad.

**Implicar a los colaboradores en la toma de decisiones** para mejorar en sus funciones, con el objetivo de que se sientan que la empresa confía en ellos y comiencen a implicarse en un mayor grado.

**Realizar una reunión y abrir un buzón de sugerencias**, para evaluar las mejores ideas con respecto a un caso que aqueja a la empresa, por ejemplo, como aumentar ventas, reducir gastos, teniendo como objetivo que los colaboradores adquieran un mayor nivel de compromiso con la empresa al ver que sus opiniones son todas en cuenta.

**Otorgar horarios flexibles**, brindar un horario más accesible para los trabajadores, con el fin de que ellos perciban la confianza que deposita la empresa en ellos, darles un ambiente laboral flexible que tiene en cuenta sus necesidades.

**Implementar una política de soluciones**, incentivar a que los colaboradores solo presenten

un problema cuando hayan encontrado una posible solución.

**Fomentar comportamientos saludables**, porque, los colaboradores que practican una vida sana son más productivos, comprometidos y proactivos.

### Cronograma de Estrategias

ESTRATEGIAS	Meses del año											
	EN	FE	MA	AB	MA	JU	JU	AG	SE	OC	NO	DI
<b>Estrategia de planificación</b>												
Establecer una planificación estratégica y operativa.												
<b>Estrategia de organización</b>												
Establecer una organización eficiente.												
<b>Estrategia de integración de personal</b>												
Seleccionar personal adecuado para cada departamento de la empresa.												
<b>Estrategia de direccionamiento</b>												
Establecer un liderazgo democrático.												

<b>Estrategia de control</b>													
Realizar un seguimiento y verificar los resultados de los objetivos organizacionales.													
<b>Estrategia de información</b>													
Contar con una base de datos personales del cliente interno.													
<b>Estrategia de individualización</b>													
Personalizar la comunicación con el colaborador.													
<b>Estrategia de interacción</b>													
Mejorar el clima laboral.													
<b>Estrategia de integración</b>													
Apreciar las opiniones del colaborador.													

## **CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Se determinó que el análisis del perfil estratégico del Hotel EL SOL E.I.R.L presentó dificultades en la gestión administrativa debido al limitado direccionamiento en base a los procesos administrativos (planificación, organización, integración de personal, direccionamiento y control) dificultando alcanzar los objetivos organizacionales.

El perfil de los colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.L es en su gran mayoría de género masculino, en su mayoría con estudios superiores técnicos pero ninguno inmerso a la hotelería o atención al cliente debido a la carencia de un perfil propio del hotel y al inadecuado proceso de selección de personal.

A través de las estrategias de fortalecimiento en la gestión administrativa propuestas basadas en los procesos administrativos (planificación, organización, integración de personal, direccionamiento y control) se lograría fidelizar al cliente interno del Hotel EL SOL E.I.R.L.

## **RECOMENDACIONES**

Los propietarios del Hotel EL SOL E.I.R.L deben de trabajar en función a los procesos administrativos (planificación, organización, integración de personal, direccionamiento y control) para poder alcanzar los objetivos organizacionales.

Hotel EL SOL E.I.R.L., debe crear un perfil de puestos para cada área del mismo y utilice un proceso de selección de personal al contratar personal.

Aplicar estrategias de fortalecimiento en la gestión administrativa para fidelizar al cliente interno del Hotel EL SOL E.I.R.L

## REFERENCIAS

- Aca, N. (2017). *La importancia del endomarketing para la fidelización de los colaboradores. Merca 2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/la-importancia-del-endomarketing-para-la-fidelizacion-de-tus-colaboradores/>
- Argueta Aranda, K. J. Ferrer Coto, W. J y Garay Miranda, R.N. (2015). *Diseño de un programa de fidelización de clientes para empresas dedicadas a emergencias médicas pre-hospitalarias. Caso de estudio: Grupo emergencias médicas integrales (Grupo EMI)*. (Disertación licenciatura). Recuperada de la base de datos Eprints. Recuperada de <http://ri.ues.edu.sv/8505/>
- Centrum (2016). *La importancia del marketing interno en una empresa. Rpp*. Recuperado de <http://rpp.pe/economia/negocios/la-importancia-del-marketing-interno-en-una-empresa-noticia-992593>
- Chacón Chacón, M.E. (2013). *Diseño de un Plan Estratégico para mejorar la gestión administrativa en la cooperativa de ahorro y crédito San Antonio de Tocado*. (Disertación licenciatura). Recuperada de la base de datos DSpace. Recuperada de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/1726>.
- Cortada (2015). *Atento Perú y su método para fidelizar a sus colaboradores de la generación Y. Gestión*. Recuperado de <http://gestion.pe/empleo-management/atento-peru-y-su-metodo-fidelizar-sus-colaboradores-generacion-y-2130058>
- Di Pietro, C (2017). *Diez Campañas de Email Marketing para fidelizar al cliente. Doppler*. Recuperado de <https://blog.fromdoppler.com/estrategias-para-fidelizar-al-cliente/>

