



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS
**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE DESARROLLO
ECONÓMICO LOCAL Y LAS VENTAJAS
COMPARATIVAS DEL SECTOR HOTELERO EN EL
DISTRITO DE PIMENTEL-2017**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (es):

**Bach. Gasco Roque Diana Rosa
Bach. Saucedo Fernández Raquel**

Asesor:

Dr. Mego Nuñez, Onésimo

**Línea de Investigación:
Gestión y Competitividad**

**Pimentel – Perú
2018**



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO
LOCAL Y LAS VENTAJAS COMPARATIVAS DEL SECTOR
HOTELERO EN EL DISTRITO DE PIMENTEL-2017**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (a):

**Bach. Gasco Roque Diana Rosa
Bach. Saucedo Fernández Raquel**

**Pimentel – Perú
2018**

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO
LOCAL Y LAS VENTAJAS COMPARATIVAS DEL SECTOR
HOTELERO EN EL DISTRITO DE PIMENTEL-2017**

Asesor (a): Dr. Mego Nuñez Onésimo
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Mg. Carla Angélica Reyes Reyes
Nombre completo Firma

Secretario (a): Mg. Carlos Alberto Otero Gonzales
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Mg. Ericka Julissa Suysuy Chambergo
Nombre Completo Firma

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado fortalezas y salud para llegar a este momento tan especial en mi vida, además de su infinita bondad y amor, a mi madre por su apoyo incondicional en toda esta trayectoria universitaria, por su amor y la motivación constante para ser una persona de bien, a mi padre por su apoyo en todo momento, y el valor mostrado para ser perseverante y salir adelante y sobre todo por su amor, a mis hermanos por estar presentes para apoyarme en los momentos buenos y difíciles.

El presente trabajo le dedico a Dios nuestro padre celestial por brindarme salud la cual me ha permitido llegar hasta este momento de mi vida, y mi motor de salir adelante mi madre quien me brindó su apoyo y confianza incondicional en cada paso que he dado para lograr mis metas trazadas.

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a todas las personas que formaron parte de esta trayectoria que me brindaron los ánimos y el apoyo necesario para lograr un objetivo más en mi vida, agradecer incomparablemente al Dr. MEGO NUÑEZ ONESIMO quien fue mi asesor de tesis, agradecerle por sus conocimientos brindados, su experiencia, su paciencia, por sus críticas contractivas, también por sus revisiones constantes para que mi objetivo sea cumplido y a todos mis profesores por sus consejos y aportar sus conocimientos para mi formación profesional.

Agradecer a Dios por su inmenso amor y por brindarnos a mi compañera y a mí la fortaleza de seguir adelante con nuestro objetivo para cumplir nuestras metas; a mi familia por su apoyo, y sus ánimos para levantarme en momentos difíciles y seguir adelante, agradecer al Dr. MEGO NUÑEZ ONESIMO por sus conocimientos brindados para la realización de nuestro trabajo, y agradecerle infinitamente a mi madre por su apoyo en mi vida cotidiana y profesional.

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y LAS VENTAJAS COMPARATIVAS DEL SECTOR HOTELERO EN EL DISTRITO DE PIMENTEL-2017

STRATEGIC PLANNING OF LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT AND THE COMPARATIVE ADVANTAGES OF THE HOTEL SECTOR IN THE DISTRICT OF PIMENTEL-2017

Bach. Gasco Roque Diana Rosa 1

Bach. Saucedo Fernández Raquel 2

Resumen

Como pregunta del Problema general nos planteamos la siguiente ¿Cuál es la relación entre planeamiento estratégico de desarrollo económico local y las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017?, para solucionar este problema tenemos como Objetivo General Determinar la existencia de la relación entre el planeamiento estratégico de desarrollo económico local y las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017, el tipo de investigación que utilizaremos es Descriptivo – Correlacional; mediante la aplicación de la encuesta a los trabajadores de la municipalidad y el sector hotelero en el distrito de Pimentel obtuvimos los siguientes resultados, que la municipalidad de Pimentel cuenta con visión y objetivos que el personal administrativo desconoce, no aplica estrategias, tampoco tiene un cronograma, procedimientos y presupuesto que estén orientados al desarrollo económico en el sector hotelero, lo que es necesario que la municipalidad tenga en cuenta los lineamientos del plan estratégico y oriente recursos para el sector antes indicado, con respecto al sector hotelero según los estudios realizados tenemos como resultado que no realiza ofertas en temporadas bajas ya que la personas que suelen visitar el lugar se ausentan en dicha temporada tampoco cuentan con tecnología actualizada el cual no les brinda mayor seguridad tanto a los hoteles como a las personas que se hospedan; también Se determinó que los factores de planeamiento estratégico se relacionan con las ventajas comparativas en el desarrollo económico local del sector hotelero en el distrito de Pimentel; confirmando la hipótesis de trabajo.

Palabras claves: Comparativa, Desarrollo, Economía, Estrategias y Planeamiento.

Abstrac

We pose the following: What is the relationship between strategic planning of local economic development and the comparative advantages in the hotel sector in the Pimentel-2017 district? To solve this problem we have as General Objective To determine the existence of the relationship between the strategic planning of local economic development and the comparative advantages in the hotel sector in the district of Pimentel-2017, the type of research we will use is Descriptive - Correlational; by applying the survey to the workers of the municipality and the hotel sector in the district of Pimentel obtained the following results, that the municipality of Pimentel has vision and objectives that the administrative staff does not know, does not apply strategies, nor does it have timetable , procedures and budget that are oriented to the economic development in the hotel sector, which is necessary for the municipality to take account the guidelines of the strategic plan and direct resources for sector indicated above, with respect to the hotel sector according to the studies carried we have as result that does not offer offers in low seasons because the people who usually visit the place are absent in that season nor do they have updated technology which does not provide greater security to both the hotels and the people who stay; It was also determined the factors of strategic planning are related to the comparative advantages in the local economic development of the hotel sector in the district of Pimentel; confirming the work hypothesis

Keywords: Comparative, Development, Economics, Strategies and Planning.

¹ Bachiller en administración, Escuela Académica Profesional de Administración, universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú. Email. groquedian@crece.uss.edu.pe

² Bachiller en administración, Escuela Académica Profesional de Administración, universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú. Email. sfernandezraqu@crece.uss.edu.pe

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad Problemática	2
1.2. Trabajos Previos.	11
1.3. Teorías Relacionadas al Tema.....	21
1.3.1. Planeamiento Estratégico	21
1.5. Justificación e Importancia del Estudio.	42
1.6. Hipótesis.....	43
1.6.1. Objetivo General.....	43
1.6.2. Objetivos Específicos.....	43
II. MATERIAL Y MÉTODOS	45
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	46
2.2. Población y muestra.....	46
2.3. Variables y Operacionalización de Variables.....	48
2.5. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos	51
2.5. Aspectos éticos.	53
2.7. Criterios de Rigor Científico.	54
III. RESULTADOS	55
3.1. Tablas y Figuras.	56
3.2. Discusión de los Resultados.....	76
3.3. Aporte Científico.	79
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
4.1. Conclusiones	93
4.2. Recomendaciones	94
REFERENCIAS	95
ANEXO	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elementos del cuadro de mando integral.	32
Tabla 2. Operacionalización de planeamiento estratégico.	49
Tabla 3. Operacionalización de ventaja comparativa.	50
Tabla 4. Validación.	51
Tabla 5. Planeamiento estratégico.	52
Tabla 6. Ventaja comparativa.....	52
Tabla 7. Criterio de rigor científico.	54
Tabla 8. Conoce la visión de desarrollo económico de la Municipalidad.....	56
Tabla 9. Objetivos para el desarrollo económico del sector hotelero	57
Tabla 10. Qué estrategias aplica la Municipalidad para el desarrollo del sector hotelero ..	58
Tabla 11. Conoce usted la visión institucional.	59
Tabla 12. Cronograma de actividades para el desarrollo del sector hotelero	60
Tabla 13. Plan operativo de evaluación del sector hotelero	61
Tabla 14. Procedimientos para la atención oportuna al sector hotelero.....	62
Tabla 15. Presupuesto que la Municipalidad asigna para el desarrollo del sector hotelero	63
Tabla 16. Costos del servicio hotelero	64
Tabla 17. Calidad de servicio que brinda el hotel.....	65
Tabla 18. Diferencia del servicio del hotel con la competencia	66
Tabla 19. Inversión del hotel en publicidad	67
Tabla 20. Servicios que brinda el hotel	68
Tabla 21. Factores macroeconómicos que afectarían al hotel.	69
Tabla 22. Ofertas que brinda el hotel en temporada alta.....	70
Tabla 23. Ofertas que brinda el hotel en temporada baja.....	70
Tabla 24. Temporada de mayor demanda	72
Tabla 25. Tipo de tecnología que cuenta el hotel	73
Tabla 26. Establecimiento de objetivos específicos, actividades y responsable.	88
Tabla 27. Establecimiento de actividades, acciones y presupuesto.	89
Tabla 28. Cronograma de actividades.	90

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cinco fuerzas de Michael Porter.....	30
Figura 2. Cinco estrategias de negocios.....	33
Figura 3. Diferencias entre ventaja comparativa y ventaja competitiva.....	41
Figura 4. Conoce la visión de desarrollo económico municipalidad.....	56
Figura 5. La municipalidad cuenta con objetivos para el desarrollo del sector hotelero ...	57
Figura 6. La municipalidad de Pimentel aplica estrategia para el desarrollo del sector hotelero	58
Figura 7. Conocen la visión de la institución.....	59
Figura 8. La municipalidad del distrito de Pimentel cuenta con un cronograma de actividades para el desarrollo económico del sector hotelero.....	60
Figura 9. La municipalidad del distrito de Pimentel cuenta con un plan operativo de evaluación del sector hotelero.....	61
Figura 10. La municipalidad cuenta con procedimientos para la atención oportuna del sector hotelero.....	62
Figura 11. Conocen el presupuesto que designa la municipalidad al sector hotelero	63
Figura 12. Costo del servicio hotelero.....	64
Figura 13. Calidad del servicio que brindan los hoteles.....	65
Figura 14. Diferencia del servicio de los hoteles.....	66
Figura 15. Inversión de los hoteles en publicidad.....	67
Figura 16. Servicios que brindan los hoteles.....	68
Figura 17. Factores macroeconómicos que afectarían a los hoteles.....	69
Figura 18. Ofertas que brindan los hoteles en temporadas altas.....	70
Figura 19. Ofertas que brindan los hoteles en temporadas bajas.....	71
Figura 20. Temporada de mayor demanda.....	72
Figura 21. Tecnología con la que cuentan los hoteles.....	73

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Nivel Internacional

Rodríguez (2018), jefe de división de planificación y desarrollo afirmó que en el balneario de Valparaíso ubicado en el país de **Chile**, se busca el propósito de lograr mayores niveles de desarrollo de la comunidad regional, por ello se elaboraron estrategias regionales de desarrollo local que lleven a la ciudad a perfilar una región moderna acorde a las altas demandas que el mercado global de turistas y visitantes internos que demandan; y del cual sectores empresariales deben de estar a la altura de los nuevos desafíos como los sectores de hoteles, agencias turísticas y gastronómicas. Logrando de esta manera un mayor crecimiento de la región, con equidad social y sustentabilidad ambiental, perfeccionando la gestión pública regional, procurando una adecuada coordinación con las instituciones sociales y privadas, en la perspectiva de materializar las acciones que nos permitirán construir el futuro que se proyecta.

El distrito de Pimentel cuando realice su propio plan estratégico de desarrollo local, deberá de reconsiderar algunas experiencias realizadas por otras ciudades - balnearios como lo es: la gestión de la coordinación conjunta entre lo privado y lo estatal; la sustentabilidad del medio ambiente, el cambio de gestión pública, etc. Si desea tener éxito tanto en el diseño, la implementación, el control y seguimiento en el desarrollo de su plan, deberá de tener las competencias y habilidades de gestión para llevar todos estos puntos críticos con éxito.

Torres, Pérez, Hernández y Ortiz (2016), comentan que en **Colombia**, se propuso un modelo de gestión estratégica para el sector hotelero el cual coadyuve tanto al mejoramiento de los servicios turísticos de hospedaje y complementarios así como a la promoción de la ciudad como un destino turístico a nivel nacional e internacional. De esta manera se encontraron problemas muy serios como la falta de compromisos mutuos entre el sector hotelero y la comuna de Ambato, ausencia de objetivos compartidos e improvisación de nuevos escenarios y cambios competitivos entre ciudades. Asimismo, se pudo definir el modelo más adecuado a aplicar.

Sin embargo antes de eso existen muchas variables que definir y dar un espacio de desarrollo para que dicho modelo funcione de manera efectiva como es poner énfasis en la comunicación, integración, compromiso, valores, etc.

Por esta razón, si el sector hotelero quiere ser la palanca del desarrollo en la planeación estratégica de la ciudad de Pimentel deberá primero organizarse y elegir a sus representantes para facilitar los canales de comunicación. Asimismo, deberá vincularse con las autoridades competentes del gobierno local y mantener sostenidamente el compromiso del arduo esfuerzo que conlleva el ejecutar acciones a niveles inter-organizacionales.

Gómez y López (2015), declaran que en **México**, se realizó un estudio profundo y de alta complejidad para diseñar un plan estratégico que logró alcanzar los anhelos de la comunidad, las empresas y el gobierno en conjunto, mediante una participación coordinada e integrada entre todos sus miembros. De esta manera se requirió la participación de 44 destinos claves del país con el propósito de diagnosticar la situación y emprender programas de acciones coordinados de todos los gobiernos locales, federal y en especial de la ciudad de Cancún. Asimismo, la importancia del diagnóstico situacional nos llevaron a conocer la realidad que vive el destino turístico para la explotación de operaciones empresariales es así que el análisis recogió 9 factores estratégicos: oferta turística, democratización de la productividad turística; sustentabilidad turística; formación y certificación; accesibilidad e infraestructura (instalaciones y servicios); seguridad patrimonial y física; promoción y comercialización; gestión del destino; y TICs e información turística. Dichos factores estratégicos deberán dar solución a las cuatro problemáticas más serias encontradas por este estudio que son: la falta de formación en la afluencia de transporte público, desconocimiento del índice de rezago social a nivel destino, falta de una versión compartida que permita articular y equilibrar los programas de gobierno que inciden en la actividad turística y la falta de un sistema de información a nivel destino que evalúe la satisfacción de los visitantes.

Por ello, si el gobierno local de Pimentel desarrolla un plan estratégico integral deberá de realizar un diagnóstico situacional de gran envergadura y encontrar sus propios factores

estratégicos que permitan dar solución a sus problemáticas puntuales, para obtener los resultados y rendimientos futuros que espera.

Gobierno Local de Quito (2016) ubicado en el país de **Ecuador**, declaró que realizar un plan estratégico de desarrollo en turismo sostenible teniendo como actores al sector hotelero es un reto de grandísima embergadura por tener muchísimos actores presentes en la acción de ejecución y alineamiento a los objetivos y estrategias propuestas. Asimismo, el gobierno manifestó que los principales problemas a resolver cuando se hace un plan estratégico de desarrollo local es responder definitivamente a preguntas clave como: ¿Dónde estamos ahora?, ¿Cuál es nuestra estrategia actual?, ¿Cómo llegamos a nuestros objetivos? Y ¿Adónde queremos llegar? Todo esto debe estar contenido en un diagnóstico situacional realizado de manera profunda y muy profesional ya que de este diagnóstico se determinarán las estrategias a seguir. En este sentido, el gobierno local de Píntel antes de emprender un plan estratégico de desarrollo debe de tomar en cuenta herramientas técnicas de planificación que le ayuden a responder a interrogantes claves como las mencionadas anteriormente, con la finalidad de tener muy presente que es lo que quiere lograr y la forma de cómo lo hará, esto le dará las habilidades para ser más eficiente en todos los recursos que emplean sus actores y extraer con ello las mejores ventajas comparativas con sus principales balnearios de competencia.

Álvarez (2014), manifiesta que en **España**, uno de los principales problemas que enfrentan los balnearios de ese país se deben a falta de control y seguimiento de la planeación estratégica local, ello se debe a la ausencia de una gestión eficiente en procesos y políticas de planificación que engloben la calidad a fin de configurar mejor los puntos más fuertes detectados en cada balneario. Asimismo, la falta de comunicación entre la administración local y la sociedad hace que el compromiso por realizar los cambios más pertinentes se desplomen a causa de la desmotivación y comprensión entre sus involucrados recordando que el desarrollo local no solo depende del gobierno de turno, sino que también de la participación activa de empresas y sociedad que trabajen una tríada eficiente de ideas y acciones pertinentes en beneficio de cada uno de estos actores.

Por otro lado, la gestión de empleados y el aprendizaje son uno de los principales factores críticos en desarrollar la ventaja comparativa del sector hotelero siendo esta una línea delicada de la estrategia por la capacidad que tiene estos principales recursos para transformar la realidad y solucionar problemas a nivel organizacional.

En este sentido, si el gobierno de Pimentel, las empresas y la sociedad comparten la misma visión de desarrollo, mediante la explotación del acervo cultural y el crecimiento de sectores industriales claves como: la hotelería turística y gastronómica. Entonces, deberá de considerar de manera fundamental buenas estrategias de control y seguimiento de su propio plan estratégico local, así como de tomar en cuenta los factores críticos de gestión y aprendizaje tanto para los trabajadores de las empresas hoteleras y como de la municipalidad.

Ministerio de Relaciones Exteriores de **Panamá** (2014), declaro que la planeación estratégica es una poderosa herramienta de gestión que permite apoyar a la toma de decisiones de las organizaciones en torno a su quehacer actual y al camino que deben recorrer para adecuarse a las demandas que les impone el entorno, logrando la eficiencia, eficacia y calidad de bienes y/o servicios que provee. De esta manera, dicha herramienta logra enfrentar de manera más certera y con bajo riesgo situaciones futuras, desarrollando y manteniendo una dirección predeterminada que alinea propuestas y recursos de la misma, ayudando con ello a orientar los esfuerzos y recursos que logran transformar la realidad. Asimismo, permite también desarrollar ventajas comparativas con otras localidades del mismo país o de otros continentes con la finalidad de identificar y definir que ventajas pueden ser adaptas, reforzadas o cambiadas para utilizar de manera mas efectiva los recursos con los que cuenta el gobierno, el sector o la empresa en sí misma.

De acuerdo a lo mencionado, el gobierno local de Pimentel debe de tomar conciencia que realizar una planeación estratégica es obtener como resultados mayores rendimientos de los recursos que se les asigna, asimismo aproximarse de la mejor forma con el menor esfuerzo y el mayor beneficio al logro de sus objetivos. Además de encontrar ventajas comparativas con los sectores empresariales que se involucraran en su accionar pues sin ellos dicha planeación no tendría los beneficios socioeconómicos esperados.

Vasconcelos (2013), expresa que, en **Argentina**, se realizó un estudio para determinar qué ventajas comparativas tiene este país respecto a su principal competidor Brasil. El estudio tuvo como resultados que existen dos factores determinantes del porque Argentina tuvo mejor actuación de producción en la última década y estos se debió a mayor grado de apertura en el comercio exterior y una buena mezcla de superávit fiscal y récord de inversión pública, al tiempo que esto frenaba la inversión en Brasil. De esta forma, aquellas ventajas comparativas definen una agenda de reformas y de políticas que se deben de hacer con gran esfuerzo por que valen la pena permitir aprovechar mejor la expansión del propio mercado, dejando a salvo las empresas locales de algunos lastres de la competitividad que subsisten en el país, como es el caso de todo el sector hotelero que dinamiza esa economía.

En consecuencia, Pimentel necesita compararse a su principal balneario competidor para saber su actuación actual y conocer que hace mejor que él resto, esto se hace con la finalidad de definir fortalezas y debilidades que encaminen la forma de cómo se debe de diseñar las estrategias que lleven al distrito al éxito del reconocimiento en la excelencia como el principal balneario turístico del norte del país.

Nivel Nacional

Aguirre (2018), manifiesta que el plan estrategico de desarrollo local en el distrito de Huanchaco – **Trujillo**. Tiene como bases ser una experiencia exitosa, para realizar los cambios pertinentes que se requiere en la gestión y asegurar un presupuesto participativo democrático, dentro de los objetivos de desarrollo del plan, que aperture oportunidades tanto a niveles locales, nacionales e internacionales. Asimismo, uno de los principales desafíos fue seleccionar al equipo técnico adecuado y a los participantes involucrados, además de lograr objetivos mediante un proceso de concertación que necesito del apoyo, voluntad política y liderazgo local, al servicio de los ciudadanos.

En este sentido, los responsables competentes necesitan tomar en serio el apoyo, la voluntad política y el liderazgo local para el éxito de la planeación, así mismo existen dos realidades y dos desafíos separados, pero intrínsecamente juntos uno es la parte técnica de la formulación e implementación y la otra es el sostenimiento del control y el liderazgo.

Di Liberto, Estela, Naquiche y Pérez (2017), expresan que la ciudad de **Piura**, tiene problemas de planeación estratégica para su desarrollo que se ven reflejados en cuanto a que no alcanzado en su etapa de ciclo de vida de crecimiento, no ha destacado como lugar de destino preferido por los turistas, tienen ausencia de crecimiento socioeconómico, entre otros. Por tal motivo carece de reconocimiento internacional, desarrollo sostenido de su economía y sus servicios turísticos de calidad. Asimismo, existen otros problemas que obstaculizan al diseño del plan estratégico como son: el compromiso y apoyo de todos los involucrados en el sector, es decir, los operadores turísticos, las entidades públicas relacionadas e incluso la comunidad vinculada para dar solución a precaria infraestructura hotelera existente, el crecimiento exponencial de la informalidad comercial, abrir nuevas rutas y pistas de llegadas a la ciudad y mejorar el acceso y los destinos del aeropuerto.

Asimismo, Pimentel debe de trabajar arduamente en todos aquellos elementos que podrían impedir el desarrollo de sus planes estratégicos y la mejor manera de hacerlo es vinculando a tres ejes fundamentales: estado, empresa y sociedad en general. La visión que se debe de trazar este plan debe ser de tal magnitud que pueda beneficiar a todas sus partes y que cada una saque un provecho y beneficio de forma equitativa y con igualdad de oportunidades y desarrollo.

Gobierno Regional de **Tumbes** (2017), las autoridades y responsables competentes declaró que al hacer su plan de desarrollo regional concertado se encontraron con diversos problemas entre ellos: la falta de capacidad para reflexionar y comprender a diversos participantes como las universidades, municipalidad, ciudadanía, instituciones privadas, públicas, etc. Además, otro problema fue elegir las técnicas de participación y el cronograma adecuado donde todos coincidieran con su presencia, entre otros aspectos técnicos. El resultado general fue lograr concretar acciones estratégicas para la consecución de objetivos propuestos, enfocados a: servicios públicos, gobernanza de riesgos ante desastres, igual de oportunidades y seguridad ciudadana.

En consecuencia, las autoridades competentes del gobierno local de Pimentel deben de tener presente ejes estratégicos claves como la seguridad ciudadana, los servicios públicos y riesgos ante desastres.

Todo es importante para atraer mejores inversiones al balneario de Pimentel y en especial a los del sector hotelero ya que ellos son capaces de atraer grandes flujos de movimientos empresariales debido a que están intrínsecamente ligados al transporte, la gastronomía, agencias de viajes, etc.

Samaniego (2016), Gerente regional de planeamiento presupuesto y acondicionamiento territorial de la ciudad de **Cuzco**, manifiesto que los primeros desafíos en el diseño de un plan estratégico para el desarrollo local son la comunicación, acuerdos y compromiso de todos los involucrados los cuales son: gobierno regional, gobierno local, instituciones públicas de la región, instituciones y organizaciones de la sociedad civil organizada, empresas y ciudadanía en general. Superado el primer desafío lo que sigue es una propuesta que contenga: la visión compartida de todos los participantes, así como los lineamientos de desarrollo regional, las dimensiones estratégicas del desarrollo regional, los objetivos estratégicos, estrategias regionales y los indicadores de medición. Asimismo, es importante también definir una metodología participativa antes, durante y después de todo el proceso de actualización del plan considerándose para ello una combinación entre diferentes técnicas tales como grupos focales, talleres participativos, reuniones inter-institucionales y otros.

Por ello las autoridades y responsables competentes de Pimentel en su realización y proceso de planeación estratégica, deben de poner énfasis en asuntos muy delicados de diseño como lo es: el involucrar estrategias de participación, en donde todos tengan no solo el interés de participar, sino también la necesidad de aportar eso le dará cuerpo a la ejecución de las estrategias y por ende su debido encausamiento de recursos limitados con los que se cuentan.

Morales, Ojeda, Ojeda y Rojas (2016), declaran que en la ciudad de **Arequipa**, para realizar un plan estratégico es necesario primero determinar que problemáticas aborda esta localidad para tener un buen diseño de planeamiento que refuerce las fortalezas, disminuya las debilidades, diseñe estrategias y determine objetivos.

Es así que la planeación hecha en esta ciudad busca transformar la situación presente, mediante las inversiones públicas y privadas, y habilitando vías de comunicación eficientes

mediante el sustento de una visión de crecimiento económico para mejorar la calidad de vida. El principal problema que tiene dicho estudio es el análisis del macro y micro entorno, debido a la alta complejidad de actores presentes en la región los cuales dificultaron en su inicio la síntesis de la auditoría externa e interna de la ciudad.