- Fernández, I (2017). *La experiencia como secreto de la fidelización. Marketing Directo*. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/especiales/tech-marketing/la-experiencia-secreto-la-fidelizacion-los-clientes>
- Flores Arellano, G.G y Ballón Grados, J.M. (2017) *Implicancias del endomarketing sobre el diseño del programa de incentivos y beneficios para la fidelización del cliente interno: el caso de Ferreyros S.A. (Disertación licenciatura)*. Recuperada de la base de datos DSpace. Recuperada de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8456>
- Inca Salazar, L.G. (2014). *Análisis de la Gestión Administrativa y su incidencia en la toma de decisiones del centro de acopio Guaslàn cantón Riobamba, período 2014. (Disertación licenciatura)*. Recuperada de la base de datos DSpace. Recuperada de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/3164>.
- Luna, N (2015). *Fundamentos de la Administración: Origen y Evolución. Gestipolis*. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/fundamentos-de-la-administracion-origen-y-evolucion/>
- Obispo, D (2015). *Caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú 2013. InCrescendo, 6(1)*. Recuperado de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/815>
- Pardo Paredes, E.V. (2015). *Diseño de una estrategia de mercadeo de vanguardia para la fidelización del talento humano en industrias de confección textil. (Disertación licenciatura)*. Recuperada de la base de datos PUCESA. Recuperada de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1167/1/75699.pdf>
- Ramírez, A. Calderón, E y Ramírez, R. (2017). *La Gestión Administrativa en el desarrollo empresarial. Contribuciones a la Economía*. Recuperado de <http://eumed.net/ce/2017/1/gestion.html>

- Rengifo (2015). *Rotación y retención: estrategias para fidelizar al colaborador. Sinergia e innovación*. Recuperado de <https://blogs.upc.edu.pe/sinergia-e-innovacion/desayunos-de-conocimiento/rotacion-y-retencion-estrategias-para-fidelizar-al>
- Riaza, A (2017). *¿Por qué deberías de utilizar endomarketing en tu empresa? Marketing digital*. Recuperado de <http://comunidad.iebschool.com/iebs/marketing-digital/endomarketing>
- Rizo Valero, V.J. (2014). *Plan Estratégico para mejorar la gestión administrativa y potenciar así su rentabilidad de la microempresa Good Water, ubicada en el cantón La Troncal*. (Disertación licenciatura). Recuperada de la base de datos DSpace. Recuperada de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/717>.
- Rodríguez, M.A. (2016) *Análisis de las estrategias de fidelización de los clientes internos, caso de estudio: Club Med*. (Disertación licenciatura). Recuperada de la base de datos Sedici. Recuperada de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/60331/Documento\\_completo.pdf-PDFA1b.pdf?sequence=3](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/60331/Documento_completo.pdf-PDFA1b.pdf?sequence=3)
- Sánchez, S (2016). *La fidelización de los clientes. Puro Marketing*. Recuperado de <http://www.puromarketing.com/14/28784/fidelizacion-clientes.html>
- Trejo, A (2016). *Endomarketing: nueva tendencias para fidelizar al cliente interno. La Republica*. Recuperado de <http://larepublica.pe/818074-endomarketing-nuevas-tendencias-para-fidelizar-al-cliente-interno>
- Vásquez Tovar, R.F. (2016). *Propuesta de un plan comunicacional estratégico y de marketing para el mejoramiento de la fidelización de clientes de la organización Rosa-Flor Huila en Colombia*. Recuperada de la base de datos DSpace. Recuperada de <http://hdl.handle.net/10818/27662>.

## ANEXOS

### UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y NEGOCIOS

La siguiente encuesta tiene por objetivo identificar como se viene ejecutando la gestión administrativa en Hotel EL SOL E.I.R.L.

**INSTRUCCIONES:** Responda a las preguntas presentadas a continuación solo marcando una de las opciones entre las presentadas en cada apartado.

#### IDENTIFICACION:

SEXO: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_ OCUPACION: \_\_\_\_\_

- 1) ¿Cuánto conoce usted sobre los objetivos y estrategias de la empresa?  
Mucho            b) Bastante    c) Poco d) Nada
  
- 2) ¿Conoce usted las metas del departamento al que pertenece?  
a) Mucho            b) Bastante                    c) Poco d) Nada
  
- 3) ¿Cuánto conoce usted del perfil empresarial de la empresa?  
a) Mucho            b) Bastante                    c) Poco d) Nada
  
- 4) ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un Manual de organización y funciones?  
a) Mucho            b) Bastante                    c) Poco d) Nada
  
- 5) ¿En qué medida conoce usted las normas y valores que establece la empresa?  
a) Mucho            b) Bastante                    c) Poco d) Nada

- 6) ¿Conoce usted si se realiza algún proceso de selección al contratar personal para cada área?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 7) ¿Qué tanto lo capacitan en su empresa?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 8) ¿Se realizan actividades de integración o algún premio por el logro de sus metas?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 9) ¿En qué medida se realiza la rotación de puestos?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 10) ¿En qué medida el líder otorga un asesoramiento u orientación al colaborador?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 11) ¿En qué medida se realiza un control de las actividades que realiza?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 12) ¿Está de acuerdo en que la empresa tenga información personal sobre usted?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 13) ¿Se siente satisfecho con el trato que le brindan sus jefes inmediatos?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 14) ¿Se siente satisfecho de trabajar en hotel EL SOL E.I.R.L.?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada
- 15) ¿Siente que su jefe inmediato tiene con usted una comunicación asertiva?
- a) Mucho            b) Bastante            c) Poco            d) Nada

16) ¿Cree que entre los diferentes colaboradores del hotel existe compañerismo y buen clima laboral?

a) Mucho                      b) Bastante                      c) Poco                      d) Nada

17) ¿Sus opiniones y sugerencias que usted proporciona a la administración son tomadas en cuenta por sus jefes?

a) Mucho                      b) Bastante                      c) Poco                      d) Nada

18) ¿Reconocen o premian con algún incentivo material sus buenas labores al concluir los meses de trabajo?

a) Mucho                      b) Bastante                      c) Poco                      d) Nada

19) ¿Hacen que sienta que es importante para la empresa?

a) Mucho                      b) Bastante                      c) Poco                      d) Nada

## INTRUMENTOS VALIDADOS

### Anexo N°1 Validación de instrumento empleado INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	<i>Karla Froune Rojas Jimenez</i>
PROFESIÓN	<i>Administradora</i>
ESPECIALIDAD	<i>Marketing y Talento Humano.</i>
EXPERIENCIA PROFESIONAL	<i>16 años.</i>
CARGO	<i>Docente Tiempo Completo.</i>
<b>PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA FIDELIZAR AL CLIENTE INTERNO DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L</b>	
<b>DATOS DEL TESISISTA</b>	
NOMBRE	Bances Lloclla Alexis Marcelino
ESPECIALIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Evaluación
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<u>GENERAL</u>
	Diseñar un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa para la fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
	<u>ESPECÍFICOS</u>
	a) Determinar el perfil estratégico del hotel EL SOL E.I.R.L. b) Identificar el perfil del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L. c) Proponer estrategias de fortalecimiento para la mejora de la gestión administrativa y fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.	
<b>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</b>	El instrumento consta con 19 preguntas distribuida de la siguiente manera 11 de la variable independiente (gestión administrativa), 8 de la variable dependiente (fidelización del cliente interno). Luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido será sometido a prueba piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación

1) ¿Cuánto conoce usted sobre los objetivos y estrategias de la empresa?	
a) Mucho	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )
b) Bastante	SUGERENCIAS: _____
c) Poco	_____
d) Nada	_____
2) ¿Conoce usted las metas del departamento al que pertenece?	
a) Mucho	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )
b) Bastante	SUGERENCIAS: _____
c) Poco	_____
d) Nada	_____
3) ¿Cuánto conoce usted del perfil empresarial de la empresa?	
a) Mucho	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )
b) Bastante	SUGERENCIAS: _____
c) Poco	_____
d) Nada	_____
4) ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un Manual de organización y funciones?	
a) Mucho	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )
b) Bastante	SUGERENCIAS: _____
c) Poco	_____
d) Nada	_____
5) ¿En qué medida conoce usted las normas y valores que establece la empresa?	
a) Mucho	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )
b) Bastante	SUGERENCIAS: _____
c) Poco	_____
d) Nada	_____
6) ¿Conoce usted si se realiza algún proceso de selección al contratar personal para cada área?	
a) Mucho	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )
b) Bastante	SUGERENCIAS: _____
c) Poco	_____
d) Nada	_____

7) ¿Qué tanto lo capacitan en su empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
8) ¿Se realizan actividades de integración o algún premio por el logro de sus metas?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
9) ¿En qué medida se realiza la rotación de puestos?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
10) ¿En qué medida el líder otorga un asesoramiento u orientación al colaborador?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
11) ¿En qué medida se realiza un control de las actividades que realiza?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
12) ¿Está de acuerdo en que la empresa tenga información personal sobre usted?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
13) ¿Se siente satisfecho con el trato que le brindan sus jefes inmediatos?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

14) ¿Se siente satisfecho de trabajar en hotel EL SOL E.I.R.L?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (✓) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
15) ¿Siente que su jefe inmediato tiene con usted una comunicación asertiva?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (✓) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
16) ¿Cree que entre los diferentes colaboradores del hotel existe compañerismo y buen clima laboral?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (✓) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
17) ¿Sus opiniones y sugerencias que usted proporciona a la administración son tomadas en cuenta por sus jefes?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (✓) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
18) ¿Reconocen o premian con algún incentivo material sus buenas labores al concluir cada mes de trabajo?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (✓) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
19) ¿Hacen que sienta que es importante para la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (✓) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____

PROMEDIO OBTENIDO	N° DE TA / <sup>19</sup> N° DETD
2. COMENTARIOS GENERALES	
3. OBSERVACIONES	

  
JUEZ-EXPERTO

**Anexo N°1 Validación de instrumento empleado  
INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

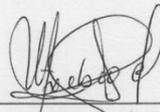
NOMBRE DEL JUEZ	Luz MAGALI EXEBIO CABRERA
PROFESIÓN	LICENCIADA EN ADMINISTRACION
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACION
EXPERIENCIA PROFESIONAL	15 AÑOS
CARGO	TECNICO EN TURISMO
PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA FIDELIZAR AL CLIENTE INTERNO DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L	
DATOS DEL TESISISTA	
NOMBRE	Bances Lloclla Alexis Marcelino
ESPECIALIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Evaluación
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	<u>GENERAL</u>  Diseñar un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa para la fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
	<u>ESPECÍFICOS</u> a) Determinar el perfil estratégico del hotel EL SOLE.I.R.L. b) Identificar el perfil del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
	c) Proponer estrategias de fortalecimiento para la mejora de la gestión administrativa y fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta con 19 preguntas distribuida de la siguiente manera 11 de la variable independiente (gestión administrativa), 8 de la variable dependiente (fidelización del cliente interno). Luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido será sometido a prueba piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación

1) ¿Cuánto conoce usted sobre los objetivos y estrategias de la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <del>X</del> )TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
2) ¿Conoce usted las metas del departamento al que pertenece?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <del>X</del> )TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
3) ¿Cuánto conoce usted del perfil empresarial de la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <del>X</del> )TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
4) ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un Manual de organización y funciones?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <del>X</del> )TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
5) ¿En qué medida conoce usted las normas y valores que establece la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <del>X</del> )TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
6) ¿Conoce usted si se realiza algún proceso de selección al contratar personal para cada área?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <del>X</del> )TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

7) ¿Qué tanto lo capacitan en su empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
8) ¿Se realizan actividades de integración o algún premio por el logro de sus metas?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
9) ¿En qué medida se realiza la rotación de puestos?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
10) ¿En qué medida el líder otorga un asesoramiento u orientación al colaborador?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
11) ¿En qué medida se realiza un control de las actividades que realiza?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
12) ¿Está de acuerdo en que la empresa tenga información personal sobre usted?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
13) ¿Se siente satisfecho con el trato que le brindan sus jefes inmediatos?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