Por tal motivo, si el distrito de Pimentel anhela el desarrollo local, tendrá que hacer uso de la herramienta de gestión como lo es la planeación estratégica teniendo de ante mano el alto grado de elementos que analizar y auditar. Asimismo, deberá de encontrar sus propias fortalezas y debilidades antes de trazarse objetivos reales y que se pueda cumplir, solo de esta manera podrá obtener las estrategias esenciales que necesita para alinear sus recursos hacia el logro de su visión, con el esfuerzo conjunto de sectores claves como el hotelero.

Pérez (2014), el gerente regional de planeamiento, presupuesto y acondicionamiento territorial de **Tacna**, manifiesta que el plan estratégico conlleva a un mapa de acciones en el largo plazo, convoca recursos técnicos financieros, esfuerzos individuales e institucionales para alcanzar una imagen colectiva de desarrollo. Asimismo, dicho plan debe de definir ejes estratégicos que permita encausar y dirigir todos los recursos con los que se cuentan para lograr el resultado que se espera, como por ejemplo: el plan estratégico de Tacna requirió de elaborar según sus necesidades y objetivos seis ejes estratégicos que son: derechos fundamentales de la persona e identidad, oportunidades y acceso a servicios, estado y gobernabilidad, economía diversificada, competitividad e innovación, territorio e infraestructura, ambiente, recursos naturales y riesgo de desastres los cuales permiten todos ellos en conjunto alcancen la satisfacción y felicidad de los ciudadanos.

En este sentido, Pimentel si desea elaborar un planeamiento estratégico de desarrollo tiene que considerar la cantidad y capacidad de todos los recursos que cuenta para determinar objetivos que pueda alcanzar en el largo plazo. Asimismo, tendrá que definir ejes estratégicos y considerar dentro de ellos el riesgo de desastres naturales, esto le dará una trascendencia y responsabilidad a la planeación por considerar en prospectiva un desarrollo completo del distrito.

Gobierno Local de **Huarmey** (2014), declaró que en desarrollo de su plan estratégico de desarrollo local se encontraron con diversas dificultades para su concreción entre algunas

de ellas fueron: la articulación sistemática de la integración de dimensiones que convergen hacia la mejora de la calidad de vida de la población, así como involucrar a todas las partes bajo un carácter participativo que demuestre y exprese sus aspiraciones de desarrollo y a partir de la elaboración del instrumento de gestión se contruya el futuro de la localidad. Por último, el plan debe de contener las problemáticas tanto de la comunidad, sectores empresariales importantes, instituciones del estado y grupos sociales organizados.

Por ello, el distrito de Pimentel a la hora de abordar un plan estratégico de desarrollo debe de realizar una invitación a todos aquellos que se encuentren afectados tanto por el desarrollo o el atraso de la región.

Nivel Local

La Municipalidad de Pimentel se encuentra conformada por el consejo, la alcaldía y gerencia los cuales son el órgano máximo de gobierno de la municipalidad, por ende, están encargados de fiscalizar y administrar, es decir, de ellos depende el desarrollo económico local, dependiendo a los tipos de proyectos que se realicen. Sin embargo, carecen de una visión prospectiva, falta un estilo de gestión eficiente, tienen ausencia de liderazgo e incompetencias para alcanzar objetivos.

Asimismo, la municipalidad de Pimentel también está conformado por la oficina de planificación y programación presupuestal la cual es un órgano encargados de formular, controlar, evaluar y viabilizar los proyectos de desarrollo económico local en base a todos los sectores, ya sea a mediano corto o largo plazo y de esta manera promover y orientar al desarrollo del distrito. No obstante, tienen deficiencias para ejecutar acciones que encausen los recursos hacia el desarrollo de las estrategias, carecen de un método de control y seguimiento eficiente, falta una metodología de evaluación e indicadores que midan el avance del desarrollo económico.

Por otro lado, la estructura orgánica del área de desarrollo económico local se encarga de: promover, planificar, diseñar, organizar, conducir y supervisar.

Pero la realidad es otra, pues no brinda asiento a sus principales interesados como: capacitaciones, charlas, incentivos, etc. Asimismo, respecto al sector hotelero, no le brinda

ningún apoyo en especial; esto quiere decir que la municipalidad no hace ningun tipo de actividad para contribuir con el desarrollo socioeconomico del distrito de Pimentel, a través de este importantísimo sector económico.

Además, sus oficina no cuenta con infraestructura (escritorio, computadoras, archivos, etc.), de manera que las personas a cargo en dicha área tiene dificultades para el desarrollo de sus actividades. Por último, no cuenta con tecnología que les permitan realizar sus funciones de una manera correcta mediante del acceso a información rápida y oportuna.

1.2. Trabajos Previos.

Internacional.

Domínguez y Sáez (2016), en la ciudad de **Valencia – España**, se realizó una investigación sobre: “La planificación estratégica urbana: inovación y comunicación para renovar la ciudad de Valencia”. El objetivo principal de la investigación fue diseñar una planificación estratégica en la ciudad de Valencia. Se obtuvo las siguientes conclusiones: el plan es el bastidor sobre el que se van engarzando las actuaciones de los principales agentes, las protestas de quienes no se sienten llamados a intervenir, las reacciones de los partidos políticos de la oposicion municipal, mientras va calando en la ciudadanía una visión de la ciudad ambiciosa y posible.

Asimismo, existieron algunos obstáculos para el proyecto estratégico previstos que no pudieron llevarse a cabo, debido a la falta de participación, la carencia del impulso hacia el cambio y las nuevas ordenanzas municipales. Por último, la publicidad de un plan estratégico y su conocimiento en toda la localidad tienen efectos positivos sobre la comunicación y la convocatoria en la zona de planeación.

Morales (2016), en la ciudad de **Bahía Blanca – Argentina**, se realizo una investigación sobre: “Estrategias de desarrollo turístico en la ciudad de Belén, Catamarca a partir de la planificación participativa”. La hipótesis que se pretendió probar fue:

Los componentes del espacio turístico y la participación de la población local, permiten diseñar estrategias para desarrollar la actividad turística en la ciudad de Belén. Se llegó a tener las siguientes conclusiones: para poder estructurar de forma racional, eficiente y sustentable el desarrollo de destinos turísticos, es necesaria la aplicación de un proceso de

planificación participativa, que permita definir el camino a seguir, estableciendo los puntos de inicio y finalización. Asimismo, los participantes locales a lo largo del taller participativo, reconocieron que Belén no surgió como destino turístico a partir de una visión compartida por la comunidad, sino que lo hizo a partir de los visitantes que fueron llegando al lugar, esto tiene implicancias determinantes a la hora de reflexionar en la visión compartida y en el reconocimiento e identidad del lugar. Por último, se halló que la ciudad no estaba preparada para recibir turismo, es decir, los participantes recordaron sentirse “invadidos” por una demanda en principio de turistas lo que ocasiono ver a la planeación de desarrollo como amenaza más que como una oportunidad.

Goulotuña y Yungán (2013) en el balneario de **Ushimana – Ecuador** se realizó una investigación sobre: “Diseño de un plan estratégico para el desarrollo y posicionamiento del balneario Ushimana”. El objetivo principal fue diseñar un plan estratégico aplicable al balneario Ushimana. Se llegó a las siguientes conclusiones: la ausencia de una planificación en el balneario, ha ocasionado que la organización no cuente con objetivos estratégicos que le permita alcanzar un desarrollo sostenido a través del tiempo, esto ha limitado las probabilidades para que la empresa pueda identificar problemas y nuevas oportunidades que le permita tomar acciones direccionadas a lograr competitividad en el mercado.

Asimismo, la carencia de una estructura organizacional, es uno de los factores causantes para que exista un desperdicio de recursos, por lo tanto, la forma empírica en que se desarrollan las actividades en los puestos de trabajo impiden el uso eficiente de los mismos, limitando su crecimiento económico e institucional. Por último, las estrategias y proyectos propuestos para el balneario, permiten orientar las actividades y recursos de la organización al mejoramiento de sus resultados anuales de rendimiento, mediante la innovación y constante mejoramiento en la entrega de servicios de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes, pretendiendo sembrar en ellos el deseo de volver.

Mendoza (2013), en la ciudad de **Cartagena de Indias – Colombia**, se realizó una investigación sobre: “Diseño de plan estratégico 2013 – 2017 de la empresa Patricia Ramirez. El objetivo general fue formular el plan estratégico 2013 – 2017, para la empresa Patricia Ramirez, con el fin de mejorar sus procesos, y a su vez optimizar su gestión en general. Se

llegó a tener las siguientes conclusiones: el crecimiento de las importaciones y el contrabando, ocasiona la entrada de nuevos competidores, esto representa un alto grado de rivalidad entre las empresas comercializadoras de vestidos de baños y accesorios para playa, por lo que la competencia se vuelve cada vez más fuerte en esta industria. Asimismo, La empresa Patricia Ramírez es consciente de la importancia de la responsabilidad social empresarial, por eso contribuye con el apoyo económico a fundaciones que luchan contra el cáncer de seno y la alfabetización infantil. Además, comercializa productos amigables con el medio ambiente. Por último, Otro aspecto a recalcar es la ubicación costera y turística de la ciudad de Cartagena, la cual, le facilita a la empresa Patricia Ramírez, la venta de los vestidos de baño y accesorios de playa.

Carrión (2013), en la ciudad de **Loja - Ecuador** se realizó una investigación sobre: “Planeación Estratégica para la empresa comercial FERVAZ de La Ciudad de Loja Periodos: 2012 - 2016” de la Universidad Nacional de Loja para optar el Grado de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor. Concluyo: que no aplica la Planeación Estratégica en la empresa, por lo que es importante que tome en cuenta las propuestas realizadas para que cambie en lo que está fallando y por ende tenga un mayor crecimiento en ventas.

Asimismo, recomienda que se debe Considerar la planeación estratégica propuesta la misma permitirá direccionar procesos hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos como ventaja competitiva, dinámica, flexible y capaz de adaptarse a situaciones cambiantes en el tiempo. Por último, nos da a entender que el planeamiento estratégico en el sector hotelero es muy importante, porque a través de él podemos ver en que estamos fallando y así poder implementar nuevas estrategias, las cuales nos permitan mejorar la situación del sector.

Brunet (2013), en **Mar de Plata – Argentina**, se realizó una investigación acerca de: “Desarrollo, planificación estratégica y corporativismo local: el caso de Mar de Plata”. Afirmar que el modelo de participación practicado y el contexto histórico-social se correlacionan con un estilo participativo propio de lo que denominamos “vendedores de fantasías”. Un prototipo de estos vendedores es el Asesor Metodológico del Plan Estratégico del Mar de Plata. Asimismo, el proceso de planificación analizado constituye un fenómeno social altamente representativo de la sincronización de las ciudades, bajo el lema de la

planificación estratégica para el desarrollo. En este sentido, la lógica de esta investigación empírica sirve como una referencia de interpretación de las distorsiones e imposiciones que afectan a la democracia participativa, sin que ello excluya que se puedan dar experiencias de participación social sin ser afectados por la dominación de elites locales, regionales o nacionales. Por último, investigación apenas se observan colectivos organizados, excepto el caso de los Auto convocados PEM, que pretendieran la transformación del espacio urbano y entrasen en algún tipo de relación de oposición a las autoridades institucionales y a los agentes locales que dictaminan las agendas locales y territoriales. Así, el Plan Estratégico de Mar del Plata es producto de determinados sectores empresariales, y son ellos los que invitan al sector público y a otros sectores empresariales, profesionales y sociales a colaborar en el proceso de planificación.

Barreiros (2013), en **Ecuador** se realizó una investigación acerca de: “Planificación Estratégica como una Herramienta de Gestión para promover la Competitividad en la empresa KAWA MOTORS” de la Universidad Central Del Ecuador para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas. Llegó a la conclusión que en la empresa es necesario implementar el planeamiento estratégico porque contribuirá para lograr una institución que tenga los procesos organizados y sistematizado, de esta manera lograr una mejor atención a los clientes. Asimismo, recomienda difundir, implantar y evaluar el cumplimiento de la planificación estratégica que se ha diseñado para KAWA MOTORS; y así conseguir los objetivos deseados satisfaciendo y llenando las expectativas tanto de los clientes internos como externos. Por último, nos da a entender que es necesario que el sector hotelero emplee un planeamiento estratégico el cual le permita alcanzar sus objetivos y realice estrategias para poder lograr la satisfacción del cliente y así aportar al desarrollo económico de su población.

Nacional

Villarreal, Justo, Correa y Arriola (2017) en **Trujillo** se realizó una tesis sobre: “Planeamiento estratégico de la provincia de Trujillo”. El objetivo principal fue desarrollar ventajas competitivas de la provincia de Trujillo. Para ello se obtuvo una muestra censal de 4 altos ejecutivos. Para la recolección de los datos se aplicaron entrevistas personales. Se llegó

a obtener las siguientes conclusiones: El potencial de crecimiento económico de la provincia se debe a: la diversidad de sectores económicos donde se puede desarrollar la innovación, una inmensa cultura e historia, clima agradable para vivir y también para desarrollar negocios que se ve fortalecida por el buen desempeño macroeconómico del país.

Asimismo, existen amenazas que estratégicamente se deben evitar y mitigar; el bajo desarrollo y uso de la tecnología, las provincias vecinas que desarrollan productos similares y ofrecen nuevos escenarios para atraer inversión, el entorno económico mundial que cada vez se está desacelerando en su consumo ofrecen un riesgo que se debe atender. Por último, internamente la provincia de Trujillo cuenta con una población joven, nivel educativo superior al promedio del país, sectores económicos diversificados y con amplia experiencia en manufactura y agroindustria que ofrecen la oportunidad de explotarlos y generar productos con alta calidad y con un valor agregado proveniente de la innovación.

Cóndor, Fernández, Mejía y Minaya (2017) en **Piura** se realizó una investigación sobre: “planeamiento estratégico para la provincia de Piura”. El objetivo principal fue desarrollar un plan estratégico para la provincia de Piura. Para ello se obtuvo una muestra censal de 8 altos ejecutivos del gobierno regional de Piura. Para la recolección de los datos se aplicaron una entrevista. Se llegó a obtener las siguientes conclusiones: Luego de hacer el análisis externo del sector turístico de la Región Piura se encontraron las siguientes oportunidades: crecimiento de demanda del turismo y ecoturismo a nivel mundial estabilidad geopolítica del Perú, ambiente apto para negocios, crecimiento económico del Perú, acuerdos regionales comerciales (tratados), apertura internacional (visas), entre otras. Además, se encontraron las siguientes amenazas:

Infraestructura de servicios y de transportes deficiente a nivel nacional, la tecnología no ha sido integrada a los operadores turísticos, bajos estándares de seguridad, higiene y servicios de salud en los destinos turísticos y mejora de atractividad turística de los países de la región. Asimismo, existe la unión de la sociedad civil para lograr objetivos comunes a través de distintas asociaciones. Por último, la región, posee potencial de desarrollo económico, siempre que logre generar mayor interés en los inversionistas privados. Tiene una economía diversificada en sectores como agroexportación, turismo, energético, entre otros; los cuales

atraen en la actualidad la mayoría de los recursos productivos y además Es necesario promover la inversión en hoteles, hospedajes y hostales formales que estén debidamente categorizados y clasificados, a fin de poder incrementar la capacidad de atención a turistas nacionales y extranjeros.

Ante, Camarena, Marchand y Tito (2017), en **Moyobamba** se realizo una investigación sobre: “Planeamiento estrategico para la provincia de Moyobamba”. El estudio como objetivo general desarrollar un plan estrategico inegral. Para ello se tuvo una muestra censal de 10 altos ejecutivos del gobierno regional de Moyobamba. Para la recolección de los datos se utilizó la entrevista. Se llegó a tener las siguientes conclusiones: para lograr un desarrollo real y sostenible, la provincia de Moyobamba requiere de una visión que persiga un cambio en las actividades que generan riqueza, apuntando a la productividad lo que conllevará a una mejor calidad de vida a su población. Asimismo, El principal competidor de la provincia de Moyobamba en temas de turismo es la región Amazonas, debido a que cuenta con Kuélap como atractivo turístico, y con la inversión adecuada en infraestructura podría convertirse en un polo turístico importante en el país. Por último, las ventajas comparativas existentes, como son los recursos naturales y la biodiversidad, las cuales no son empleadas correctamente y en algunos casos no son empleadas.

Ballinas, Reynoso, Romero y Salazar (2017) en **Ica**, se realizó una tesis sobre: “Planiamiento estrategico de la provincia de Ica”. El objetivo general de la investigación fue: elaborar un plan estrategico para la provincia de Ica. Para ello se tuvo una muestra censal de 15 altos ejecutivos del gobierno regional de Ica.

Para la recolección de los datos se utilizó la entrevista. Se llegó a obtener las siguientes conclusiones: la provincia de Ica presenta muy pocas ventajas competitivas, pero con la implementación de este plan estratégico se desarrollarán más en el transcurso de los próximos 10 años. Asimismo, los principales aspectos estratégicos son los siguientes: desarrollo del turismo receptivo, gestión medio ambiental, desarrollo de las competencias del recurso humano, desarrollo de infraestructura vial y formalización de todos los productores y prestadores de servicios. Po último, es indispensable el desarrollo de las competencias y habilidades del recurso humano así como de la mano de la expansión de servicios y

principalmente de infraestructura. Entonces, el desarrollo de ventajas competitivas solo se dará con el trabajo conjunto de pobladores, empresarios y entidades gubernamentales.

Alvarez, Ballero, Conislla y Meza (2017), en **Ucayali** se realizó una tesis sobre: “Planeamiento estratégico para la provincia de Ucayali a 2030”. El estudio tubo como objetivo general Diseñar un plan estratégico para la provincia de Ucayali al 2030. Para ello se tuvo una muestra censal de 10 altos ejecutivos del gobierno regional de Ucayali. Para la recolección de los datos se utilizó la entrevista. Se llegó a obtener las siguientes conclusiones: las principales fortalezas identificadas en Ucayali son: disponibilidad de áreas de cultivo para desarrollo la actividad agrícola, ubicación estratégica del puerto de Contamana, alto porcentaje de población joven, elevada cobertura satelital y existencia de convenios de cooperación técnica. Asimismo, entre sus debilidades destacan: escasa difusión de sus productos y servicios, bajo nivel técnico de los productores agrícolas, reducción gradual del presupuesto de ingresos asignado a la provincia y baja cobertura en telefonía móvil, fija e internet. Por último, las oportunidades que se identificaron son: base política y legal en favor de la producción agroindustrial de cacao y turismo, crecimiento de la economía, existencia de un programa de cobertura de telecomunicaciones, aumento de la inversión en tecnología e investigación y abundancia de zonas protegidas en la región que permitirán la promoción de turismo. Además, las amenazas para la provincia son: gestión pública deficiente para asignación de recursos a la región, ausencia en el plan de red de fibra óptica y acercamiento de actividad deforestadora.

Jave (2015), en el **Callao** se realizó una investigación sobre: "Comercio Exterior De La Región Huanca Velica Con Sus Ventajas Comparativas Y Competitivas" de la Universidad Nacional Del Callao. Concluyó que entre ellos la tecnología e innovación, son instrumentos eficaces para dinamizar y hacer competitivos a los territorios, mediante la interacción, movilización y regulación de agentes económicos, recursos e infraestructuras, y la innovación y/o adaptación de nuevas tecnologías. Asimismo, recomienda que, durante la etapa de planeación, específicamente durante la selección y elaboración de las estrategias de mercado, es preciso realizar un análisis cuidadoso de las características de la empresa u organización. Por último, nos quiere decir que hoy en día la tecnología se ha convertido en un instrumento

indispensable para el sector permitiéndole mejorar la competitividad en el mercado y lograr la diferenciarse de los demás con buenos resultados.

Sáenz (2014), en **Lima** se realizó una investigación sobre: “Elaboración Del Planeamiento Estratégico Del Sistema De Información Para Una Empresa De Servicios Gráficos” de la Pontificia Universidad Católica Del Perú para optar el Título de Ingeniero Informático, que presenta el bachiller. Llegó a la conclusión que un Planeamiento Estratégico del Sistema de Información es necesario que la empresa tenga claramente definidos su misión, visión, objetivos y estrategia como mínimo, siendo lo ideal que contara con un plan estratégico de negocio debidamente elaborado.

Asimismo, recomienda que para futuros proyectos de planeamiento estratégico del Sistema de Información mantener un proceso ordenado a lo largo de su ejecución, sin perder de vista aquellos aspectos que se desea sean las fortalezas del sistema de información ni de los objetivos de negocio que se desea alcanzar a través del mismo. Por último, nos dice que el planeamiento estratégico es una herramienta que nos brinda la información necesaria de la empresa, y de cómo puede alcanzar su objetivo manteniendo en orden su ejecución, logrando así una mejora en la toma de decisiones dentro de la empresa.

Local

Cuadros, Palomino, Talavero y Vásquez (2017) en su tesis: “Planeación estratégica en la provincia de Chiclayo 2016 – 2026”. El objetivo general fue Diseñar una planeación estratégica a la provincia de Chiclayo. Para ello se contó con una población del cual fue: Tomama como muestra censal concerniente a 6 altos ejecutivos del gobierno local de Chiclayo. Para la recolección de datos se utilizó la entrevista. Se llegó a tener las siguientes conclusiones: mediante el análisis externo (PESTE) se identificaron tanto oportunidades como amenazas. Las oportunidades más relevantes para la Provincia de Chiclayo son: (a) crecimiento y estabilidad económica del país, (b) estabilidad política del país, (c) incremento de la inversión nacional y extranjera, (d) firma de tratados de libre comercio, (e) incremento de la demanda de uso de TIC's; (f) privilegiada ubicación geográfica del Perú en América del Sur y (g) conciencia ecológica a nivel mundial. Asimismo, se identificaron las siguientes amenazas: (a) incertidumbre de la economía mundial y su impacto en la economía del Perú,

(b) el cambio climático: Fenómeno del Niño, (c) incremento de la inseguridad en el país, (d) limitación en la toma de decisiones estratégicas del Poder Ejecutivo ante una falta de mayoría en el Congreso de la República. (e) Falta de eficacia en las políticas de descentralización, (f) alto nivel de corrupción e informalidad a nivel nacional, (g) deficiente calidad de la educación en el país; y (h) conflictos sociales que generan riesgos sobre la inversión privada, nacional y extranjera. Por último, los Factores Clave de Éxito que encaminaran a la Provincia de Chiclayo hacia un territorio o ciudad inteligente son los siguientes: (a) alto nivel de educación superior, (b) seguridad ciudadana, (c) PBI per cápita comparable con una economía desarrollada, (d) eficiente ejecución presupuestal (e) percepción de la corrupción, (f) eficiente gestión medioambiental, (g) infraestructura vial apropiada (h) acceso a servicios de agua y desagüe (i) alto número de turistas y (j) acceso a internet.

Arriola, Moltalvo y Lara (2017), en su tesis: “Plan estrategico empresarial del restaurante Hebrón S.A.C de la ciudad de Chiclayo”. El objetivo principal fue diseñar un plan estrategico empresarial del restaurante Hebrón S.A.C de la ciudad de Chiclayo. Para la recolección de los datos se utilizó la entrevista. Se llegó a tener las siguientes conclusiones:

el ambiente externo muestra oportunidades que los directivos se han propuesto aprovechar, el Estado Peruano está apoyando las iniciativas empresariales dentro del sector gastronómico debido a que genera una fuente de ingresos a la población y mueve el sistema productivo nacional; existen amenazas en el entorno y los competidores son conscientes de ellos, pero las estrategias a implementar están direccionadas a minimizarlas.

Asimismo, el proceso estratégico se ha realizado de manera rigurosa, permitiendo establecer estrategias de corto, mediano y largo plazo, habiendo utilizado una serie de matrices a modo de tamices, lo que asegura que ellas permitirán conseguir los objetivos de largo plazo, en concordancia con los intereses organizacionales que la empresa se ha trazado al inicio del presente estudio. Por último, la decisión estratégica de certificarse en ISO 9001, es importante para generar un servicio de calidad, obtener la confianza y el reconocimiento del público y hacer frente a la competencia. La calidad en los bienes, alimentos y bebidas, así como la atención esmerada por parte de los trabajadores hará que la marca Hebrón sea reconocida como una empresa líder de la región.

Sosa (2016), en su tesis “Propuesta De Un Plan Estratégico Y Cuadro De Mando Integral Para La Contribución Y Mejora De La Gestión En La Institución Estrellas De Belén Del Distrito De La Victoria En El Periodo 2014” de la Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo para obtener el grado Contador Público. Llegó a la conclusión que la planeación estratégica es una herramienta de gestión; como tal, su implementación en la empresa lleva consigo un esfuerzo por parte de la gerencia de la empresa y cada una de sus áreas. Asimismo, recomienda implementar evaluaciones de desempeño mensuales para que los empleados conozcan su rendimiento, cuáles son sus deficiencias para que trabajen en estas y mejoren su productividad en la empresa. Por último, nos da a entender que el sector hotelero debe dar a conocer lo que cada empresa tiene en mente realizar, para que cada empleado tenga un conocimiento de lo que la empresa busca lograr y halla un mejoramiento de productividad y esfuerzo por parte de ellos.

Gonzales Roque (2015), en su tesis “Planeamiento Estratégico Informático Para Mejorar La Gestión Del Programa De Complementación Alimentaria De La Municipalidad Provincial De Lambayeque - 2014” de la Pontificia Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo para Obtener El Título Profesional de Ingeniero en Computación E Informática.

Llegó a la conclusión que, al realizar el diagnóstico interno y externo, se obtiene como resultado los objetivos estratégicos necesarios para la priorización de proyectos.

Asimismo, recomienda que se obtengan los recursos tecnológicos necesarios, tal como están propuestos en el plan estratégico, ya que es lo primordial en una organización que maneja información compleja. Por último, nos dice que un planeamiento estratégico permitirá que el sector hotelero emplee estrategias necesarias y adecuadas para poder lograr un mejoramiento en la empresa.

Reyes (2014), en su tesis: “Plan de estrategias para la mejora de la gestión del proceso administrativo de la empresa AUGE PERÚ”. El estudio tuvo como objetivo proponer estrategias empresariales para mejorar la gestión del proceso administrativo de la empresa AUGE PERÚ. Para ello se trabajó con una muestra censal de 10 colaboradores de la Alta Gerencia. La hipótesis que se pretendió probar fue: La implementación de Estrategias Empresariales mejorará la Gestión del Proceso Administrativo de la Empresa AUGE PERÚ.

Para la recolección de datos se aplicaron cuestionarios, el cual cabe señalar se aplicó dos encuestas, usándose la escala de Linkert; una dirigida a los administradores y la otra a los trabajadores de AUGE PERÚ. Se llegó a obtener las siguientes conclusiones: Primero, se determinó el diagnóstico del estado actual de la gestión del proceso administrativo de la empresa AUGE PERÚ, la planificación, organización, dirección y el control se dan ocasionalmnete, siendo deficiente. Segundo, se identifico los factores influyentes en la gestión del proceso administrativo en la empresa AUGE PERÚ, donde no existen estrategias empresariales que direccionen la gestión. Por último, se pronosticó la mejora de cada face del proceso administrativo de la empresa AUGE PERÚ; donde la planificación mejorara a un 35%, la organización, la dirección a un 15% y el control a un 20%.

Távara y Vásquez (2014), en su tesis: “Propuesta de un plan estratégico para mejorar la competitividad del servicio de la constructora INGCOPER SAC - Chiclayo, 2014”. El estudio tuvo como objetivo Proponer un plan de estrategias de servicio para mejorar la competitividad de la costructora INGCOPER SAC – Chiclayo Basado en la teoría de Michael Porter. Para ello se trabajo con una muestra censal de 24 colaboradores de la empresa.

La hipótesis que se pretendió probar fue: Si un plan de estrategias de servicios es diseñado en base a la teoría de Michael Porter, entonces la competitividad de la cosntructora INGCOPER SAC mejorara. Para la recolección de datos se aplicaron los instrumentos de guía de observación y entrevista. Se llegó a obtener las siguientes conclusiones: se encontró que el diseño de un análisis estratégico contribuyo al diagnóstico actual de la constructora INGCOPER SAC, generando estrategias de mejora. Por último, se encontró que el diseño del plan de estrategias de servicios en mejora de la competitividad, fue significativa para la constructora INGCOPER SAC, Chiclayo.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema.

1.3.1. Planeamiento Estratégico

Luna (2016). Conceptualiza al planeamiento estratégico, al decir, que es tomar decisiones de carácter global, expresando los lineamientos fundamentales prioritarios y de

gran alcance al determinar las estrategias que son elementales a mediano y largo plazos, al aplicar un análisis interno y externo”.

Cuando la planeación estratégica lo desarrolla algún país, región, localidad o municipio es llamado también Plan de desarrollo, cabe señalar que se esta hablando de lo mismo. Ya que tanto para las empresas como para el estado, intervienen los mismos factores y elementos a analizar y desarrollar. Sin embargo, queda explicito que ningún plan estratégico es exactamente igual que el otro debido a sus propias particularidades de cada país, sector, organización y empresa.

Asimismo, Sainz de Vicuña (2015). Conceptualiza al planeamiento estratégico como: el proceso que define (hoy) lo que queremos ser en el futuro, en referencia a lo que se hará en los próximos años. Por otro lado, para lograr una empresa sea competitiva necesita de satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés”. Esto quiere decir, el lograr que una empresa alcance sus objetivos con resultados positivos, satisfaciendo al mismo tiempo al cliente, es el camino al éxito en la planeación. En este sentido, en el sector hotelero para tener un mejor desarrollo económico se debe aplicar el planeamiento estratégico ya que nos ayuda a determinar las estrategias que son elementales para aplicar un análisis interno y externo para de esa manera poder tomar las mejores decisiones.

1.3.1.1 Estrategia.

Luna (2016), Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos determinar las estrategias que son elementales a mediano y largo plazos, al aplicar un análisis interno y externo.

Henry Mintzberg citado en Flores, N (2015). Definió a la estrategia de la siguiente manera: El patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia bien formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes (p.7).

Hill (2009), define, a “Una estrategia como un conjunto de acciones estructuradas que los administradores adoptan para mejorar el desempeño de su compañía (...) Si las estrategias de una compañía dan como resultado un desempeño superior, sedice que tiene una ventaja competitiva” (p.3).

Hitt, Duane y Hoskisson (2007), definen, “Una estrategia es un conjunto de compromisos y acciones, integrados y coordinados, diseñados para explotar las competencias centrales y lograr una ventaja competitiva (...) la estrategia que elige una empresa indica lo que pretende hacer y lo que no tiene intención de hacer” (p.3).

1.3.1.2 Proceso del planeamiento estratégico.

Según Munch (2013), nos manifiesta los elementos que forma parte de un plan estratégico y del cual en este apartado explicaremos cada uno de ellos. Sin embargo, también citaremos al experto estratega en la planeación estratégica Free David (2013), con el cual profundizaremos cada uno de estos elementos y del cual también haremos exposición de los elementos que no se encuentren mencionados por el anterior autor. Esto lo hacemos con la finalidad de no dejar vacíos o espacios que luego entorpecan la comprensión de la materia de estudio.

En este sentido, David, F. R (2013), define el proceso de la administración estratégica como: un método objetivo, lógico y sistemático para tomar decisiones empresariales importantes. Su finalidad es organizar la información cualitativa y cuantitativa de manera tal que sea posible tomar decisiones efectivas en condiciones de incertidumbre. Sin embargo, la administración estratégica no es una ciencia pura que se adapte a un modelo sencillo o sistemático. (p. 6)

1.3.1.2.1 Filosofía.

Según Munch (2013), manifiesta que la filosofía es un conjunto de postulados, valores, creencias y compromisos que rigen la vida de todos los integrantes de la organización. Por otro lado, Pérez (2008), manifiesta que los valores y las

convicciones filosóficas de los gerentes encargados de guiar a las organizaciones u empresa responden a preguntas centrales sobre la existencia de la entidad empresarial como:

Misión, el concepto general de la empresa; visión, cómo debe ser la empresa en el futuro, y estrategia, la dirección en que debe avanzar una empresa. Estos tienden a ser elementos intuitivos (basados en los sentimientos) más que en analíticos (basados en la información).

1.3.1.2.2 Misión.

Peter Drucker citado en David, F. R (2013), afirmaba que “la principal tarea de la administración estratégica es pensar en la misión general de una empresa es decir:

Preguntarse “¿Cuál es nuestro negocio?”. Esto conduce al establecimiento de objetivos, desarrollo de estrategias y a la toma de decisiones hoy para los resultados de mañana. Sin duda, esto lo debe realizar una parte de la organización capaz de ver el negocio en su totalidad; capaz de equilibrar los objetivos y necesidades de hoy con las necesidades de mañana; y que pueda asignar recursos humanos y monetarios al logro de resultados clave. (p. 6).

Por otro lado, Díez , García, y Martín (2001), manifiesta que la misión o propósito “es el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía. Contesta a la pregunta de porqué existe la compañía" (p.244). De acuerdo con esto, Munch (2013). Expone los requisitos que debe reunir una misión son:

- a) Amplia: Específica y bien definida para que sea fácil de entender y lograr.
- b) Motivadora: Inspiradora y alcanzable.
- c) Permanente: Orientada al propósito de la empresa durante todo su ciclo de vida.
- d) Congruente: Consiste con lo que se hace y se desea.

Sin embargo, para D’Alessio, F.A (2008), manifiesta que “La misión debe cumplir las siguientes siete características” (p. 63).

Definir lo que es la organización.

Definir como aspira servir a la comunidad vinculada.

Ser lo suficientemente amplia para permitir el crecimiento creativo

Diferenciar a la organización de todas las demás.

Servir de marco para evaluar las actividades en curso.

Ser expresada con claridad para ser entendida por todos.

Generar credibilidad de la organización en aquellos que la lean.

1.3.1.2.3 Visión.

Fleitman (2000). “La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad” (p.283). Por otra parte, D’Alessio, F.A (2008), manifiesta que “La visión debe cumplir las siguientes siete características” (p. 61).

Simple, clara y comprensible.

Ambiciosa, convincente y realista.

Definida en un horizonte de tiempo que permita los cambios.

Proyectada a un alcance geográfico.

Conocida por todos.

Expresada de tal manera que permita crear un sentido de urgencia.

Una idea clara desarrollada de donde desea ir la organización.

1.3.1.2.4 Objetivos.

Álvarez (1997). El objetivo es “la aspiración, el propósito, el resultado a alcanzar, el para qué se desarrolla la investigación, que presupone el

objeto transformado, la situación propia del problema superado, como resultado del conocimiento del objeto de estudio que se investiga en el Proceso de Investigación Científica” (p.16). Por otro parte, Münch (2013), dice, que los objetivos pueden clasificarse en:

- a) Estratégicos o generales: A toda la empresa y se establecen a largo plazo.
- b) Tácticos o departamentales: Se determina para un área, gerencia o departamento de la empresa, se establecen a corto plazo.
- c) Operacionales o específicos: Se establecen en niveles o secciones de la empresa, se refiere a actividades más detalladas, e invariables son a corto plazo.

1.3.1.2.5 Políticas.

Munch (2013). “Son guías para orientar la acción, son criterios, líneas generales que hay que observar en la toma de decisiones sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización”. Las políticas, de acuerdo con el nivel jerárquico en que se formulen y con el área que abarquen, pueden clasificarse: Según Munch (2013) pueden ser:

Estrategias o generales: Se formulan a nivel de alta gerencia y su función es establecer y emitir lineamientos que guíen a la empresa como una unidad integrada.

Tácticas o departamentales: Son lineamientos específicos que se refiere a cada departamento conforme a sus necesidades.

Operativas: Se aplica en las decisiones que tienen que ejecutarse en cada una de las unidades de las que consta un departamento.

1.3.1.2.6 Lineamientos para su formulación.

Según Munch (2013), para que una política sea operante y cumpla con su finalidad, debe: establecerse por escrito y ser autorizada por los directivos. redactarse claramente y con precisión, darse a conocer a todos los niveles donde se va a

interpretar y aplicar, revisarse periódicamente, ser razonable y aplicable a la práctica, estar acorde con los objetivos de la empresa y ser flexibles.

1.3.1.2.7 Presupuesto.

Allen y Rachlin (2001), definen el presupuesto como “el resultado de un proceso gerencial que consiste en establecer objetivos, estrategias y elaboración de planes que forman parte del proceso de administración.

1.3.1.3. Diagnóstico estratégico.

1.3.1.3.1 Análisis Externo PESTLE.

D'Alessio, F.A (2008), La evaluación externa denominada también “Auditoria externa de la gestión estratégica está enfocada hacia la exploración del entorno y el análisis de la industria. Este procedimiento busca identificar y evaluar las tendencias y eventos que están más allá del control inmediato de la firma” (p. 117). Asimismo, esta auditoria utilizara el famoso método PESTLE para analizar el macro - entorno, sin embargo, este estudio explicara cada factor en las palabras del experto Fernando A. D Alessio Ipinza, expuestas en su libro el proceso estratégico un enfoque de gerencia.

Factor político y legal: Este factor es el único que no se encuentra explicado de una manera detallada en el autor citado anteriormente, por esta razón nos hemos valido de la explicación expuesta por otro autor de talla mundial como:

Kotler, P y Armstrong, G (2012), quien manifiesta que “El entorno político [llamado tambien factor politico] consiste en leyes, instituciones gubernamentales y grupos de presión que influyen en diferentes organizaciones e individuos en una determinada sociedad y los limitan” (p. 81). Asimismo, en el lado legal ha tenido un incremento con el paso del tiempo pues dicha fuerza esta presente en todos los negocios de todo el mundo, por ello se debe de entender muy bien cuales son las políticas públicas esepificas.

Factor económico y financiero: En este factor intervendrán dos tipos de variables las principales y secundarias teniendo en cuenta esta

clasificación los indicadores de cada una de ellas se observará como un breve ejemplo, haciendo hincapié que la elección de cada indicador dependerá del giro de la empresa. (Ver tabla 05).

Factor social, cultural y demográfico: en esta sección se involucran las creencias, valores, actitudes, opiniones, y estilos de vida desarrollados a partir de las condiciones sociales, culturales, democráticas, étnicas, y religiosas que existen en el entorno de la organización. Estas fuerzas definen el perfil del consumidor, determinan el tamaño de los mercados, orientan los hábitos de compra, afectan el comportamiento organizacional y crean paradigmas que influyen en las decisiones de los clientes.

Factor tecnológico: Cabe resaltar que se debe hacer un énfasis en esta parte al aclarar que aquí intervendrán las variables no solo tecnologías, sino que también científicas como: desarrollo de las TIC, evolución de las patentes, estudio de biotecnología, desarrollo de software gerenciales, etc. Y otros indicadores que tengas que ver con el rubro de la entidad a tratar y sus efectos en el desarrollo de estas variables sobre las actividades de la entidad en estudio.

Factor ecológico o ambiental: Este factor formado por múltiples instituciones tanto públicas como privadas luchan y vigilan por preservar el equilibrio del ecosistema del entorno donde operan las empresas u organizaciones, alertando de los efectos nocivos de la industrialización, como las lluvias ácidas y el efecto invernadero, y combatiendo la tala de bosques tropicales, la depredación de especies en peligro de extinción, la emisión de gases tóxicos, almacenaje de desperdicios radioactivos, etc.

En este sentido, afectan las decisiones de la organización en aspectos operacionales, legales, de imagen, e incluso comerciales, dependiendo del tipo de industria a la que pertenezca y de la comunidad vinculada.

1.3.1.3.2 Análisis interno AMOFHIT.

Según, D'Alessio (2008), expone que “El diagnóstico correcto de los males que aquejan a la organización depende en gran medida de la evaluación que se haga de los recursos con que cuenta [la compañía]” (p. 169).

En consecuencia, teniendo presente la importancia que tienen los recursos en una organización o empresa para crear valor a través de todas las áreas que se articulan mediante los debidos procesos para dar forma y fondo a los productos y servicios que se ofrecen al cliente. Se debe de tener en cuenta la poderosa herramienta del análisis de las áreas funcionales que integran el ciclo operativo de la organización las cuales son:

Administración y gerencia

Márquetin y ventas

Operaciones y logística

Finanzas y contabilidad

Recursos Humanos

Sistemas de información y comunicaciones

Tecnología y desarrollo

Cada una de estas áreas se debe de examinar y evaluar, según los aspectos críticos teniendo en cuenta no solo las deficiencias, sino también la manera de cómo mejorarlas.

Identificar las competencias distintivas de la organización

Identificar los recursos que presentan problemas y sistemas de deficiencias.

Determinar el orden de importancia de los problemas en función a su efecto en la organización.

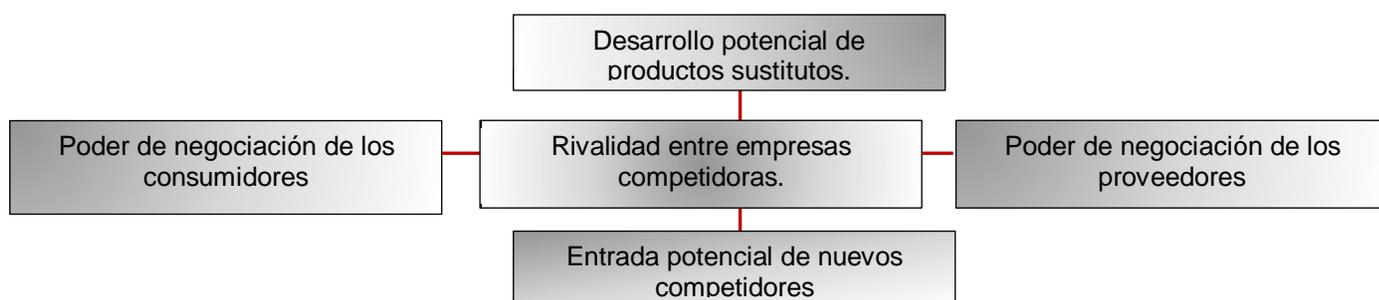
Señalar las causas reales de los problemas, a través de una exhaustiva auditoría y medir las consecuencias de las acciones correctivas ante que estos problemas tengan incidencia sobre otras variables de la organización.

Asimismo, este análisis se convierte en una poderosa herramienta gerencial sin precedentes, cuando se articula con los análisis del macro y micro entorno, para encontrar específicamente ventajas competitivas únicas

1.3.1.3.2 Análisis competitivo: modelo de las cinco fuerzas de Porter.

David, F. R (2013), “El modelo de las cinco fuerzas de Porter del análisis competitivo es un enfoque ampliamente utilizado para desarrollar estrategias en muchas industrias” (p. 75). De acuerdo con Porter, la naturaleza de la competitividad en una industria dada estaría conformada por cinco fuerzas (ver, figura 01).

Figura 1. Cinco fuerzas de Michael Porter



Fuente: Basado en las cinco fuerzas de Michael Porter citado en David, F. R (2013)

La rivalidad entre empresas competidoras: suele ser una de las cinco fuerzas competitivas más poderosas.

David, F. R (2013), Las estrategias de una empresa únicamente pueden tener éxito en la medida en que le proporcionen una ventaja competitiva sobre las estrategias de las empresas rivales. Los cambios de estrategia que ponga en práctica una empresa podrían dar lugar a represalias como la reducción de precios, las mejoras a la calidad, la introducción de nuevas características en los productos, el ofrecimiento de servicios, la extensión de garantías y el aumento de publicidad. (p. 76).

Entrada potencial de nuevos competidores:

Según, David, F. R (2013). Este punto permite analizar las barreras contra el ingreso que pueden incluir la necesidad de lograr rápidamente economías de escala, la necesidad de obtener tecnología y conocimientos técnicos especializados, falta de experiencia, una fuerte lealtad por parte de los consumidores, sólidas preferencias por determinadas marcas, grandes requerimientos de capital, carencia de canales de distribución

adecuados, políticas de regulación gubernamental, aranceles, dificultad de acceso a las materias primas, posesión de patentes, ubicaciones poco deseables, el contraataque por parte de empresas bien afianzadas, y la potencial saturación del mercado (p. 77).

Desarrollo potencial de productos sustitutos:

David, F. R (2013). Define que “La presencia de productos sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores cambien al producto sustituto. Estos límites de precio determinan también la ganancia máxima y provocan una competencia más intensa entre rivales” (p. 77).

Poder de negociación de los proveedores:

David, F. R (2013). Expone que el poder de negociación de los proveedores también afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando hay un gran número de proveedores, cuando sólo existen unas cuantas materias primas sustitutas, o cuando el costo de cambiar a otras materias primas es especialmente alto. A menudo proveedores y productores se ven más beneficiados si se ayudan entre sí con precios razonables, mejor calidad, desarrollando nuevos servicios, haciendo entregas a tiempo y reduciendo los costos de inventario; de esta manera mejoran la rentabilidad de todos los interesados en el largo plazo (p. 78).

Poder de negociación de los proveedores:

David, F. R (2013). Cuando los clientes están concentrados, son muchos o compran por volumen, su poder de negociación representa una importante fuerza que afecta la intensidad de la competencia en una industria. Si el poder de negociación de los consumidores es fuerte, las compañías rivales podrían tratar de responder ofreciendo garantías extendidas o servicios especiales para conseguir su lealtad. El poder de negociación de los consumidores también aumenta si los productos que se adquieren son estandarizados o no diferenciados. Cuando éste es el caso, a menudo los consumidores tendrán mayor oportunidad de negociar el precio de venta, la cobertura de la garantía y los paquetes complementarios (p. 78).

1.3.1.4 Cuadro de mando integral.

Francés, A (2006), manifiesta, “En la metodología del cuadro de mando integral (CMI) la estrategia competitiva, una vez formulada, se plasma mediante cuatro conceptos fundamentales: objetivos, indicadores y metas (establecen los logros alcanzar) mientras que, las iniciativas (definen las acciones a realizar para alcanzarlos)” (p. 53)

Tabla 1. Elementos del cuadro de mando integral.

ELEMENTOS DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL			
Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas
<ul style="list-style-type: none"> -Verbo en infinitivo, y una variable estratégica -Estado que se desea alcanzar en relación a la variable -No se pueden medir directamente debido a su carácter multidimensional -El sujeto que ejecuta la acción queda implícito. 	<ul style="list-style-type: none"> -Variable asociada a los objetivos, sirve para medir el logro y expresar las metas. -Instrumento central para la medición del desempeño y el control de gestión. -Pueden ser operativos: (calidad, eficiencia, desempeño o cantidad) o estratégicos: (cuantitativos simples o compuestos, cualitativos ordinales o nominales). 	<ul style="list-style-type: none"> -Elemento central de todo sistema de medición del desempeño y el control de gestión. -Tiene: cantidad, unidad de medida y fecha. -Son los valores deseados que se asignan a los indicadores para especificar el nivel de logro definido para los objetivos a los cuales están asociados. -La meta imprime dirección al comportamiento de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> -Son proyectos de cambio planeados para alcanzar los objetivos establecidos en la estrategia. -Pueden ser de inversión (incorporación de activos que incrementen la capacidad de producción) o gestión (rediseño de procesos, incorporación de nuevos sistemas).

Fuente: Elaboración propia, basado en Francés, A (2006).

1.3.1.5 Tipos de estrategias y sus riesgos al implementarlas.

Hitt, M. A; Ireland, R D y Hoskisson, R. E (2008). Las empresas pueden elegir de entre cinco estrategias de negocios para establecer la posición estratégica que desean y defenderla contra sus competidores: liderazgo en costos, diferenciación, enfoque en el liderazgo en costos, enfoque en la diferenciación, y de liderazgo en costos y de diferenciación integrada (véase la figura 02).

Cada una de las estrategias de negocios ayuda a la empresa a establecer y a explotar una ventaja competitiva particular dentro de un ámbito específico de la competencia (p 114).

Figura 2. *Cinco estrategias de negocios*

		Ventaja competitiva	
		Costo	Singularidad
Alcance competitivo	Meta Amplia	Liderazgo en costo	Diferenciación
	Meta Estrecha	Enfoque en el liderazgo en costo	Enfoque en la diferenciación
		Liderazgo en costos y diferenciación integrada	

Fuente: Extraído de Hitt, M. A; Ireland, R D y Hoskisson, R. E (2008) Quienes Adaptaron el modelo original con autorización de The Free Press, una marca de Simon & Schuster Adult Publishing Group, de Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, de Michel E. Porter, p. 12. Derechos © 1985, 1998, de Michael E. Porter.

1.3.1.5.1 Estrategia de liderazgo en costo.

Según, Hitt, et al (2008), “Es un conjunto integrado de acciones que desempeña la empresa para producir bienes o servicios que tengan características aceptables para los clientes, al costo más bajo posible, en relación con el de sus competidores” (p 114).

Riesgos competitivos de la estrategia de liderazgo en

costos: En las palabras expuestas por los autores Hitt, et al (2008), manifiestan algunos riesgos que se corre al adaptar esta estrategia de liderazgo en costo (p. 120)

Los procesos que utiliza el líder en costos para producir y distribuir su bien o servicio podrían volverse obsoletos ante las innovaciones de los competidores.

Estas innovaciones pueden permitir a los rivales producir a costos más bajos que los del líder en costos original o proporcionar atributos diferenciados adicionales, sin incrementar el precio que los clientes pagarán por el producto.

El líder en costos se concentre demasiado en las reducciones de costos, a expensas de tratar de comprender las percepciones de los clientes de los “niveles de diferenciación para competir
Los competidores, utilizando sus propias competencias centrales, en ocasiones aprenden a imitar con éxito la estrategia del líder en costos.