14) ¿Se siente satisfecho de trabajar en hotel EL SOL E.I.R.L.?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (X) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
15) ¿Siente que su jefe inmediato tiene con usted una comunicación asertiva?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (X) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
16) ¿Cree que entre los diferentes colaboradores del hotel existe compañerismo y buen clima laboral?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (X) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
17) ¿Sus opiniones y sugerencias que usted proporciona a la administración son tomadas en cuenta por sus jefes?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (X) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
18) ¿Reconocen o premian con algún incentivo material sus buenas labores al concluir cada mes de trabajo?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (X) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
19) ¿Hacen que sienta que es importante para la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA (X) TD ( ) SUGERENCIAS: _____ _____

PROMEDIO OBTENIDO	N° DE TAJA N° DETD
2. COMENTARIOS GENERALES	
3. OBSERVACIONES	

  
\_\_\_\_\_  
JUEZ-EXPERTO

**Anexo N°1 Validación de instrumento empleado  
INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

NOMBRE DEL JUEZ	<i>José Hontalvo Jiménez</i>
PROFESIÓN	<i>Lic. Ciencias Empresariales</i>
ESPECIALIDAD	<i>Administración</i>
EXPERIENCIA PROFESIONAL	<i>10 años</i>
CARGO	<i>Jefa de recepción y reservas</i>
<b>PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA FIDELIZAR AL CLIENTE INTERNO DEL HOTEL EL SOL E.I.R.L</b>	
<b>DATOS DEL TESISTA</b>	
NOMBRE	Bances Lloclla Alexis Marcelino
ESPECIALIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Evaluación
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	<b>GENERAL</b>  Diseñar un plan de fortalecimiento de la gestión administrativa para la fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
	<b>ESPECÍFICOS</b>
	a) Determinar el perfil estratégico del hotel EL SOL E.I.R.L.
	b) Identificar el perfil del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
	c) Proponer estrategias de fortalecimiento para la mejora de la gestión administrativa y fidelización del cliente interno del hotel EL SOL E.I.R.L.
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta con 19 preguntas distribuida de la siguiente manera 11 de la variable independiente (gestión administrativa), 8 de la variable dependiente (fidelización del cliente interno). Luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido será sometido a prueba piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación

1) ¿Cuánto conoce usted sobre los objetivos y estrategias de la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
2) ¿Conoce usted las metas del departamento al que pertenece?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
3) ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un perfil empresarial?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
4) ¿Conoce usted si la empresa cuenta con un Manual de organización y funciones?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
5) ¿En qué medida conoce usted las normas y valores que establece la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
6) ¿Conoce usted si se realiza algún proceso al contratar personal para cada área?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

7) ¿Cuántas capacitaciones recibe usted al año?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
8) ¿Se realizan actividades de integración o algún premio por el logro de sus metas?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
9) ¿En qué medida se realiza la rotación de puestos?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
10) ¿En qué medida el líder otorga un asesoramiento u orientación al colaborador?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
11) ¿En qué medida se realiza un control de las actividades que realiza?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
12) ¿Está de acuerdo en que la empresa tenga información personal sobre usted?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
13) ¿Se siente satisfecho que con el trato que le brindan sus jefes inmediatos?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

14) ¿Se siente satisfecho que con trabajar en hotel EL SOL E.I.R.L.?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
15) ¿Siente que su jefe inmediato tiene con usted una comunicación personalizada?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
16) ¿Cree que entre los diferentes del hotel existe compañerismo y buen clima laboral?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
17) ¿Sus opiniones y sugerencias que usted proporciona al hotel son tomadas en cuenta por sus jefes?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
18) ¿Reconocen o premian con algún incentivo material sus buenas labores al concluir los meses de trabajo?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
19) ¿Hacen que sienta que es importante para la empresa?	
a) Mucho b) Bastante c) Poco d) Nada	TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

PROMEDIO OBTENIDO	N° DE TA	N° DETD
	19	
2. COMENTARIOS GENERALES		
3. OBSERVACIONES		

  
~~J. J. Ontalvo~~  
JEFE DE RESERVA Y RESERVAS  
JUEZ-EXPERTO

## EVIDENCIAS VISUALES

***Imagen N°1: Encuesta a los colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.L.  
(Departamento de housekeeping)***





***Imagen N°2: Encuesta a los colaboradores del Hotel EL SOL E.I.R.L.  
(Departamento de recepción)***