1.3.1.5.2 Estrategia de diferenciación.

Esta estrategias es la mas usadas en el mundo de los negocios, para combatir la estrategia de liderazgo de costos que pone una gran barrera de entrada a nuevos competidores

Hitt, et al (2008), Es el conjunto integrado de acciones que desempeña la empresa para producir bienes o servicios (a costo aceptable) que los clientes percibirán como diferentes en sentidos que son importantes para ellos. Los líderes en costos atienden al cliente típico de una industria, pero los que buscan diferenciarse se dirigen a clientes meta que perciben que las diferencias entre los productos de los líderes y los que producen y comercializan los competidores crean valor para ellos. (p 120)

Riesgos competitivos de la estrategia de liderazgo en

costos: en las palabras expuestas por los autores Hitt, et al (2008), manifiestan algunos riesgos que se corre al adaptar esta estrategia de diferenciación (p. 124)

Los clientes pueden decidir que el diferencial del precio entre el producto de la empresa y el producto del líder en costos es demasiado grande. En este caso, una empresa podría estar ofreciendo más atributos diferenciados de los que requieren los clientes meta, lo cual la coloca en una posición vulnerable ante los competidores que pueden ofrecer a los clientes una combinación de atributos y precios más congruente con sus necesidades.

El medio utilizado por una empresa para diferenciarse podría dejar de proporcionar un valor por el que los clientes estarían dispuestos a pagar. Un producto diferenciado pierde valor cuando los rivales lo imitan de tal manera que los clientes perciben que el bien o servicio que éstos ofrecen es, en esencia, igual al del líder pero a precio más bajo.

La experiencia puede estrechar las percepciones respecto al valor de los atributos diferenciados de un producto.

El contrabando y la piratería son el cuarto riesgo de la estrategia basada en la diferenciación. Los fabricantes de productos pirata (productos que tratan de presentar los atributos diferenciados de una empresa a los clientes, pero a precio mucho más bajo) causan gran preocupación a muchas empresas que utilizan la estrategia basada en la diferenciación.

1.3.1.5.3 Estrategia de enfoque.

Según, Hitt, et al (2008), “Las empresas optan por una estrategia de enfoque cuando tratan de utilizar sus competencias centrales para satisfacer las necesidades de un segmento o nicho particulares de la industria excluyendo a otros” (p. 125)

1.3.1.5.4 Estrategia enfocada en el liderazgo en costos.

Según. Hitt, et al (2008), expone que esta estrategia permite que “productos de bajo costo se ofrezcan con algunas características diferenciadas (...) [dirigidas a un segmento del mercado bien definido]” (p. 126).

1.3.1.5.5 Estrategia enfocada en la diferenciación.

Hitt, et al (2008), Al utilizar una estrategia de enfoque, las empresas deben ser capaces de desempeñar diversas actividades principales y de

apoyo con gran competitividad para poder lograr y sostener una ventaja competitiva, así como para obtener rendimientos superiores al promedio.

Las actividades requeridas para utilizar una estrategia enfocada en el liderazgo en costos son casi idénticas a las de la estrategia de liderazgo en costos para la industria en su totalidad y las actividades requeridas para utilizar una estrategia enfocada en la diferenciación son en gran medida idénticas a las de la estrategia de diferenciación para la industria en su totalidad. (p. 126).

Riesgos competitivos de enfoque: en las palabras expuestas por los autores Hitt, et al (2008), manifiestan algunos riesgos que se corre al adaptar esta estrategia de enfoque(p. 127)

Un competidor se podría enfocar en un segmento competitivo definido de forma incluso más estrecha y, así, “dejar fuera de foco” a la que se ha enfocado en él

Una empresa que compite en el ámbito de la industria completa podría decidir que el segmento del mercado al que está atendiendo la empresa que utiliza la estrategia de enfoque es atractivo y que vale la pena competir para perseguirlo

El tercer riesgo que implica una estrategia de enfoque es que las necesidades de los clientes que están dentro del segmento específico de la competencia se pueden ir tornando más similares a las de los clientes de la industria en su totalidad.

1.3.1.5.6 Estrategia de liderazgo en costo y diferenciación integrada.

Hitt, et al (2008), Como antes se explicó, hoy en día muchos clientes tienen grandes expectativas cuando compran un bien o servicio. En el contexto de una estrategia, esto significa que su deseo de adquirir productos diferenciados a precios bajos ha ido aumentando. Ante estas expectativas, una serie de empresas están tratando de desempeñar sus actividades principales y de apoyo de forma que les permita perseguir, de forma simultánea, la diferenciación y los costos bajos. Las empresas que pretenden elaborar un mapa de este tipo de actividades utilizan una estrategia de liderazgo en costos y de diferenciación integrada. El objetivo que persigue esta estrategia es producir con eficiencia productos que incluyan algunos

atributos que los diferencien. La producción eficiente es la fuente que permite mantener los costos bajos, al mismo tiempo que cierta diferenciación es la fuente de un valor único.

Las empresas que utilizan bien la estrategia de liderazgo en costos y de diferenciación integrada han aprendido a adaptarse con rapidez a las nuevas técnicas y a los veloces cambios que registran sus entornos externos. La razón que explica lo anterior es que cuando la empresa se concentra en desarrollar de forma simultánea dos fuentes de ventaja competitiva (la diferenciación y el costo), incrementa el número de actividades principales y de apoyo en las que se tornará competente. A su vez, contar con habilidades para un número mayor de actividades hace que la empresa sea más flexible (P. 129).

Riesgos competitivos de la estrategia de liderazgo en costo y diferenciación integrada: en las palabras expuestas por los autores Hitt, et al (2008), manifiestan algunos riesgos que se corre al adaptar esta estrategia de liderazgo en costos y diferenciación integrada (p. 129).

La estrategia es muy arriesgada porque es difícil que las empresas desempeñen las actividades principales y las de apoyo de formas que les permitan elaborar productos más o menos baratos, con niveles de diferenciación que creen valor para el cliente meta

Las empresas que no desempeñan las actividades principales y de apoyo de forma óptima “quedan atoradas a medio camino”. Esto significa que la estructura de costos de la empresa no es tan baja como para permitirle determinar precios atractivos y que sus productos no están tan diferenciados como para crear valor para los clientes meta.

Las empresas también se pueden quedar atoradas a medio camino cuando no pueden implementar la estrategia de liderazgo en costos ni la de diferenciación.

1.3.1.6 Niveles de la planeación estratégica.

En este apartado estudiaremos las dimensiones del nivel de la planeación que son estratégico, táctico y operativo. Asimismo, todo lo que se vió en los apartados anteriores fue la manera y forma de como se realiza una planeación sin importar a

que nivel pertenece de la misma, sin embargo aquí estudiaremos el “para que” se usa de cada una de ellas en el éxito de la gestión.

En este sentido, Ronda (2004), explica que “la practica y estudio sistematico de la materia estrategica demuestra que no existe un modelo universalmente aplicable, ya que cada sector o empresa tiene particularidades que lo singularizan” (p. 28). Sin embargo, existe lineamientos universales a seguir en la planeación como por ejemplo: el desarrollo de los niveles en cada fase de la planeación que son:

Estrategico, tactico y operativo, en consecuencia la alta dirección debe integrar estos tres niveles y trazarse como objetivo la efectividad en la ejecución de la estrategia. Por otro lado, existe una formula que ayuda a orientar este proceso:

$$EI = PE * AE * IE = 1$$

Donde: EI = efectividad, PE= pemsamiento estrategico, AE= actitud estrategica y IE intención estrategica.

Según, Cristancho (2004), declara los conceptos de cada nivel explicandonos que cada uno de ellos forma parte de un solo plan que comienza desde la alta dirección y termina en la base de la piramide con los colaboradores, es decir, es un proceso donde todos se deben de involucrar y vincular ya que cada uno es parte fundamental y prioritaria para el éxito de una planeación.

Nivel estrategico: Elabora las politicas y estrategias. Determina los objetivos a largo plazo y el modo en que la organización ha de interactuar con otras entidades. Se toman decisiones que afectan a toda la organización. En este nivel se encuentran el presidente, el directorio, el gerente general, etc.

Nivel táctico: Elabora los lineamientos y objetivos a nivel de cada departamento o área operativa en la organización, es decir, es un medio para alcanzar objetivos por áreas. Asimismo, se orienta en el mediano y corto plazo; y por ente tiene responsabilidad a nivel de unidad como por ejemplo: jefes y ejecutivos de mediano nivel, su preocupación es la eficacia. Todo ello tiene como marco de referencia al nivel estrategico.

Nivel operativo: Son medios específicos que deben ser utilizados para llevar a cabo los planes de acción. Se orienta para alcanzar las metas inmediatas o resultados específicos. Asimismo, es el nivel donde se diseñan y asignan las tareas previas y los lineamientos que deben realizar las personas en cada una de sus unidades operativas. Por último, su proyección está en el corto plazo. En este nivel los responsables son los jefes de menor rango jerárquico

1.3.2. Ventajas Comparativas.

1.3.2.1 Definición.

Por otro lado, Krugman (2006). Define, la “Ventajas comparativas de una nación es la habilidad para especializarse en la producción de bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto, para ganar progresivamente participación de mercado y mejorar el estándar de vida para todos”. Es decir, un país debe especializarse o especializar a su población según los sectores a los que se dediquen para garantizar la eficiencia de sus *recursos o insumos* y de esta manera obtener más producción de bienes o servicios a un bajo costo, pero garantizando calidad y confiabilidad del servicio o bien obtenido.

Asimismo, García, Mora y Gallegos (2006). Manifiesta que “El análisis de ventajas comparativas muestra que, con excepción del sistema de doble propósito, las demás tecnologías de producción son socialmente rentables”. Nos quiere decir que la *tecnología* se ha convertido en una pieza importante para las empresas, ya que vivimos en un mundo globalizado y la competencia en el mercado es cada día más; la tecnología nos permite lograr resultado eficiente y nos ayuda a contribuir con el desarrollo.

1.3.2.2 Importancia.

Cordova (2017) manifiesta que las ventajas comparativas son importantes porque en la perspectiva del comercio exterior se puede llegar a incrementar de manera significativa la producción y la riqueza de un país, región o localidad mejorando de esta manera el *nivel de la economía*, a través de dos enfoques: primero hace énfasis en producir los bienes o servicios en los cuales son más competitivos. Y segundo, los mercados,

de los países, regiones, localidades pueden lograr obtener beneficios de manera mutua con su competencia mediante el logro de importar los bienes que son más baratos en otros lugares que producirlos de manera interna, y exportar aquellos bienes que producen más beneficios produciéndolos internamente en lugar de importarlo, es decir, el juego es guiado por la oferta y la demanda; y la capacidad que tiene un país, región o sector para entrar en el mercado a competir con la oferta o adquirir niveles de demanda a precios competitivos. Por último, se crea con esto una mayor competencia y más productividad alentando la economía.

1.3.2.3 Teoría de la ventaja competitiva.

Porter (1991). Define que “la teoría de la ventaja comparativa va a tener una mayor importancia a la hora de explicar el éxito de determinados países en aquellos sectores o subsectores que utilizan de forma más intensa *factores productivos* básicos tales como recursos naturales, mano de obra poco cualificada, importancia de la situación geográfica, entre otros”.

En este sentido, sector hotelero será exitoso dependiendo a como se utiliza la mano de obra y el servicio que brinda al cliente para que sea más productivo y diferenciarse de su competencia. Por otro lado, David Ricardo citado en Bastida (2006), explica que la teoría de la ventaja comparativa es: cuando un país es más eficiente que el otro en la producción de todos los bienes, existiría una especialización productiva y comercial entre los dos. Obteniéndose ganancias derivadas del intercambio, es decir, se basa en el principio de que los países se pueden especializar en la producción de los bienes que pueden fabricar con un coste relativamente menor. Dicho de otra manera, en los bienes donde su ventaja es mayor o su desventaja es menor.

Asimismo, es necesario que estos países que quieran tener ventajas comparativas analicen los *factores externos* o llamados también macroeconómicos como: la inflación, tipo de interés, desempleo, ciclos económicos, PIB, etc.

1.3.2.4 Diferencia entre ventajas comparativa y competitivas.

González (2010), “la competitividad y las ventajas comparativas están en función de las condiciones económicas y sociales de la producción, de las condiciones técnicas y la dotación de recursos”, Gonzales en su teoría nos da a entender que el sector

hotelero debe estar en condiciones económicas para poder cumplir con sus deberes u obligaciones como prestador de servicios, para de tal manera satisfacer la necesidad de sus clientes.

Figura 3. *Diferencias entre ventaja comparativa y ventaja competitiva.*

VENTAJAS COMPARATIVA	VENTAJAS COMPETITIVA
La ventaja comparativa es aquella ventaja que goza un país o estado sobre otro, en cuanto al costo de producir algún producto. Por general es alguna ventaja natural donde la mano del hombre no se ha manifestado.	Es cuando una empresa u organización le agrega valor al producto, lo que hace que tenga una ventaja sobre otro. Esto se hace a través de un trabajo arduo hecho por el hombre para obtener la famosa ventaja competitiva el cual va acompañada con procesos, planes, acciones, etc. Bien desarrollados y pensados.
Es cuando un país o una organización producen, en comparación con otro, tanto en diferenciación y costo.	Es cuando una organización produce un producto y/o servicio que es muy difícil de igualar, por lo tanto, se sostiene en el tiempo como único y superior a la competencia.
Se basa fundamentalmente en la productividad, y ésta a su vez, en los factores productivos: trabajo, capital, recursos naturales y tecnología.	Se basan en la diferenciación y el liderazgo en costos.

Fuente: extrtaido y adaptado de <https://www.informabl.com/cuales-son-las-diferencias-entre-la-ventaja-competitiva-y-la-ventaja-comparativa/>

1.4. Formulación del Problema.

Problema general

¿Cuál es la relación entre planeamiento estratégico de desarrollo económico local y las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017?

Problemas específicos

¿Cuáles son las características del planeamiento estratégico que se viene aplicando en el distrito de Pimentel-2017?

¿Cuál es el nivel de ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017?

¿Qué factores del planeamiento estratégico influyen en las ventajas comparativas del sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017?

1.5. Justificación e Importancia del Estudio.

Justificación Teórica

Según Martínez y Milla (2012). Nuestra investigación en materia de la variable planeamiento estratégico; se realizó en base a la teoría de Martínez y Milla (2012) donde indica que es el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo y a través de ella ver en qué situación se encuentra la empresa y emplear nuevas estrategias.

Fernández y Sánchez (1997), en materia a la variable ventaja comparativa indica que es aquella habilidad, recursos, conocimiento, atributos, etc, de que dispone una empresa de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de estos, lo cual hace que una empresa se diferencie de las demás y crezca eficientemente.

Justificación Metodológica

Metodológicamente se va a utilizar el método inductivo para hallar la solución de los problemas específicos a los generales de nuestra investigación, se aplicará la técnica de la encuesta con el fin de recoger la información necesaria para nuestra investigación; instrumento es el que nos va permitir recolectar los datos en función a lo administrativo.

Justificación social

Esta investigación tiene como objeto de estudio a la población del sector hotelero en el distrito de Pimentel. Si bien es cierto, las actividades hoteleras hoy en día requieren de un cierto grado de análisis a nivel interno y externo, un estudio de mercado para saber la situación actual en el que se encuentra dicho sector y de esa manera poder implementar un plan estratégico adecuado para ayudar a mejorar el desarrollo económico local en el sector hotelero.

1.6. Hipótesis.

Hi: Existe relación entre el planeamiento estratégico de desarrollo económico local y Ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.

Ho: No Existe relación entre el planeamiento estratégico de Desarrollo económico local y Ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.

Objetivos.

1.6.1. Objetivo General.

Determinar la existencia de la relación entre el planeamiento estratégico de desarrollo económico local y las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.

1.6.2. Objetivos Específicos.

Identificar las características que tiene el planeamiento estratégico en el distrito de Pimentel-2017.

Analizar el nivel de las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.

Establecer los factores del planeamiento estratégico que influyen en las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel - 2017.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

Tipo Descriptivo - Correlacional

Hernández, Fernández y Bautista (2014). “Tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular”. Es decir, se debe determinar el grado de relación que se tiene entre las dos variables, planeamiento estratégico y ventajas comparativas y cuál es su efecto en ellas.

Diseño Transaccional o Transversal (No Experimental)

Hernández, Fernández y Bautista (2014). “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. Quiere decir que el diseño de la investigación tiene como propósito recolectar datos el cual lleve a realizar un análisis en consecuencia entre estas dos variables y permita describirlas en un tiempo determinado.

2.2. Población y muestra

Población

Bernal (2010), de acuerdo con Francisca, población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p.160).

En nuestra presente investigación se encontraron 18 hoteles en el distrito de Pimentel donde en cada hotel se encuentran laborando 3 trabajadores, se tomará en cuenta como público objetivo a los trabajadores del sector hotelero del distrito de Pimentel incluyendo a los trabajadores de la Municipalidad del distrito de Pimentel que serán un total de 407 trabajadores a los cuales se aplicará el cuestionario elaborado.

Muestra

Bernal (2010), “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p.161).

Al aplicar nuestra formula correspondiente nos dará un resultado de la muestra o población, la cual está compuesta por:

n = Muestra

N = Población

Z = Nivel de confianza

P = probabilidad de existencia

Q = probabilidad de fracaso

e = margen de error

N=407

Nivel de confianza

Z= 92%

X-1= 0.76

p= 50%

Z= 1.76

q= 50%

e= 8 %

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

$$n = \frac{(407)(1.76)^2(0.5)(0.5)}{(0.08)^2(406) + (1.76)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 93$$

La muestra según la fórmula es de 93 unidades de análisis (personas) de ellos se ha tomado el 55% para los hoteles, los cuales equivalen a 52 unidades de análisis y para los trabajadores de la municipalidad se tomó el 45% que equivale a 41 unidades de análisis.

La unidad de analisis del sector hotelero de 3 trabajadores por cada hotel se aplicara la encuesta al gerente o administrador de cada hotel y a dos trabajadores del servicio; en cuanto a

la municipalidad al gerente municipal, gerente de desarrollo económico y a los trabajadores de diferentes áreas municipales.

2.3. Variables y Operacionalización de Variables.

Planeamiento estratégico

Luna (2016) define al planeamiento estratégico como: tomar decisiones de carácter global, expresando los lineamientos fundamentales prioritarios y de gran alcance al determinar las estrategias que son elementales a mediano y largo plazos, al aplicar un análisis interno y externo”

Ventajas comparativas

Según Krugman (2006), lo define como: “Ventajas comparativas de una nación es la habilidad para especializarse en la producción de bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto, para ganar progresivamente participación de mercado y mejorar el estándar de vida para todos.

Operacionalización de Variables.

Tabla 2. Operacionalización de planeamiento estratégico.

Variable	Dimensión	Indicador	Índice
Planeamiento estratégico	Nivel estratégico	Visión de desarrollo del distrito de Pimentel.	3
	Plan de desarrollo local, C.N.	Objetivo del sector hotelero en distrito de Pimentel.	
		Estrategias del sector hotelero en distrito de Pimentel.	
	Nivel táctico	Visión de la municipalidad distrital de Pimentel.	4
	Plan de desarrollo institucional	Programaciones de desarrollo del sector hotelero del distrito de Pimentel.	
	Nivel operativo	Plan operativo institucional del sector hotelero del distrito de Pimentel.	3
		Procedimientos para atender el régimen del sector hotelero.	
		P.I.A (derecho para el desarrollo del sector hotelero en el distrito de Pimentel).	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Operacionalización de ventaja comparativa.

Variable	Dimensión	Indicador	índice
Ventaja comparativa	Insumos	Costos	4
		Calidad	
		Competencia	
	Diferenciación	Publicidad	4
		Servicio	
	Factores externos	Macroeconómica	5
	Nivel de economía	Oferta	3
		Demanda	
	Tecnología	Productividad	4

Fuente: Paul Krugman (2006) ventaja comparativa. Londres

2.5. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos

Técnicas de recolección de datos

La técnica para la recolección de datos que utilizamos en nuestra investigación es la siguiente:

Encuestas: Para nuestra investigación realizamos una encuesta a los trabajadores de la municipalidad los cuales se encuentran laborando en diferentes áreas municipales y a los trabajadores del sector hotelero tanto a los gerentes administrativos como a los trabajadores del servicio en el distrito de Pimentel, el cual nos permitirá hacer una recolección de datos importantes para tener una mejor visión acerca de los que podemos aportar con nuestro proyecto y mejorar sus problemas o dificultades.

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: Se realizaron 18 preguntas las cuales estaban divididas en dos cuestionarios el primero que consta de 8 preguntas dirigidas a los trabajadores de la municipalidad del distrito de Pimentel y 10 a los trabajadores del sector hotelero del distrito de Pimentel en base al problema de la investigación; también se realizaron visitas tanto a la municipalidad como al sector hotelero de Pimentel el cual realizamos observaciones, se realizaron preguntas formuladas por la misma visualización que obtuvimos las cuales sirvieron de mucho apoyo para aplicar los cuestionarios.

Tabla 4. *Validación.*

Alfa de Conbach	
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad

Tabla 5. *Planeamiento estratégico.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,788	8

Tabla 6. *Ventaja comparativa*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,953	10

De acuerdo con el alfa de Cronbach obtuvimos el 0.788 del cuestionario de la variable 1, y el 0.953 de la variable 2; lo cual ambos nos dieron como resultado 0.8705 esto quiere decir que según el Alfa de Cronbach la presente investigación es de excelente confiabilidad

$$0.788 + 0.953 = 1.741/2 = 0.8705$$

Validación de expertos

Experto 1. : $17/18=0.94$

Experto 2: $18/18=1.$

Experto 3 $10/18/=0.56$

Según el cuestionario validado por los diferentes expertos da como resultado 0.83 lo cual quiere decir que la presente investigación es de excelente confiabilidad.

$$2.5/3=0.83$$

2.4. Procedimientos en análisis de datos.

Se describe cómo se organizó estadísticamente la información obtenida, las técnicas de análisis estadístico utilizadas para procesar los datos (software) que permitieron obtener los resultados, y cómo se analizó para llegar a las conclusiones. En el procesamiento de datos debe mencionarse las herramientas estadísticas utilizadas.

Como lo menciona Hernández (2010) debe decidir qué tipo de análisis de los datos se llevó a cabo: cuantitativo, cualitativo o mixto. En caso de que el análisis sea cuantitativo, seleccionar las pruebas estadísticas apropiadas para analizar los datos, dependiendo de las hipótesis formuladas y de los niveles de medición de las variables. En caso de que el análisis elegido sea cualitativo, pre-diseñar o coreografiar el esquema de análisis de los datos.

2.5. Aspectos éticos.

Ryan, y otros (1974) nos dice que los principios éticos se refieren a criterios generales que sirven como base para justificar muchos de los preceptos éticos y valoraciones particulares de las acciones humanas. Entre los principios que se aceptan de manera general en nuestra tradición cultural, ellos son particularmente relevantes para la ética de la experimentación con seres humanos: Los principios de respeto a las personas, de beneficencia y de justicia. Consentimiento informado: Las personas involucradas en la investigación son los trabajadores de la municipalidad y los trabajadores del sector hotelero en el Distrito de Pimentel.

Los trabajadores de la municipalidad del Distrito de Pimentel fueron informados mediante una carta de presentación y solicitud de recojo de información por parte de la universidad Señor de Sipán, fue necesaria una carta de aceptación por parte de la municipalidad distrital de Pimentel para realizar la investigación.

Confidencialidad: la información que se recoja de la municipalidad y del sector hotelero será estrictamente regida y protegida.

Observaciones participantes: los investigadores actuarán con prudencia recogiendo la información de los involucrados con ética y responsabilidad.

2.7. Criterios de Rigor Científico.

Tabla 7. *Criterio de rigor científico.*

CRITERIO	CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO	PROCEDIMIENTOS
VALOR DE LA VERDAD	¿Cómo establecer confianza en la verdad de una determinada investigación para los sujetos y el contexto en que fue realizada?	Se procedió a preparar las encuestas y su aplicación se realizó en estricto cumplimiento en presencia de los colaboradores de ventas y de administración.
APLICABILIDAD	Los elementos de una investigación pueden ser aplicables a otros sujetos y contextos.	Según Christopher, Payne y Ballantyne (1994) el MR basado en las relaciones duraderas y estables se da con otros sujetos y otros contextos.
CONSISTENCIA	Repetición de los resultados cuando se realizan investigaciones con los mismos sujetos e igual contexto.	Se da este criterio porque el servicio, la calidad y el marketing se repiten con otros sujetos en igual contexto.
NEUTRALIDAD	Garantía de que los resultados de una investigación no están sesgados por motivaciones, intereses y perspectivas del investigador.	Está dada por que se han validado las encuestas por tres expertos.
CREDIBILIDAD	Se busca el Isomorfismo con las percepciones de las personas investigadas: (i) Trabajo durante períodos prolongados de tiempo, (ii) Observación continua, y (iii) Comprobaciones entre los participantes.	Se realizó observaciones de campo antes del estudio para auscultar la realidad, y se realizarán observaciones y campo y se comprobará con el análisis documental los resultados de la aplicación de la propuesta, cuando esta se aplique.
TRANSFERIBILIDAD	Se busca proporcionar el conocimiento sobre el contexto que permitirán transferir las conclusiones a contextos similares: (i) Muestreo Teórico, (ii) Recoger abundantes datos descriptivos, y (iii) Descripciones densas y minuciosas.	Es una finalidad intrínseca de esta investigación proporcionar conocimiento y transferirlos a contextos similares, contenidos en su estructura metodológica.
DEPENDENCIA	Explica cómo ha evolucionado una determinada fuente de datos y en qué medida el investigador es más preciso en su percepción de la realidad con el paso del tiempo.	Con los resultados obtenidos, se tomó real conciencia de la magnitud de la realidad problemática, y se estructura disminuir su impacto con una evolución favorable.
CONFIRMACIÓN	No se desea ocultar la subjetividad del investigador, pero sí se busca que los datos y las conclusiones sean confirmados por voces externas.	Fueron tres expertos ajenos a la realidad problemática y a las expectativas de la investigadora, que confirman la veracidad del uso de las técnicas.

Fuente: Extraído de Lincoln y Guba (2011).

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras.

Planeamiento Estratégico

Los resultados según la encuesta aplicada a los trabajadores de la municipalidad del distrito de Pimentel son los que se muestran a continuación:

Conoce la visión de desarrollo económico de la Municipalidad

Tabla 8.

Conoce la visión de desarrollo económico de la Municipalidad.

Conoce la visión de desarrollo económico de la Municipalidad	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	58.5
No	17	41.5
Total	41	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

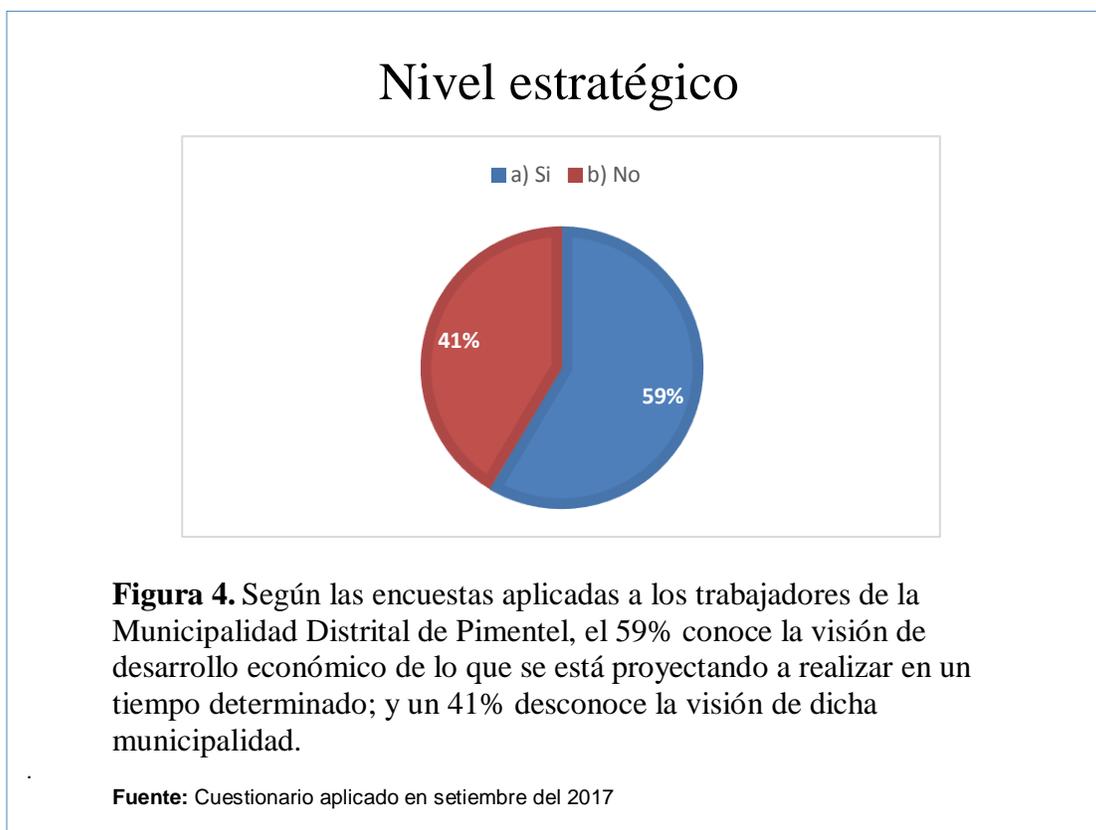


Tabla 9.

La Municipalidad cuenta con objetivos para el desarrollo económico del sector hotelero

La Municipalidad cuenta con objetivos para el desarrollo económico del sector hotelero	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	29.3
No	29	70.7
Total	41	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

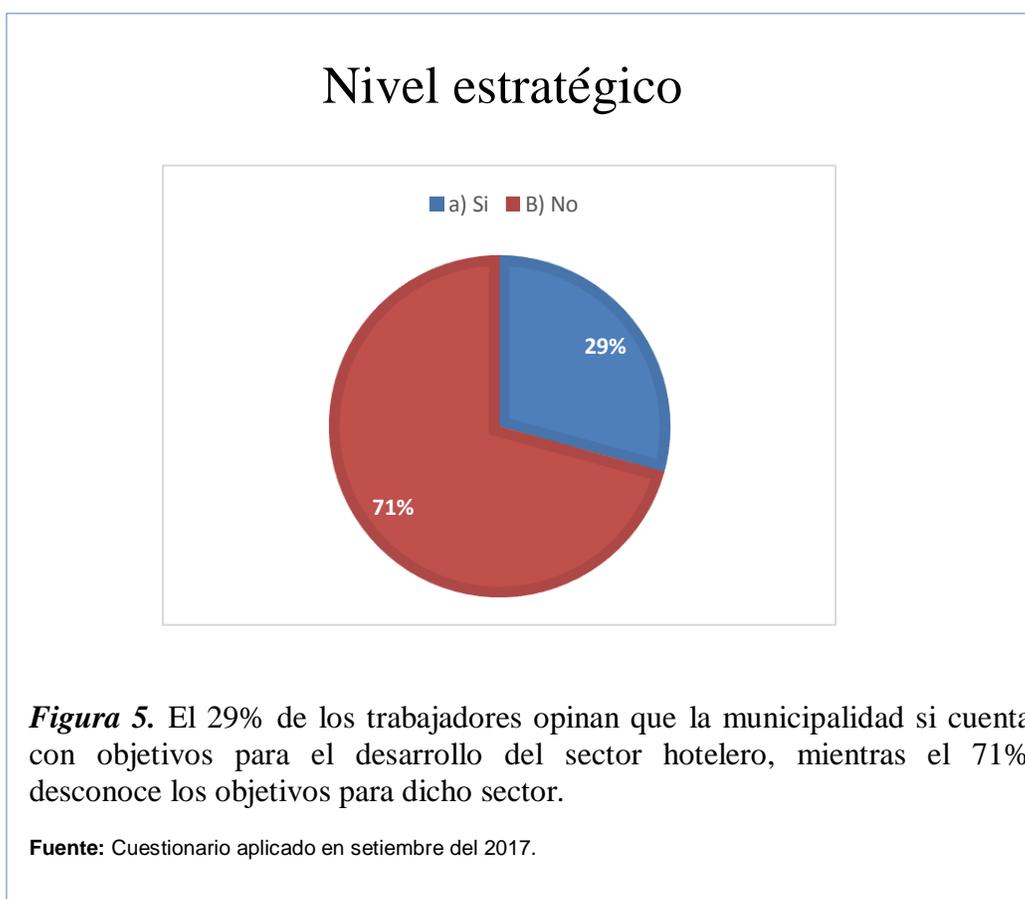


Tabla 10.

Qué estrategias aplica la Municipalidad para el desarrollo del sector hotelero

Qué estrategias aplica la Municipalidad para el desarrollo del sector hotelero	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación	12	29.3
Premiación al mejor Hotel	2	4.9
Promoción	7	17.1
Incentivos Tributarios	5	12.2
Ninguna	15	36.6
Total	41	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

Nivel estratégico

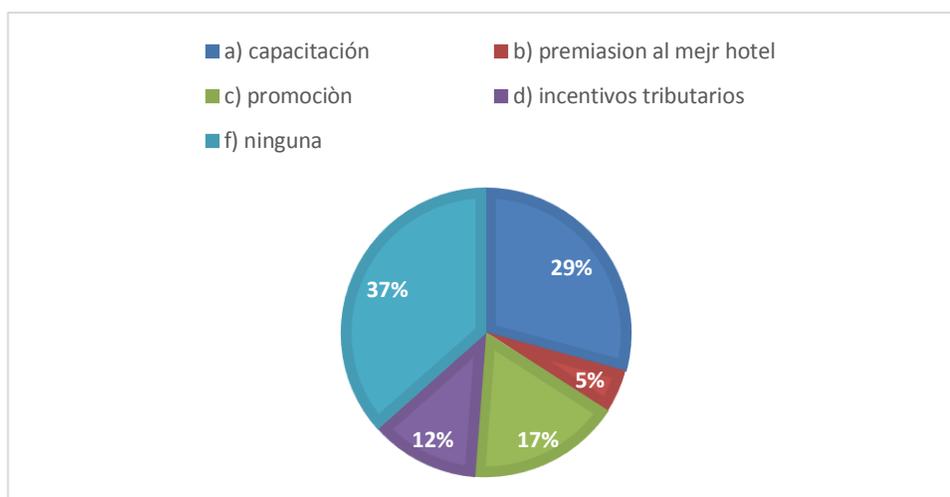


Figura 6. El 37% de trabajadores de la municipalidad de Pimentel opinan que la municipalidad no aplica ninguna estrategia para el desarrollo del sector hotelero, el 29% opinan que su estrategia de la municipalidad es brindar capacitaciones al sector hotelero, y el 5% opina que como estrategia premian al mejor hotel, el 17% opina que hacen promociones en festividades y el 12% opinan que brindan incentivos tributarios.

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

Tabla 11.

Conoce usted la visión institucional.

Conoce usted la visión institucional	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	65.9
No	14	34.1
Total	41	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

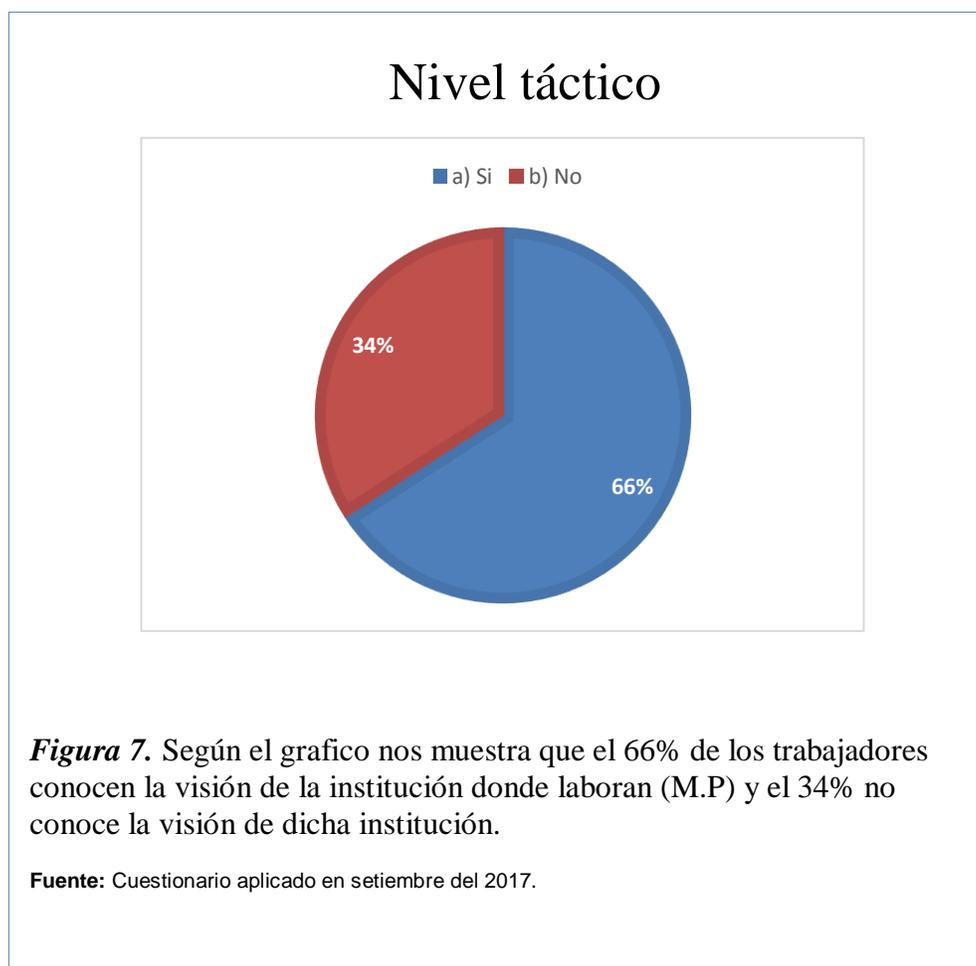


Tabla 12.

La municipalidad cuenta con un cronograma de actividades para el desarrollo del sector hotelero.

La municipalidad cuenta con un cronograma de actividades para el desarrollo del sector hotelero	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	22,0
No	32	78,0
Total	41	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

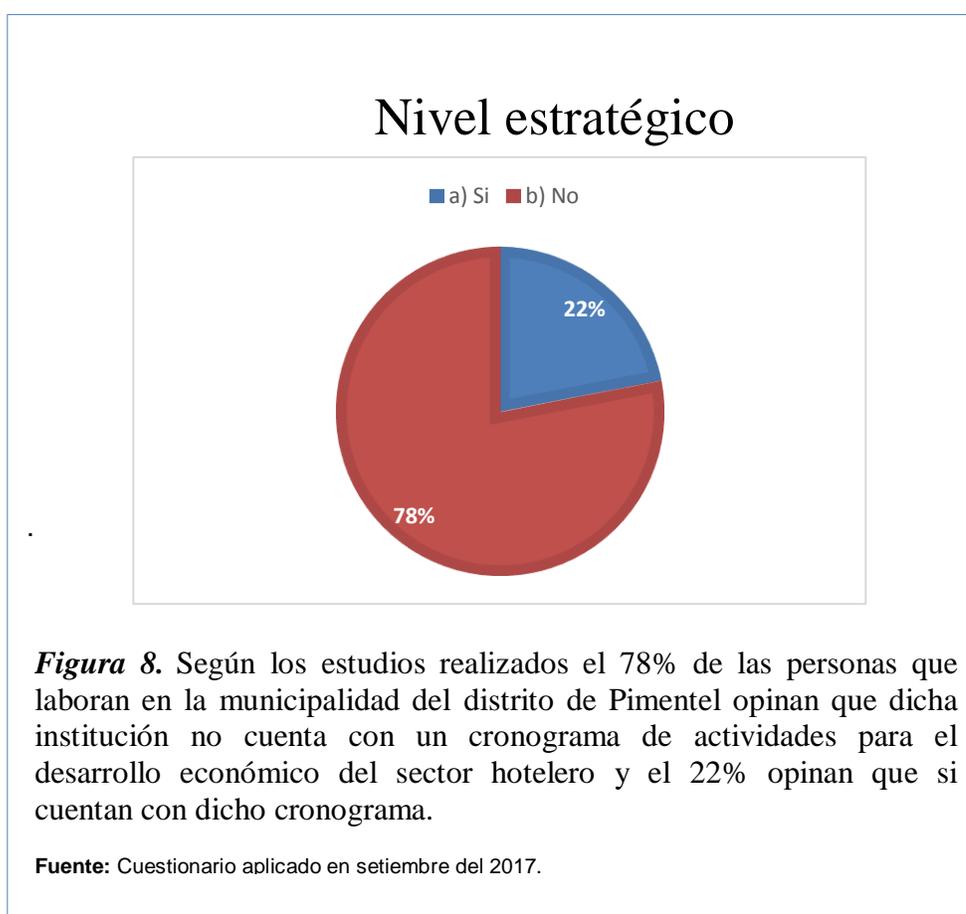


Tabla 13.

La municipalidad cuenta con un plan operativo de evaluación del sector hotelero

La municipalidad cuenta con un plan operativo de evaluación del sector hotelero	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	24,4
No	31	75,6
Total	41	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

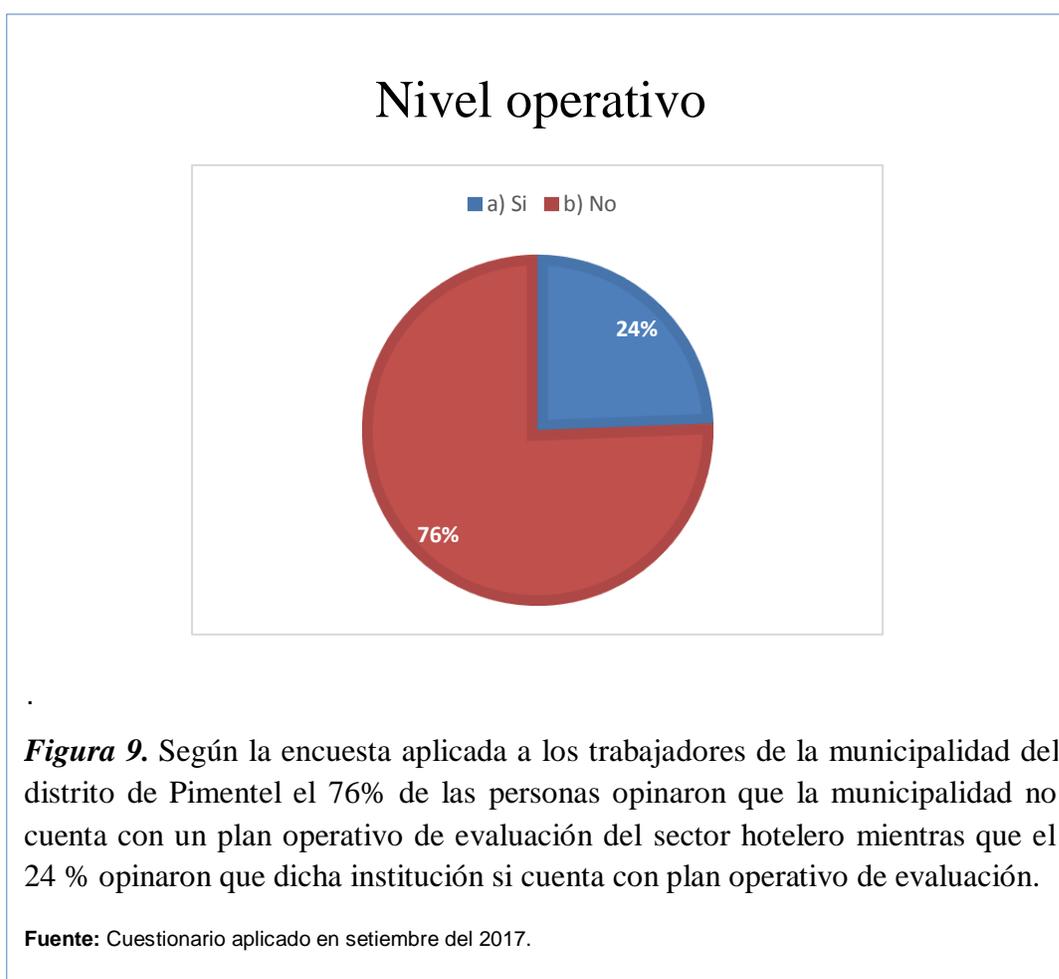


Tabla 14.

La municipalidad cuenta con procedimientos para la atención oportuna al sector hotelero

La municipalidad cuenta con procedimientos para la atención oportuna al sector hotelero	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	31,7
No	28	68,3
Total	41	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

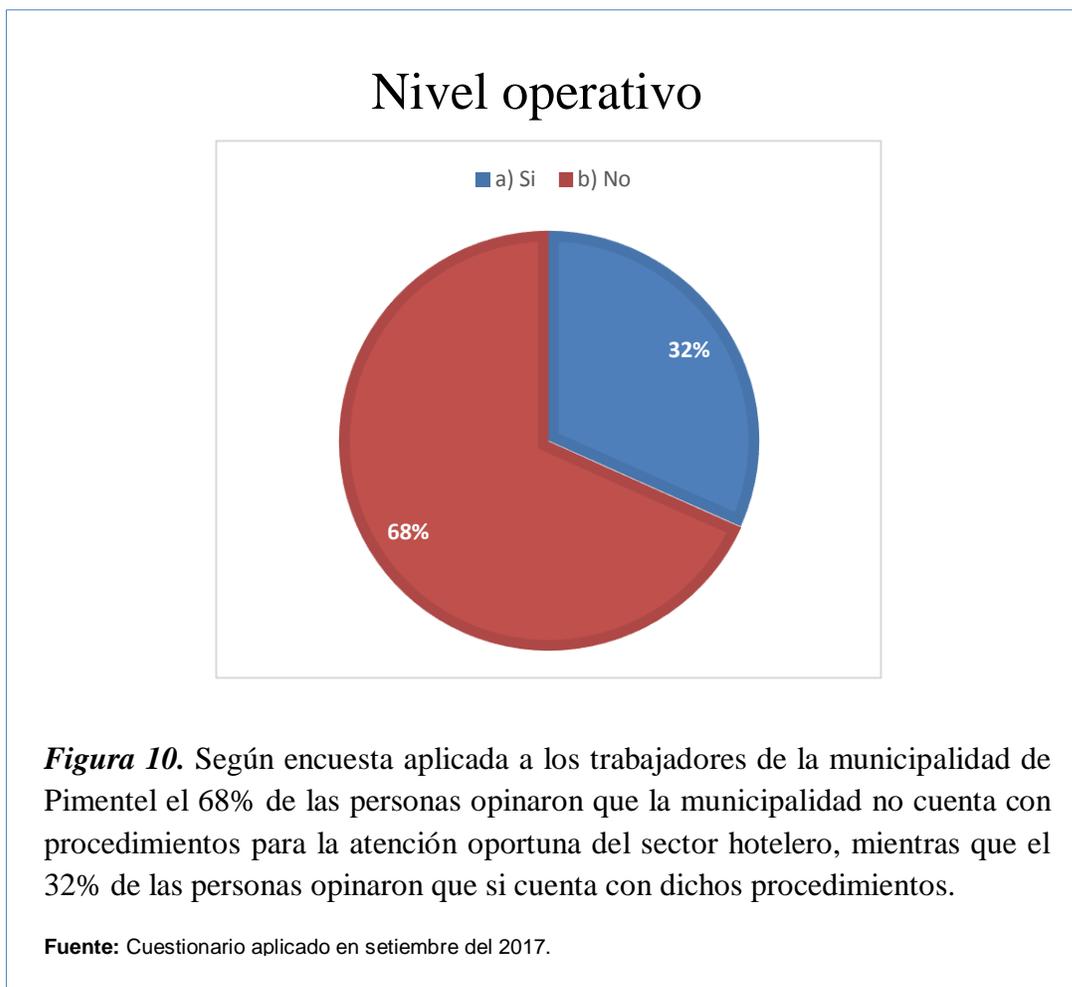
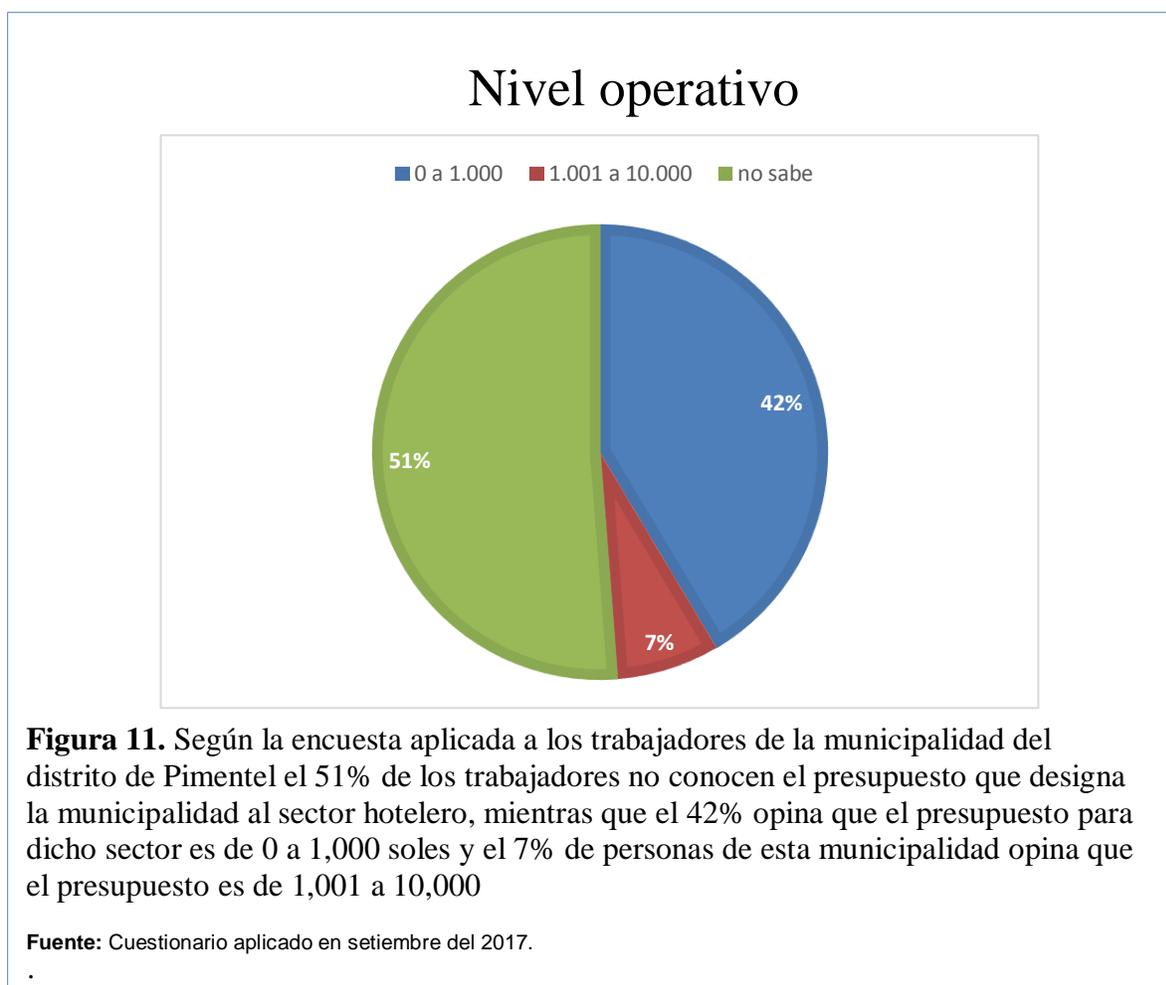


Tabla 15.

Cuál es el presupuesto que la Municipalidad asigna para el desarrollo del sector hotelero	Frecuencia	Porcentaje
0 – 1000	17	41,5
1001 – 10000	3	7,3
Ninguna	21	51,2
Total	41	100

Cuál es el presupuesto que la Municipalidad asigna para el desarrollo del sector hotelero

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.



Ventajas Comparativas

Los resultados de la aplicación de la encuesta a los trabajadores del sector hotelero en el Distrito de Pimentel, son los siguientes:

Tabla 16.

Costos del servicio hotelero

Costo del servicio	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	7	13.5
Alto	26	50.0
Bajo	19	36.5
Muy bajo	0	0
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

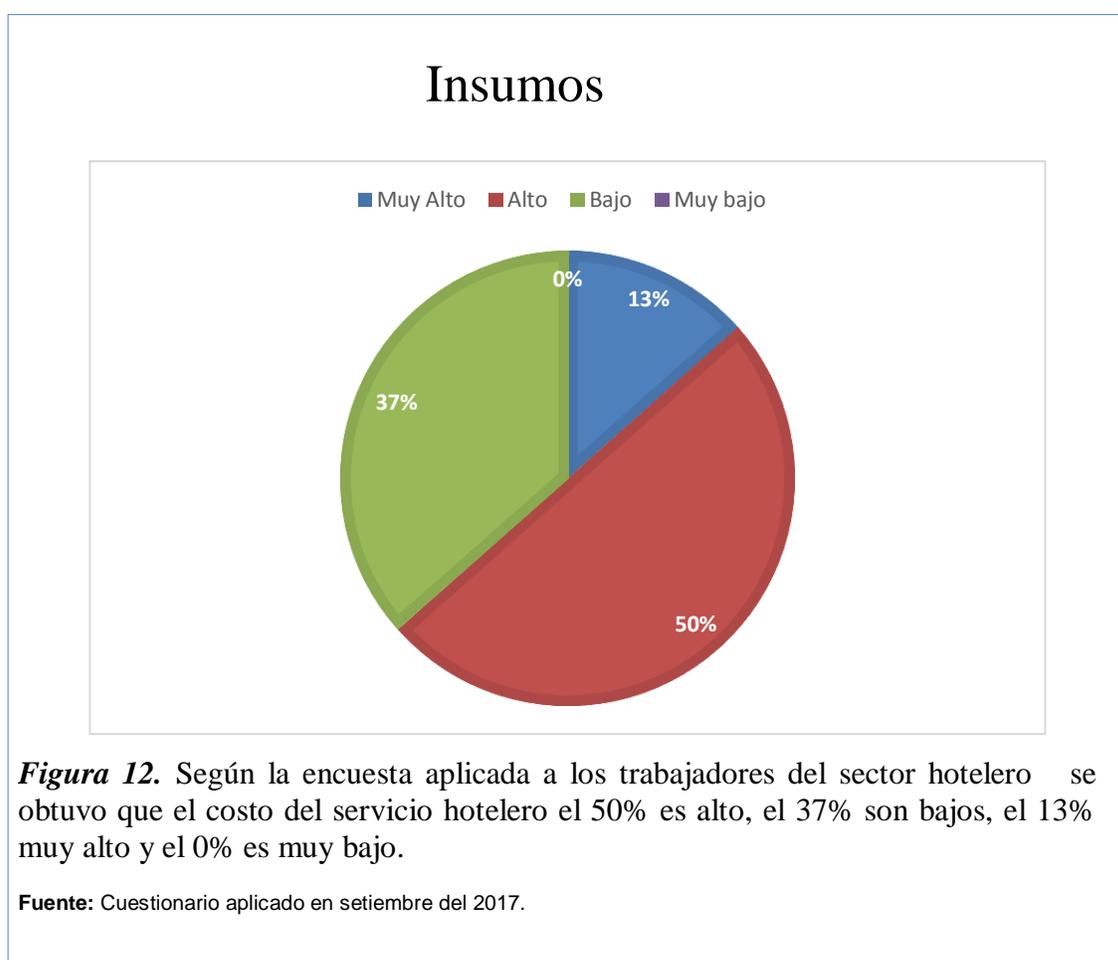


Tabla 17.

Calidad de servicio que brinda el hotel

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	23	44.2
Buena	24	46.2
Mala	1	1.9
Regular	4	7.7
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

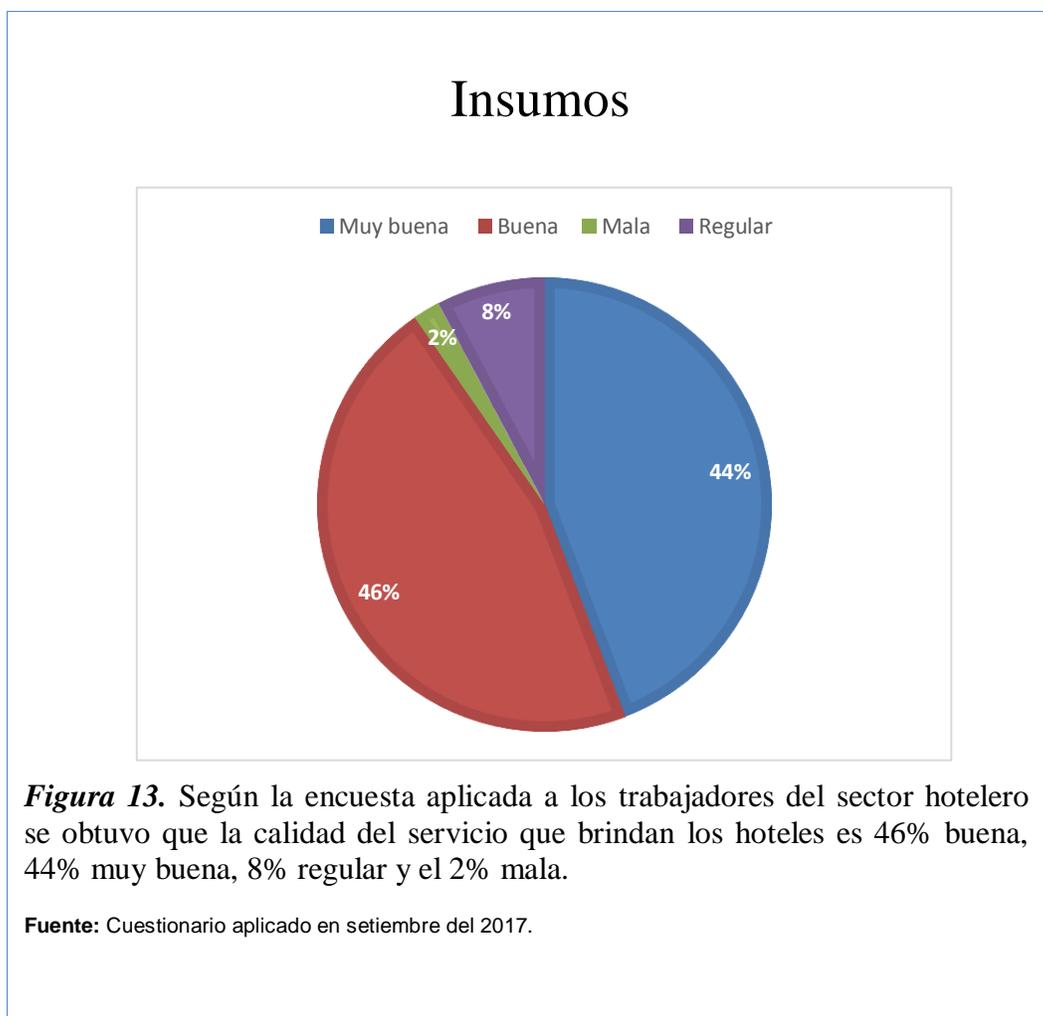


Tabla 18.

Diferencia del servicio del hotel con la competencia

	Frecuencia	Porcentaje
Costo	13	25.0
Calidad	23	44.2
Tiempo de permanencia	9	17.3
Atención oportuna	7	13.5
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

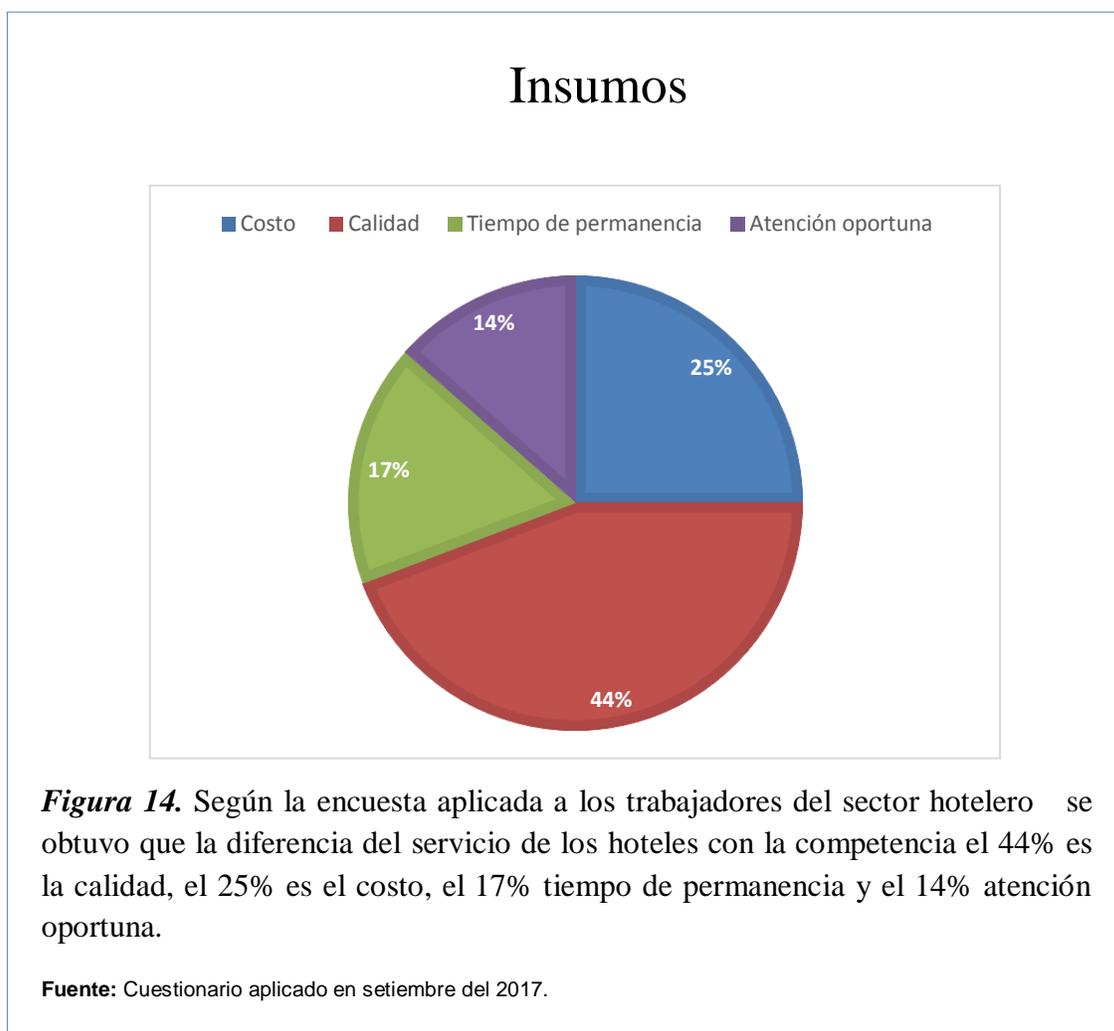


Tabla 19.

Inversión del hotel en publicidad

Inversión del hotel en publicidad	Frecuencia	Porcentaje
0 a 1000	29	55.8
1000 a 5000	19	36.5
5000 a 10.000	0	0
Ninguno	4	7.7
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

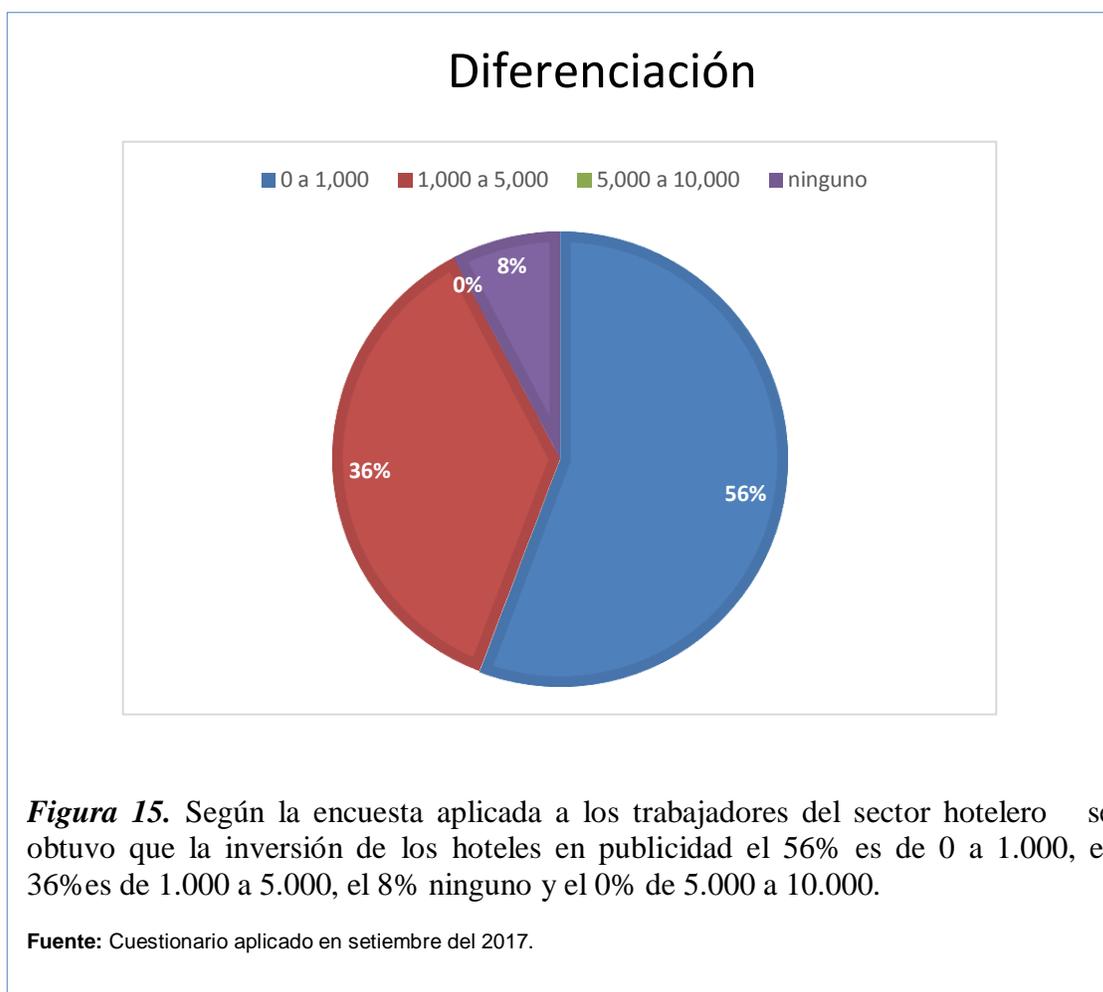


Tabla 20. *Servicios que brinda el hotel*

Servicios que brinda el hotel	Frecuencia	Porcentaje
Wifi	20	38.5
Cable	8	15.4
Agua caliente	0	0
Alimentación	1	1.9
Wifi + Cable	9	17.3
Todas las anteriores	14	26.9
Ninguno	0	0
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

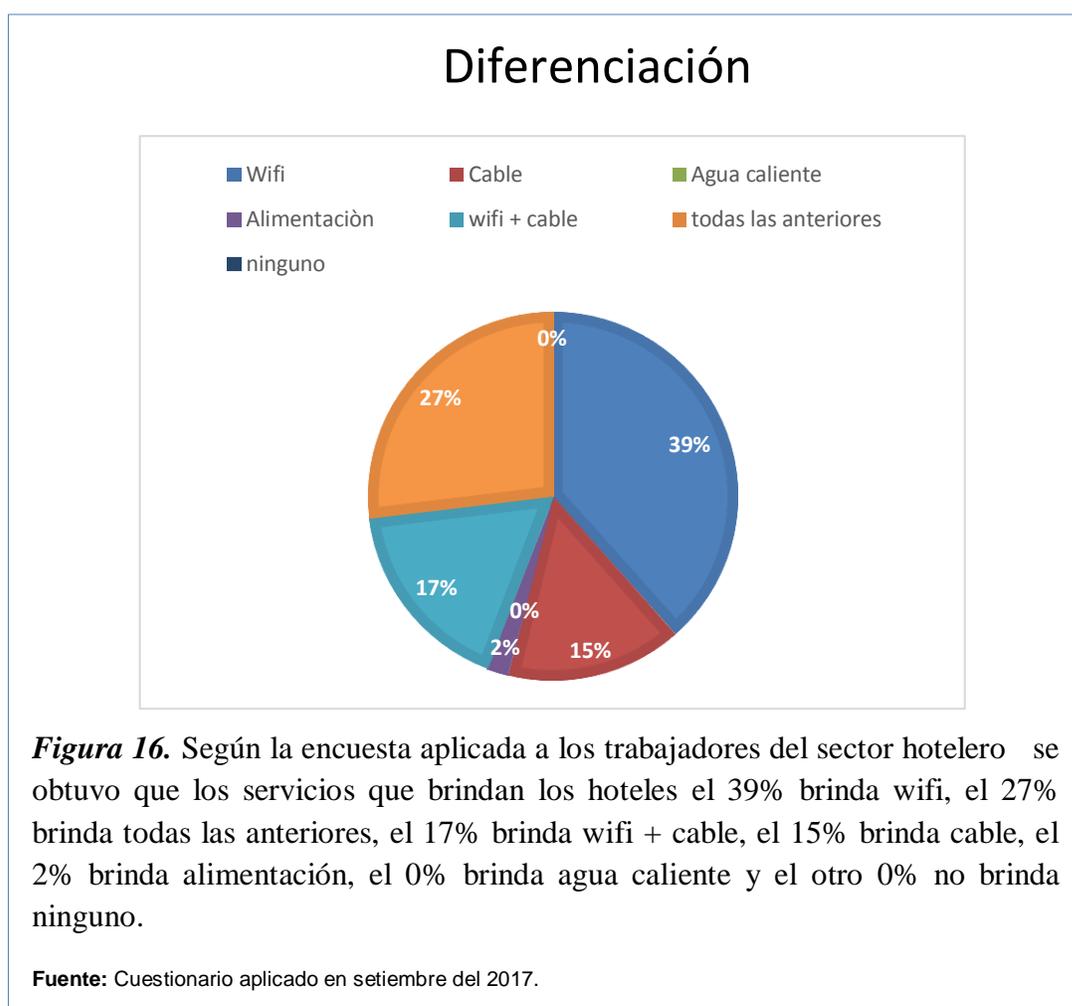


Tabla 21.

Factores macroeconómicos que afectarían al hotel.

Factores macroeconómicos que afectarían al hotel	Frecuencia	Porcentaje
Tributos elevados	18	34.6
Control Municipal	24	46.2
Cambio Climático	10	19.2
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

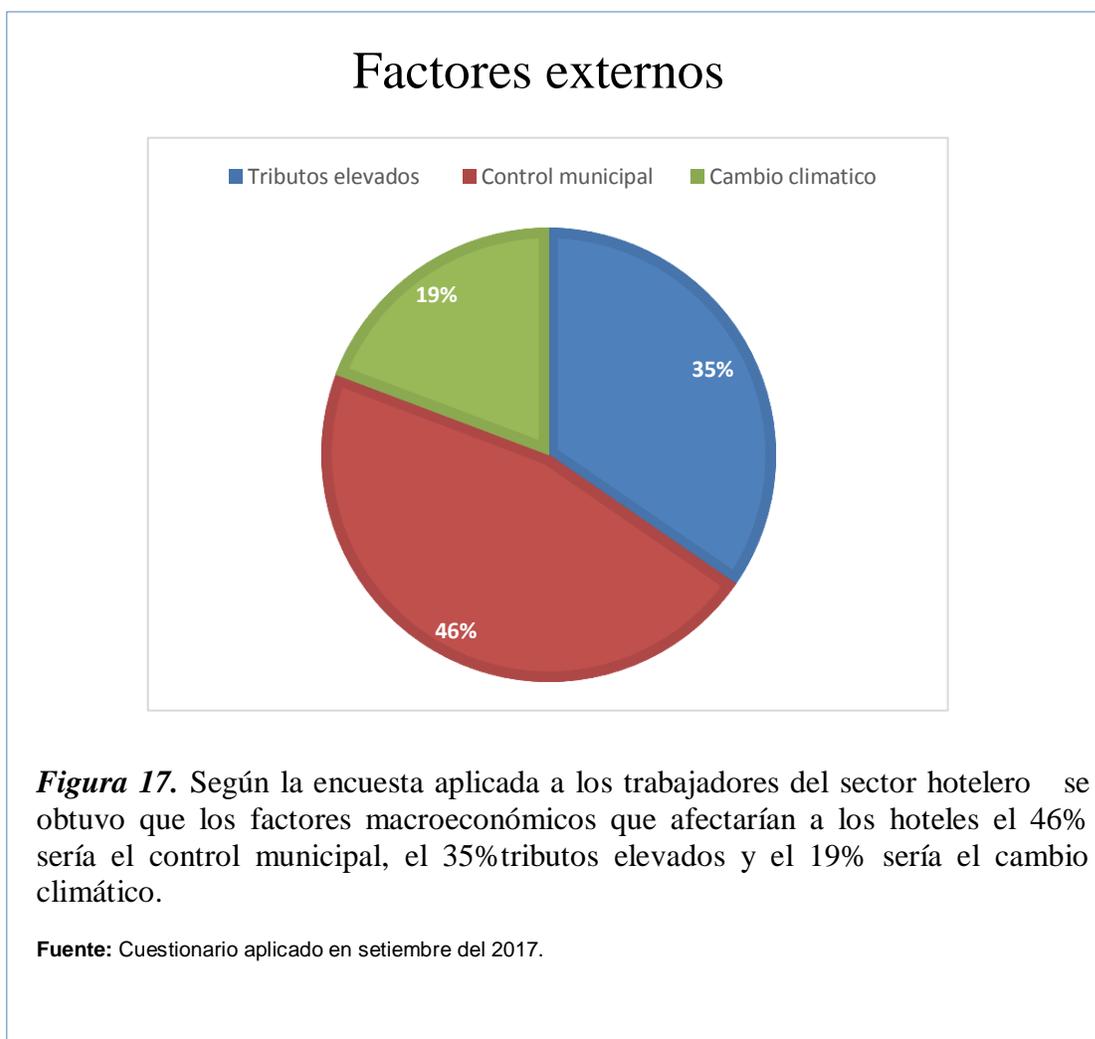


Tabla 22.

Ofertas que brinda el hotel en temporada alta.

Ofertas que brinda el hotel en temporada alta	Frecuencia	Porcentaje
Descuento de Habitación	28	53.8
Artefactos de regalo	1	1.9
Habitación + Jacuzzi	0	0
Detalles románticos	17	32.7
Ninguno	6	11.5
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

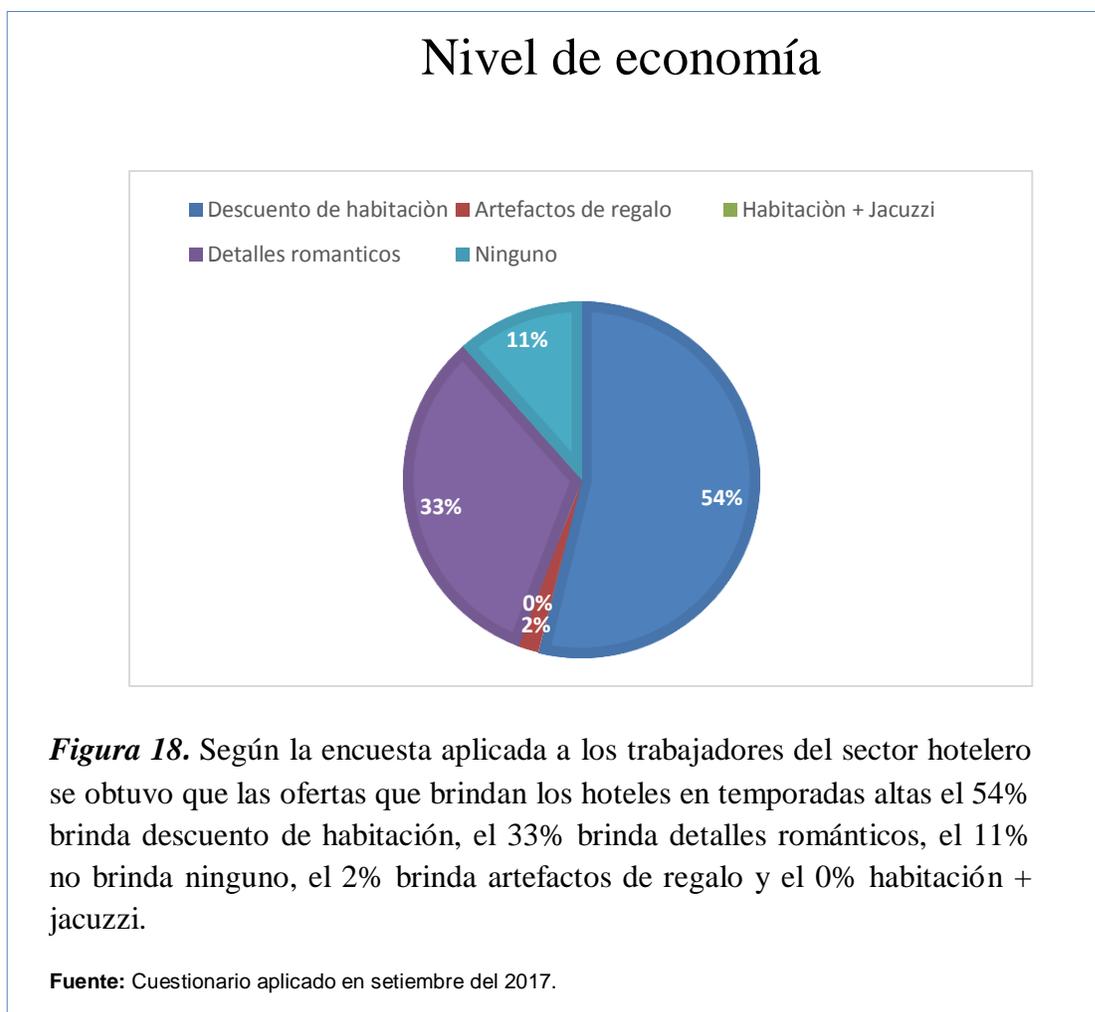


Tabla 23.

Ofertas que brinda el hotel en temporada baja.

Ofertas que brinda el hotel en temporada baja	Frecuencia	Porcentaje
Una noche adicional gratis	20	38.5
Alimentos gratis	8	15.4
Un paseo turístico	1	1,9
Ninguno	23	44.2
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

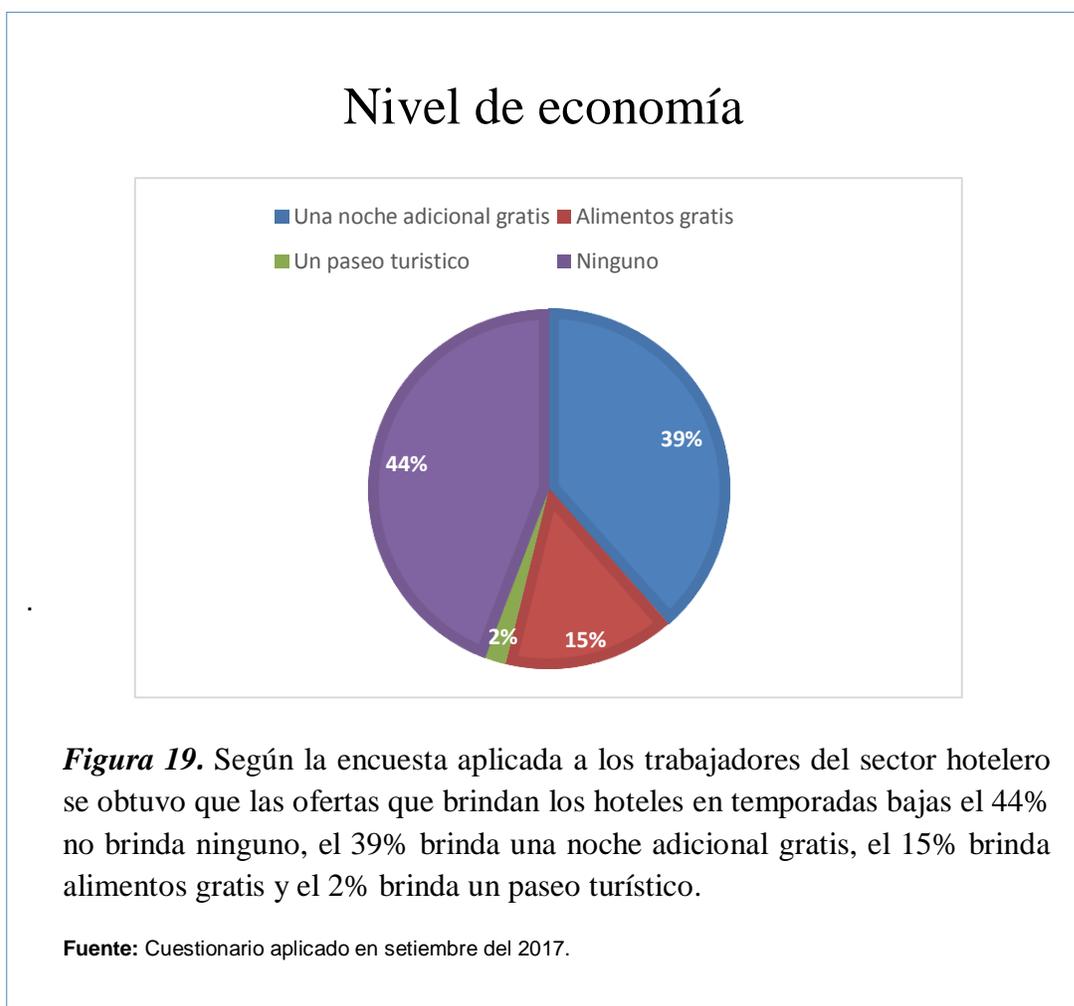


Tabla 24.

Temporada de mayor demanda

Temporada de mayor demanda	Frecuencia	Porcentaje
Alta	35	67.3
Media	17	32.7
Baja	0	0
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017

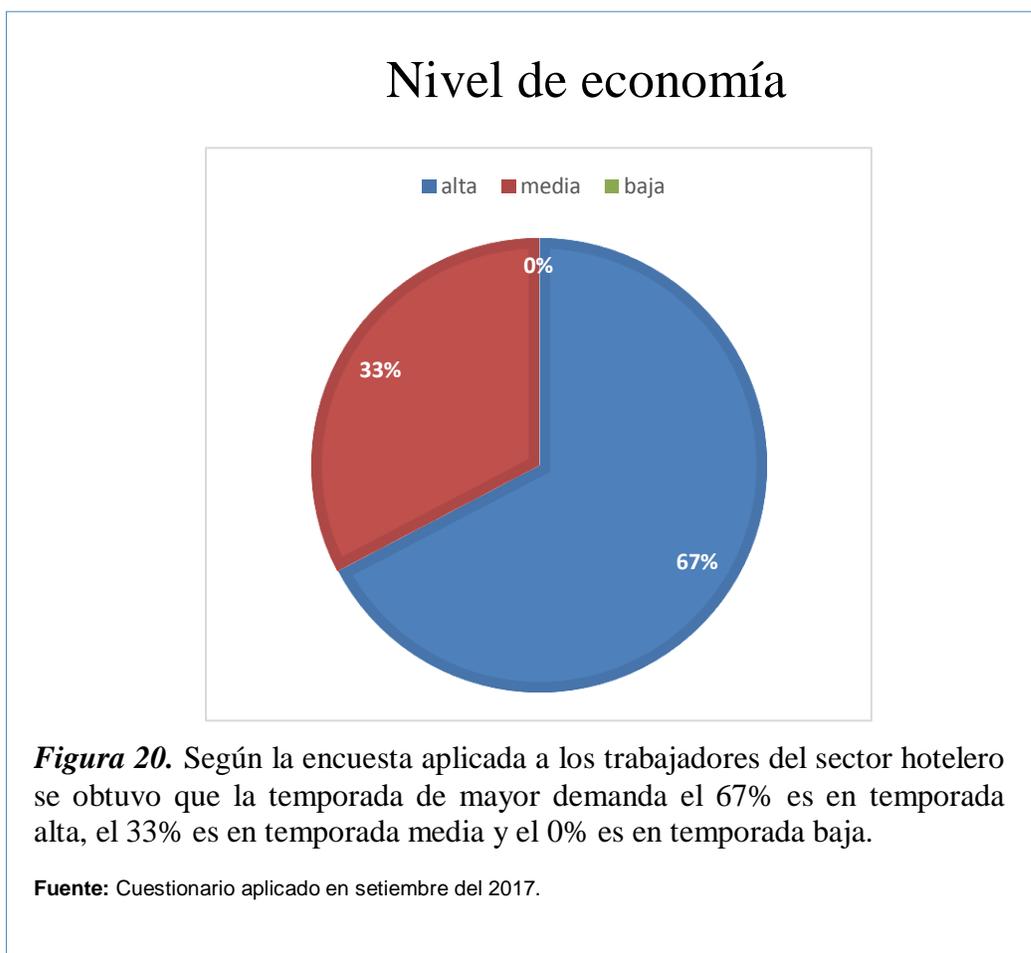


Tabla 25.

Tipo de tecnología que cuenta el hotel

Tipo de tecnología que cuenta el hotel	Frecuencia	Porcentaje
Pc de última Generación	10	19.2
Software actualizados	0	0
Cámaras de Vigilancia	18	34.6
Intercomunicadores	10	19.2
Pc de última Generación + Cámara de Vigilancia	4	7,7
Todas las Anteriores	2	3,8
Ninguno	8	15.4
Total	52	100

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017

Tecnología

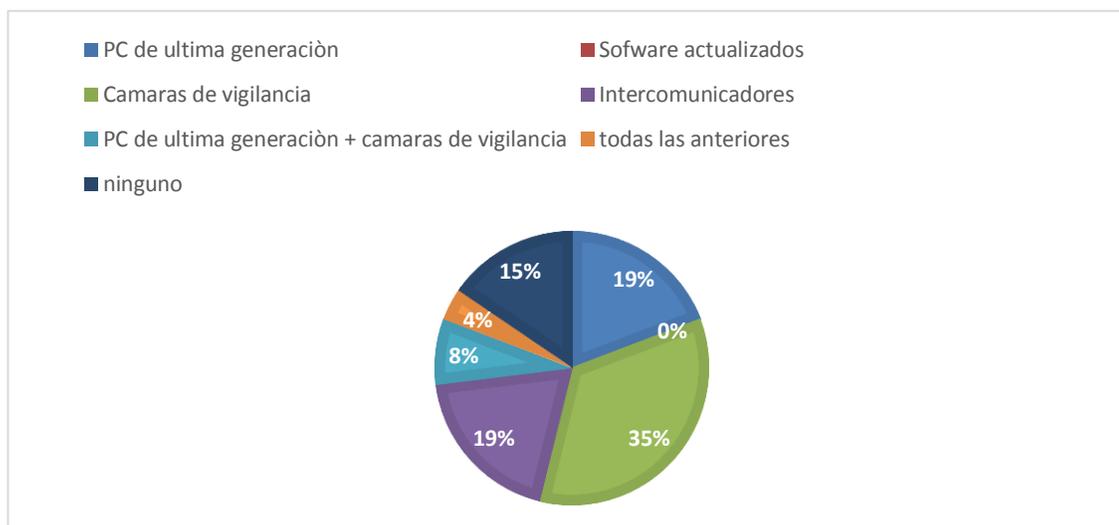
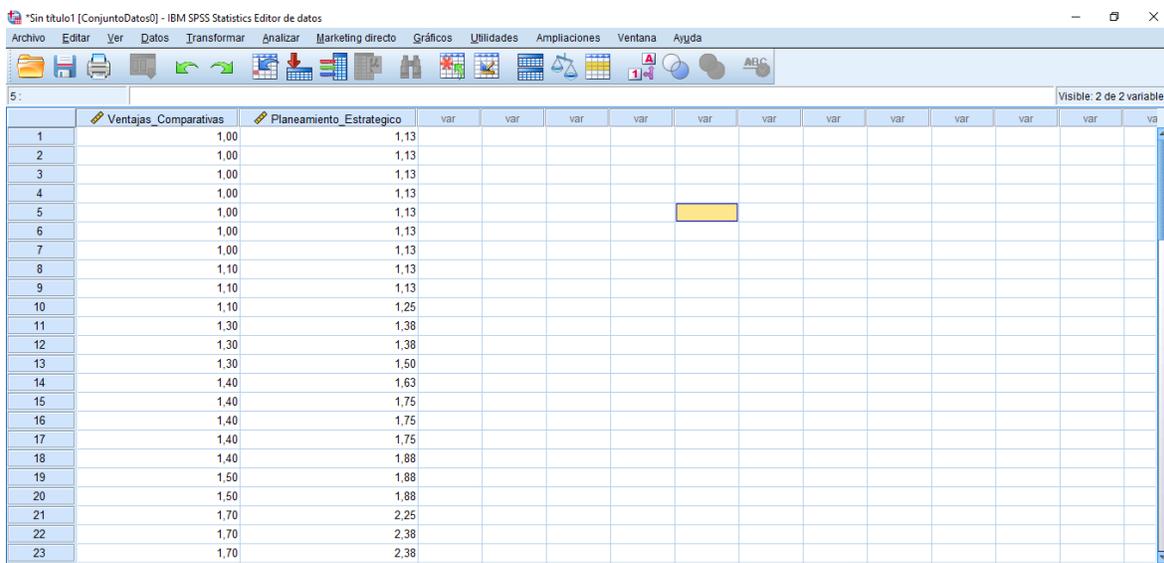


Figura 21. Según la encuesta aplicada a los trabajadores del sector hotelero se obtuvo que el tipo de tecnología con la que cuentan los hoteles el 35% son de cámara de vigilancia, el 19% intercomunicadores, 8% PC de última generación + cámara de vigilancia, el 19% PC de última generación, el 15% ninguno, el 4% todas las anteriores y el 0% software actualizado

Fuente: Cuestionario aplicado en setiembre del 2017.

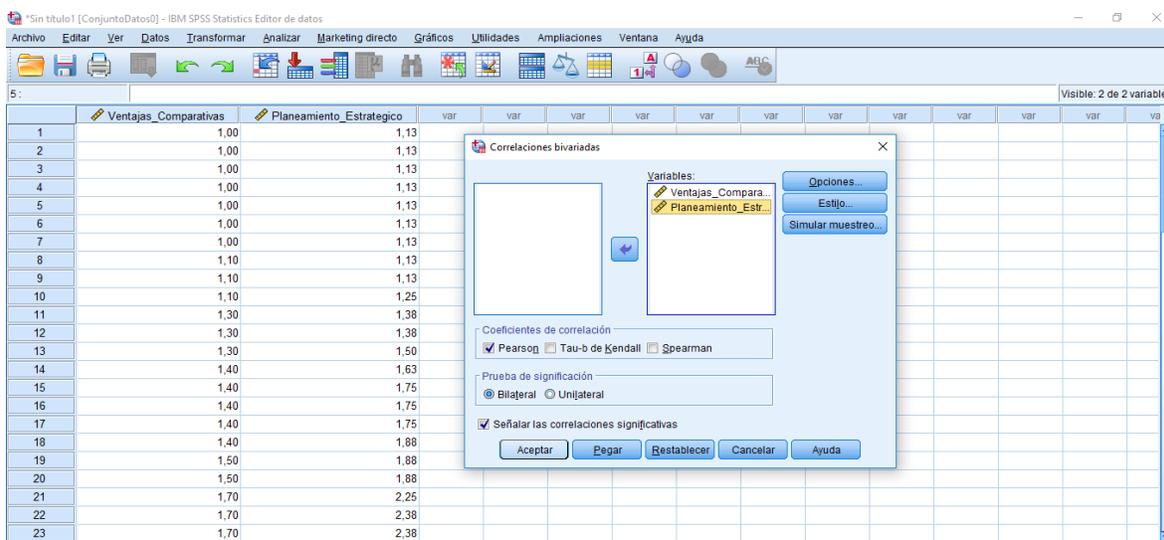
Cuadros estadísticos de Pearson para el tipo de investigación



5:

	Ventajas Comparativas	Planeamiento Estrategico	var											
1	1,00	1,13												
2	1,00	1,13												
3	1,00	1,13												
4	1,00	1,13												
5	1,00	1,13												
6	1,00	1,13												
7	1,00	1,13												
8	1,10	1,13												
9	1,10	1,13												
10	1,10	1,25												
11	1,30	1,38												
12	1,30	1,38												
13	1,30	1,50												
14	1,40	1,63												
15	1,40	1,75												
16	1,40	1,75												
17	1,40	1,75												
18	1,40	1,88												
19	1,50	1,88												
20	1,50	1,88												
21	1,70	2,25												
22	1,70	2,38												
23	1,70	2,38												

Fuente: Programa SPSS (Pearson)



5:

	Ventajas Comparativas	Planeamiento Estrategico	var											
1	1,00	1,13												
2	1,00	1,13												
3	1,00	1,13												
4	1,00	1,13												
5	1,00	1,13												
6	1,00	1,13												
7	1,00	1,13												
8	1,10	1,13												
9	1,10	1,13												
10	1,10	1,25												
11	1,30	1,38												
12	1,30	1,38												
13	1,30	1,50												
14	1,40	1,63												
15	1,40	1,75												
16	1,40	1,75												
17	1,40	1,75												
18	1,40	1,88												
19	1,50	1,88												
20	1,50	1,88												
21	1,70	2,25												
22	1,70	2,38												
23	1,70	2,38												

Correlaciones bivariadas

Variables:

- Ventajas_Compara...
- Planeamiento_Estr...

Coefficientes de correlación

Pearson Tau-b de Kendall Spearman

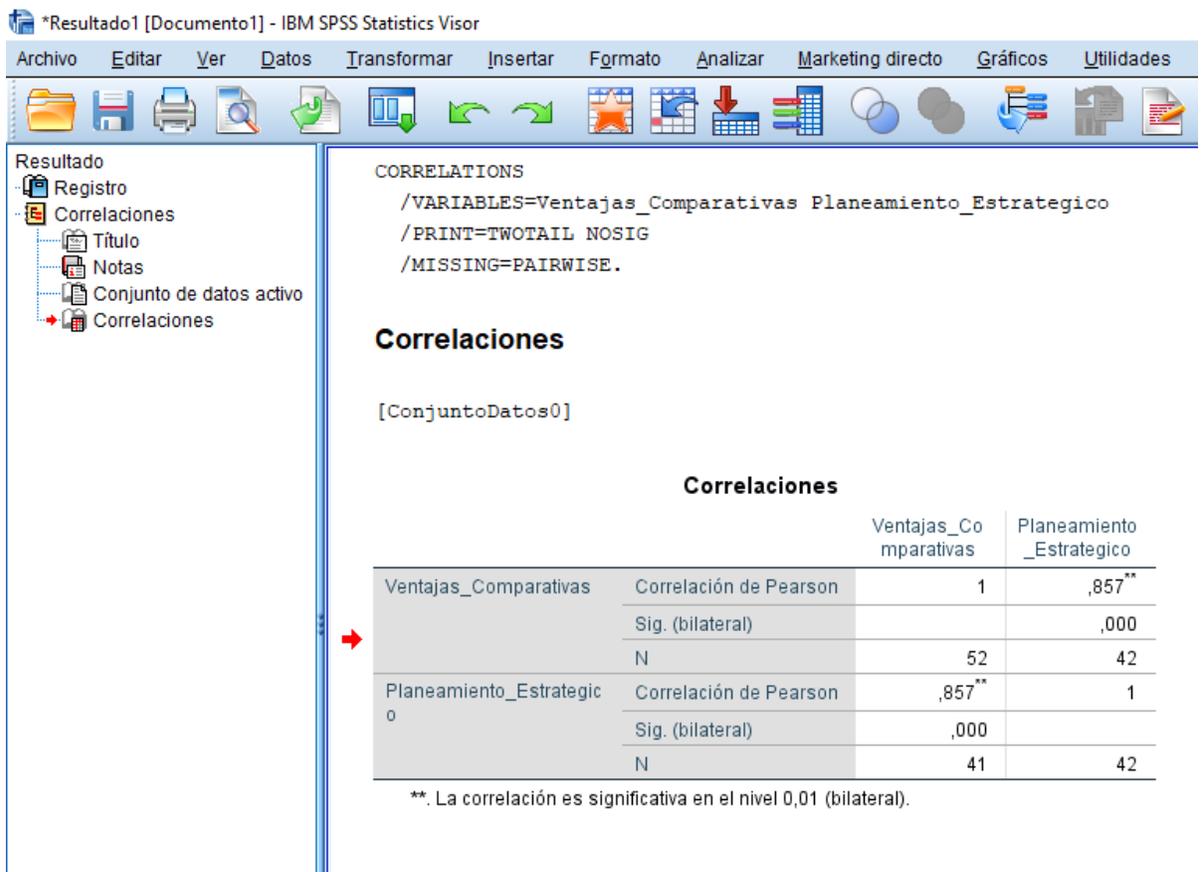
Prueba de significación

Bilateral Unilateral

Señalar las correlaciones significativas

Aceptar Pegar Restablecer Cancelar Ayuda

Fuente: Programa SPSS (Pearson)



Fuente: Programa SPSS (Pearsong)

Interpretación:

Existen suficientes pruebas estadísticas para evidenciar que la medida de correlación en el índice R y Rho de Pearson está entre 0.80 y 1.00 lo que significa que tiene una muy buena correlación. Además, el valor de “P” calculado es 0,00. Por lo tanto, el “P” valor es menor que el nivel de significancia del 0,05 (5%) lo que significa que rechazamos la Ho y aceptamos la H1. En conclusión. Si existe correlación entre Planeamiento estratégico y ventajas comparativas, lo cual significa que la municipalidad de Pimentel no está realizando una gestión eficiente.

3.2. Discusión de los Resultados.

En cuanto al planeamiento estratégico según la teoría se ha establecido 3 dimensiones: nivel estratégico, institucional y operativo.

Referente al nivel estratégico se estableció que la municipalidad cuenta con una visión de desarrollo con el 59% que dijo que si y el 41% dijo que no (Figura 4); en cuanto a los objetivos de la municipalidad referente al sector hotelero el 71% dijo que no y el 29% dijo que si se cuenta con los objetivos establecidos (Figura 5); en cuanto a la aplicación de estrategias la municipalidad no orienta sus acciones al desarrollo en el sector hotelero con un 37%, también establece la preferencia a la capacitación de los trabajadores con un 29% y a la promoción con el 17% (Figura 6).

En que corresponde a la visión institucional el 34% indico que no se cuenta con una visión institucional, en tanto el 66% dijo que si(Figura 7), en lo que corresponde a la ejecución de las actividades a través de un cronograma el 78% dijo que no existe un cronograma de actividades y el 22% indicaron que si (Figura 8) , en lo que corresponde a un plan operativo el 76% de los encuestados indicaron que no existe un plan operativo y el 24% dijo que sí (Figura 9); en cuanto a la ejecución de procedimientos para el apoyo del sector hotelero el 68% dijo que no existe procedimientos y el 32% indico que sí (Figura 10); final mente la asignación de recursos económicos para el desarrollo del sector hotelero del distrito de Pimentel el 51% dijo que no existe presupuesto alguno, mientras que el 42% indico que asigna un presupuesto muy limitado (Figura 11).

Del análisis de los resultados podemos inferir que la municipalidad de Pimentel cuenta con una visión de desarrollo pero que los trabajadores y la población desconoce, se observa también que la municipalidad cuenta con objetivos de desarrollo económico local pero que los funcionarios y trabajadores desconocen; la municipalidad no aplica estrategias pero si tiene en mente la capacitación de sus trabajadores; de la misma forma la municipalidad cuenta con una visión institucional pero que la mayoría de sus funcionarios y trabajadores desconocen; de la misma forma no se cuenta con un cronograma de actividades que se pueda ejecutar y evaluar.

Si es que la municipalidad cuenta con un plan operativo el personal lo desconoce, su aplicación es muy remota; de la misma forma los procedimientos municipales fomentados en el sector hotelero no son conocidos por los trabajadores, la municipalidad asigna un presupuesto demasiado limitado para el desarrollo del sector hotelero en el distrito; esto no está en relación con la teoría que establece Matinez y Milla (2012) "Un planeamiento estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico-financiero (los recursos que se asignaran), estratégico y organizativo, el posicionamiento actual y futuro de la empresa".

En resumen, la municipalidad de Pimentel cuenta con visión y objetivos que el personal administrativo desconoce, no aplica estrategias, tampoco tiene un cronograma, procedimientos y presupuesto orientados al desarrollo económico en el sector hotelero, lo que es necesario que la municipalidad tenga en cuenta los lineamientos del plan estratégico y oriente recursos para el sector antes indicado.

En cuanto a las ventajas comparativas según la teoría se ha establecido 5 dimensiones: nivel insumos, diferenciación, factores externos, economía y tecnología.

Referente al nivel de insumos se estableció que el sector hotelero en los costos del servicio el 48% dijo son altos y el 39% que son bajos (Figura 12); en cuanto a la calidad de servicio que brinda el hotel 44% dijo que el servicio que brinda es buena y el 43% dijo que es muy buena (Figura 13); en cuanto a la diferencia del servicio del hotel con la competencia el 42% dijo que es la calidad mientras que el 24% dijo que los costos (Figura 14).

En lo que corresponde al nivel de diferenciación el sector hotelero manifiesta que la inversión del hotel en publicidad el 54% es 0 a 1.000 soles y el 35% dijo que es de 1.000 a 5.000 (figura 15); en cuanto al servicio que brindan los hoteles el 37% manifiesta que es wifi, y el 29% dijo que es todas las anteriores, cable, agua caliente, alimentación, brinda wifi + cable, (figura 16).

En cuanto al nivel de factores externos, el 46% manifiesta que los factores macroeconómicos son el control municipal, y el 33% dice que son los tributos elevados (figura 17)

En referencia al nivel de economía, el 52% manifiesta que las ofertas que brindan los hoteles en temporadas altas son los descuentos de habitación, y el 31% dice que brinda detalles románticos (figura 18); En cuanto a las ofertas que brindan los hoteles en temporadas bajas el 46% manifiesta que no brindan ninguna oferta, y el 37% dijo que brindan una noche adicional gratis (figura 19); en cuanto a la temporada de mayor demanda el 65% manifiesta que la mayor demanda es en temporada alta, y el 33% dice que en temporada media (figura 20); finalmente en cuanto al nivel de tecnología el 33% manifiesta que el tipo de tecnología con la que cuentan los hoteles son las cámaras de vigilancia, y el 19% dice que intercomunicadores (figura 21).

Del análisis de los resultados podemos deducir que el sector hotelero cuenta con costos referente a la calidad y al servicio que brindan, se observa también que no todo el sector hotelero cuenta con los diferentes servicios para los clientes; también podemos observar que el sector hotelero no realiza ninguna clase de ofertas para sus clientes en temporadas bajas, en referente a la tecnología si bien se observa que el sector hotelero no cuenta necesaria para mejorar su seguridad; esto no está en relación con la teoría que establece Paul Krugman (2006), “Ventajas comparativas de una nación es la habilidad para especializarse en la producción de bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto, para ganar progresivamente participación de mercado y mejorar el estándar de vida para todos”. Nos quiere decir que si el sector hotelero pone en marcha los diferentes niveles (insumos, diferenciación, factores externos, economía y tecnología) aran que dicho sector mejore su estándar de calidad de dicho sector, haciendo que se diferencia de los demás ya sea internos o externos.

En resumen, el sector cuenta con costos y calidad referente a los servicios que brinda, no realiza ofertas en temporadas bajas ya que la personas que suelen visitar el lugar se ausentan en dicha temporada tampoco cuentan con tecnología actualizada el cual no les brinde mayor seguridad tanto a los hoteles como a las personas que se hospedan.

De acuerdo al grado de confiabilidad según el estadígrafo SPSS establece un indicador de 0.788 y la opinión de los expertos un estadígrafo de (0.74) considerándose un estándar de excelente confiabilidad determinándose que la planificación estratégica con sus dimensiones nivel estratégico, plan de desarrollo institucional y operativo influyen en insumos, factores externos, el nivel de economía y la tecnología con la que administra la municipalidad en el sector hotelero.

Se cumplió con el objetivo general al determinar que los factores de planeamiento estratégico se relacionan con las ventajas comparativas en el desarrollo económico local del sector hotelero en el distrito de Pimentel; confirmando la hipótesis de trabajo y rechazando la hipótesis nula.

3.3. Aporte Científico.

a. Introducción

Considerando que la Municipalidad de Pimentel es una institución pública que tiene a cargo la prestación de los servicios básicos en el distrito, para ello debe utilizar los principios de la Planificación Estratégica que conlleve a tener documentos de gestión actualizados, que sirva como guía orientadora u aporte para la ejecución de las actividades operativas.

De los resultados de la investigación realizada se puede establecer que esta Municipalidad no cuenta con los documentos de gestión actualizados, siendo necesario que por lo menos se cuente con el Plan Estratégico institucional donde se visualice los proyectos y actividades relacionadas a la planificación prospectiva en el Sector Hotelero.

La presente propuesta consiste en proponer estrategia que permitirán mejorar y hacer realidad sus proyectos de crecimiento sostenible del sector hotelero y de la municipalidad.

Misión

La Municipalidad Distrital de Pimentel como órgano de gobierno local representa al vecindario, tiene por misión:

Pimentel, Distrito turístico, con una ciudadanía activa y organizada participando en la planificación y desarrollo del distrito, logrando servicios básicos de calidad, agua potable, alcantarillado, electrificación, salud, educación, infraestructura deportiva, y desarrollo urbanístico. Pimentel constituye eje de articulación sur oeste metropolitano de Chiclayo, desarrollando las actividades productivas y comerciales sostenibles, cuya base es el turismo, preservando el medio ambiente y el patrimonio cultural.

Visión

La Visión de desarrollo al 2015 del distrito es:

"Brindar la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo local, con participación plena y organizada de la población, que se constituyen en los actores sociales que intervienen, apoyan, coordinan y fiscalizan la gestión municipal, basándonos en una gestión transparente, con eficacia empresarial y sensibilidad social, sosteniéndonos para ello en los tres ejes temáticos: Eje de desarrollo del capital humano, Eje de desarrollo del capital económico y eje de desarrollo articulación vial".

Valores

Transparencia: Los resultados de la gestión institucional se dan a conocer a la sociedad y a las instituciones competentes.

Responsabilidad: Asumir y hacerse cargo de sus actos en el ejercicio de sus funciones.

Honestidad: Disposición a obrar con honradez y justicia.

Lealtad: Fidelidad en el trato y el desempeño que se derivan de sus funciones y sus principios constitucionales y legales.

Imparcialidad: Reconocer la igualdad y objetividad sin otorgar preferencia alguna.

Compromiso: Los servidores de la Entidad desarrollan las funciones encomendadas, aportan a la consecución de sus planes y propia misión y la visión de la Entidad.



Plan de acción 2017 y proyectos 2018

Es un documento orientador del accionar a seguir, permitirá hacer realidad el objetivo puntualizado “Generar negocios rentables y sostenibles, incrementando las fuentes de trabajo en el distrito”. Es indispensable, para monitorear, evaluar y corregir las actividades contenidas en el.

El plan de acción 2016 contenía “29 actividades”; todas ellas, vinculadas directamente con las 3 estrategias:

“fortalecimiento de la actividad económica distrital, promoviendo la asociatividad y la organización y consolidación, de los actores que intervienen en su desarrollo económico; incluida la municipalidad”

“mejoramiento de las capacidades de gestión administrativa, de gestión comercial y de desarrollo tecnológico, de los negocios e iniciativas empresariales del distrito”

“búsqueda de fuentes de financiamiento, para la ejecución en Pimentel, de proyectos enfocados en impulsar el desarrollo económico local, promoviendo la actividad turística, la artesanal, la pesca y el sector agropecuario”

Luego del proceso de evaluación y reprogramación realizado, se acordaron nuevas fechas para las actividades incumplidas; también, se han adicionado 6 actividades, además de incorporarse nuevos responsables.

Se sugiere que mes a mes, se realicen “sesiones de M&E”, orientadas a analizar su avance y realizar los ajustes necesarios; reprogramando e incorporando nuevas actividades o nuevos aliados. Los “responsables” lideran cada actividad, forman equipos de trabajo para elaborar propuestas y luego de aprobar ejecutarlas.

El cumplimiento del plan, permitirá efectivamente, liderar la construcción del desarrollo económico del distrito de Pimentel, primer balneario de la región Lambayeque. Y consolidarlo hacia proyectos de mayor envergadura, que se iniciaran en los siguientes años, entre ellos:

- a. Proyectos de turismo rural comunitario
- b. Proyecto para el desarrollo de emprendimiento productivos
- c. Proyectos de mejoramiento de la producción ganadera y lechera de Pimentel
- d. Proyecto para la creación de circuitos turísticos que integren playa y mar con el campo.
- e. Proyecto para la implementación de planta de tratamiento y manejo adecuado de los residuos sólidos, con fines ambientales y económicos.

Y se continuaran, con los proyectos que han sido reprogramados para el presente año y cuyo inicio, está considerado en el presente plan de acción 2017:

1. Proyecto para la articulación de los productores pimenteleños con el mercado local.
2. Proyecto para la construcción de nuevo mercado de Pimentel.
3. Proyecto para el desarrollo turístico de la zona sur de Pimentel (incluye también museo de sitio del caballito de totora y corredor artesanal).
4. Proyecto para la realización de paseo turístico en el mar, en caballitos de totora y lanchas.
5. Proyecto de descontaminación del mar.
6. Proyecto para el mejoramiento integral de trochas carrozables de la zona rural.
7. Concurso PROCOMPITE MDP 2017.

<p>ESTRATEGIA 1</p> <p>Fortalecimiento de la actividad económica distrital, promoviendo la asociatividad y la organización y consolidación, de los actores que intervienen en su desarrollo económico; incluyendo a la Municipalidad.</p>		
<p>ACTIVIDADES:</p> <p>1.1 Realizar Diagnóstico de las Asociaciones existentes en el distrito de Pimentel.</p> <p>1.2 Organizar 1er. Encuentro de Asociaciones Económicas de Pimentel.</p> <p>1.3 Desarrollar Programa de Capacitación en Asociatividad Empresarial.</p> <p>1.4 Organizar 2do. Encuentro de Asociaciones Económicas de Pimentel.</p> <p>1.5 Realizar Circuito Turístico Pimentel 2016.</p> <p>1.6 Desarrollar Visita de Sensibilización a Zona Rural.</p>	<p>PLAZOS</p> <p>Abril.</p> <p>Febrero.</p> <p>Mayo.</p> <p>Junio.</p> <p>Julio.</p> <p>Agosto.</p>	<p>RESPONSABLES</p> <p>MDP: SGDE - ONG ACONGD-ANDAM.</p> <p>MDP: SGDE y Comisión DEL - USS.</p> <p>MDP: SGDE y Comisión DEL - USS.</p> <p>MDP: SGDE y Comisión DEL - USS.</p> <p>ARHAPI - MDP SGDE - Peruvian Camping.</p> <p>Mesa de Concertación - Asociación de Ganaderos - MDP: SGDE y Comisión DEL.</p>

1.7 Realizar Circuito Turístico Pimentel Vivencial 2016.	Setiembre.	Asociación de Ganaderos - MDP: SGDE y Comisión DEL - Peruvian Camping.
1.8 Desarrollar Programa de Capacitación Turística para Empresas de Transporte Público.	Julio.	MDP - Área de Tránsito y SGDE.
1.9 Organizar Ferias de Artesanos y Productores en las 3 Actividades Turísticas de Pimentel que se incluyan en el Calendario Turístico de GERCETUR Lambayeque.	Junio. Octubre. Diciembre.	MDP: SGDE, Comisión DEL e Imagen Institucional - Asociación Artesanos Nuevo Pimentel - CARITAS Chiclayo.
1.10 Implementar el “Servicio Municipal de Promoción del Desarrollo Económico Local de la MDP”, a partir de la Sub Gerencia de Desarrollo Económico.	Junio	MDP: SGDE, Comisión DEL e Imagen Institucional.
1.11 Desarrollar Programa de Capacitación: “El Desarrollo Económico Local como Misión Primordial de los Gobiernos Locales”.	Mayo	MDP: SGDE, Comisión DEL e Imagen Institucional - USS.
1.12 Conformar el Comité Distrital de Desarrollo Económico Local de Pimentel.	Marzo	MDP: SGDE, Comisión DEL.
1.13 Organizar XV Festival Turístico “Caballito de Totorá”.	Febrero	MDP: SGDE, Comisión DEL -Peruvian Camping.
ESTRATEGIA 2		
Mejoramiento de las capacidades de gestión administrativa, de gestión comercial y de desarrollo tecnológico, de los negocios e iniciativas empresariales del distrito.		
ACTIVIDADES:	PLAZOS	RESPONSABLES
2.1 Desarrollar Programa Integral de Capacitación Turística y Categorización de Restaurantes en Pimentel.	Junio. (Inicio)	MDP: SGDE y Comisión DEL - GERCETUR - ARHAPI.

2.2 Realizar Curso de Capacitación en Calidad del Servicio y Gestión Efectiva del Negocio Turístico.	Julio.	ARHAPI - CUMBRE - MDP: SGDE.
2.3 Desarrollar Programa de Capacitación a Comerciantes del Mercado en Atención y Calidad de Servicio.	Julio.	MDP: SGDE y Comisión DEL - Representantes Mercado.
2.4 Desarrollar Programa Integral de Capacitación a Artesanos de Pimentel en Diseño y Atención y Calidad de Servicio al Turista.	Mayo.	MDP: SGDE y Comisión DEL - GERCETUR - ONG ACONGD-ANDAM.
2.5 Realizar Curso de Capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas y el Uso Adecuado de Pesticidas.	Agosto.	MDP: SGDE y Comisión DEL.
2.6 Desarrollar 3 Programas de Capacitación Empresarial para los Negocios de las diferentes Actividades Económicas de Pimentel.	Agosto Setiembre.	MDP: SGDE y Comisión DEL.
ESTRATEGIA 3		
Búsqueda de fuentes de financiamiento, para la ejecución en Pimentel, de proyectos enfocados en impulsar el desarrollo económico local, promoviendo la actividad turística, la artesanal, la pesca y el sector agropecuario.		
ACTIVIDADES:	PLAZOS	RESPONSABLES
3.1 Formular y ejecutar Proyecto para la Articulación de los Productores Pimenteleños con el Mercado Local.	Junio.	MDP: SGDE y Comisión DEL - Asociación de Ganaderos - USS.
3.2 Suscribir Convenio con la Universidad Nacional “Pedro Ruiz Gallo”, para desarrollar la Agricultura y Ganadería en Pimentel.	Mayo.	MDP: Comisión DEL.
3.3 Elaborar Expediente Técnico para la Construcción de nuevo Mercado de Pimentel.	Agosto.	MDP: SGDU, Comisión EPP y Comisión IDU.

3.4 Remodelar como medida preventiva, el actual Mercado de Abastos de Pimentel.	Agosto.	MDP: SGDU, Comisión EPP y Comisión IDU.
3.5 Elaborar Expediente Técnico para el Desarrollo Turístico de la Zona Sur de Pimentel (Incluye también Museo de Sitio del Caballito de Totora y Corredor Artesanal).	Agosto.	MDP: SGDU, Comisión EPP y Comisión IDU.
3.6 Exponer Proyecto Empresarial Turístico y Propuesta Gremial de ARHAPI a la MDP.	Julio.	ARHAPI - MDP: Comisión DEL - SGDE.
3.7 Formular Proyecto para la realización de Paseos Turísticos en el Mar, en Caballitos de Totora y Lanchas.	Junio	MDP: SGDE y Comisión DEL - AA Nuevo Pimentel - APACT Julio Galán Jacinto AMPA de Caballitos de Totora. APA de Pimentel.
3.8 Elaborar Expediente Técnico de Proyecto de Descontaminación del Mar.	Julio	MDP: Comisión DEL y Comisión EPP.
3.9 Desarrollar Perfil y Expediente Técnico para el Mejoramiento de Trochas Carrozables de la Zona Rural.	Mayo	MDP: SGDU, Comisión EPP, Comisión IDU.
3.10 Realizar Estudio sobre el Parque Industrial y las Empresas que alberga.	Setiembre.	MDP: SGDE y Comisión DEL - USS.
3.11 Coordinar la Organización de la Convocatoria al 1er Concurso PROCOMPITE MDP para el 2017.	Octubre	MDP: SGDE
3.12 Suscribir Convenio con la Universidad Señor de Sipán, para promover el desarrollo económico local en Pimentel.	Mayo	MDP: SGDE y Comisión DEL - USS.
3.13 Formular Proyecto para la Producción de Totora.	Setiembre	MDP: SGDE y Comisión DEL - AA Nuevo Pimentel - APACT Julio Galán Jacinto AMPA de Caballitos de Totora. APA de Pimentel.

b. Fundamentación

De los resultados de la información recogida se infiere que el 71% de los encuestados dijo que la municipalidad no cuenta con objetivos de desarrollo orientados al distrito, el 76% de los encuestados indica que la municipalidad no cuenta con un plan operativo en dicho sector, el 68% de las personas encuestadas indicaron que la municipalidad no cuenta con procedimientos para la atención oportuna del sector, el 51% de los encuestados indicaron que no conocen el que designa la municipalidad a dicho sector.

En cuanto al sector hotelero se estableció que en los costos del servicio el 48% de los encuestados dijo son altos, el 44% de los encuestados indicaron que la diferencia del servicio de los hoteles con la competencia es la calidad, el 46% de los encuestados indicaron que el control municipal sería uno de los factores macroeconómicos que los afectarían.

c. Objetivos.

Objetivo General.

Actualizar las estrategias para el desarrollo económico local enfocadas en el sector hotelero del distrito de Pimentel.

Objetivos específicos.

Establecer lineamientos que permitan el mejoramiento de estrategias para el desarrollo económico local en el distrito de Pimentel.

Establecer los proyectos relacionados al desarrollo del Sector Hotelero en el Distrito de Pimentel.

Estrategias

Desarrollar programas de capacitación al personal para que promuevan el desarrollo en el distrito.

Implementar personal calificado que realice la ejecución de dichos proyectos que favorezcan el desarrollo económico local.

Programas de voluntariado de limpieza del balneario turístico en el distrito de Pimentel.

Festividades en temporadas bajas para atraer más turistas y generar ingresos con beneficios al sector hotelero y al distrito de Pimentel.

Realizar ferias que promuevan el desarrollo de cada sector en el distrito de Pimentel.

Tabla 26. *Establecimiento de objetivos específicos, actividades y responsable.*

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSIBLE
Establecer técnicas que permitan el mejoramiento de estrategias para el desarrollo económico local en el distrito de Pimentel.	Talleres comunales para establecer técnicas. Realizar un diagnóstico en los distintos sectores que intervienen en el desarrollo económico local.	Gerente municipal. Gerente de desarrollo económico.
Establecer los proyectos relacionados al desarrollo del Sector Hotelero en el Distrito de Pimentel.	Proyecto de equipamiento de la tecnológico. Proyecto de ambientación y decoración de los hoteles	Responsable de la unidad formuladora de proyectos. Jefe de relaciones públicas.

Fuente: elaboración propia.

El cuadro establece los objetivos específicos, actividades y responsable de las actividades a realizar.

Tabla 27. *Establecimiento de actividades, acciones y presupuesto.*

ACTIVIDADES	ACCIONES	Unit	Total
Talleres comunales para establecer técnicas. Realizar un diagnóstico en los distintos sectores que intervienen en el desarrollo económico local. (cupos 40 personas)	Ponente. 3	450.00	1,350
	Papel bond A4 3 millares	12.00	36.00
	Cereticados de participantes: 40 unidades	10.00	400.00
	Local- Alquiler- 3 talleres	250.00	750.00
	Alquilere de Equipo de sonido: 3 fechas	200.00	600.00
	Publicidad radio	200.00	200.00
	Tripticos dos millares	400.00	800.00
	Refrigerio: 3 fecha	150.00	450.00
Proyecto de equipamiento de la tecnológico	PC: Ultimo generation	3,000.00	12,000.00
	Intercomuniadores (10)	500.00	5,000.00
	Cameras de vigilance (2)	2,000.00	4,000.00
	Internet-cable-tv (10)	1,500.00	15,000
Proyecto de ambientación y decoración de los hoteles	Cortinas (10)	500.00	5,000.00
	Mubles y salas de espera	1,100.00	1,100.00
	Adornos	600.00	600.00

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al cuadro anterior se ha considerado las acciones que deben ejecutarse en cada una de las actividades, como por cada una de las acciones se asigna un costo, teniendo como resultado final el costo del presupuesto dando respuesta a los objetivos establecidos.

Cronograma de actividades

En el presente cronograma se detallan las actividades a ejecutarse para el cumplimiento de los objetivos específicos, se está considerando el tiempo de ejecución en un año, con la finalidad de tener el tiempo suficiente para desarrollar las actividades y que al finalizar el año se pueda evaluar los resultados, para luego realizar el proceso de retroalimentación para el siguiente año, procediendo a realizar éste proceso en forma secuencial.

Tabla 28. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	TRIMESTRES			
	1	2	3	4
Talleres comunales (cupos 40 personas)	x			
Capacitación para: Mejoramiento de la infraestructura. Mejoramiento de la calidad de atención. Mejoramiento de tecnología avanzada. (cupos 30 personas)			x	

Fuente: elaboración propia.

d. Beneficio de la propuesta.

Lograr que los funcionarios y servidores de la municipalidad del distrito de Pimentel y los trabajadores del sector hotelero conozcan los procedimientos del plan estratégico que se establecerá para mejorar el desarrollo económico local.

Lograr una mejor en atención y orientación por parte de los trabajadores de la municipalidad a hacia los servidores u propietarios del sector hotelero, para de esa manera mejorar su calidad de servicio y así contribuir con la mejora del desarrollo económico de la localidad.

Lograr que se establezcan los proyectos con beneficios a los diferentes sectores ya que de ellos depende mejorar el nivel económico de su distrito.

Lograr que los funcionarios estén capacitados y tengan un mejor conocimiento en la distribución del presupuesto por cada actividad a realizar en cada proyecto establecido.

Identificar las ventajas comparativas de otros balnearios

DIFERENCIA	PIMENTEL	HUANCHACO
Festividades	- Es escenario de la III edición del Festival del Cebiche, así como del XVI Festival Turístico Caballito de Totora-Festup 2018.	- Ninguna
Ingreso al muelle	- 2 nuevos soles	- 1 nuevo sol
Limpieza del balneario	- No	- Si
seguridad	- Si	- No

IV.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La municipalidad de Pimentel cuenta con visión y objetivos que el personal administrativo desconoce, no aplica estrategias, tampoco tiene un cronograma, procedimientos y presupuesto orientados al desarrollo económico en el sector hotelero, lo que es necesario que la municipalidad tenga en cuenta los lineamientos del plan estratégico y oriente recursos para el sector antes indicado; En conclusión una vez identificadas las características del planeamiento estratégico (misión, visión, objetivos, estrategias, etc) la municipalidad y el sector hotelero del distrito de Pimentel deben aplicar un planeamiento estratégico ya que es una herramienta que les permitirá asegurar el éxito a largo plazo y así evitar inconvenientes que se puedan presentar; fundamentalmente la ejecución de actividades para lograr sus objetivos, de esta manera influye que sean más competitivos a diferencia de otros distritos.

El sector hotelero cuenta con costos y calidad referente a los servicios que brinda, no realiza ofertas en temporadas bajas ya que las personas que suelen visitar el lugar se ausentan en dicha temporada tampoco cuentan con tecnología actualizada el cual no les brinde mayor seguridad tanto a los hoteles como a las personas que se hospedan.

Establece que los factores del planeamiento estratégico con sus dimensiones nivel estratégico plan de desarrollo institucional y operativo influyen en insumos, factores externos, el nivel de economía y la tecnología con la que administra la municipalidad en el sector hotelero.

Se determinó mediante el estudio realizado en el sector y el análisis pearsong que los factores de planeamiento estratégico se relacionan con las ventajas comparativas en el desarrollo económico local del sector hotelero en el distrito de Pimentel; confirmando la hipótesis de trabajo y rechazando la hipótesis nula.

4.2. Recomendaciones

Según los resultados obtenidos en la presente investigación se realizarán las siguientes recomendaciones:

1. Como municipio debe considerarse necesario que los trabajadores de la municipalidad de Pimentel tengan conocimiento de la misión, visión y objetivos de la misma para ejecutar una gestión eficiente y eficaz.
2. Para que el plan estratégico sea beneficioso se debe tomar en cuenta la capacidad de gestión gerencial con el fin de dirigir a los sectores que están involucrados en el desarrollo económico local de manera adecuada y generar expectativas de desarrollo.
3. Seguir las estrategias y desarrollar nuevas con el fin de cumplir los objetivos y metas plasmadas en su plan de gobierno, y de esa manera lograr mejor competitividad para mantener una ventaja comparativa en dicho distrito.
4. Establecer proyectos turísticos con organizaciones de apoyo en beneficio a los diferentes sectores que contribuyen al desarrollo económico local (hotelero, gastronómico y artesanal).

REFERENCIAS

- Aldana, M. (2016). *Estrategias de desarrollo turístico en la ciudad de Belén, Catamarca a partir de la planificación participativa. (tesis de pre grado). Universidad Nacional del Sur. .* Bahía Blanca: Recuperado de:
<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3324/1/TESIS%20TERMINADA%20ALDANA%202016.pdf>.
- Alex Aaron, V. M., Miguel, J. C., Taty, C. M., & Vanessa, A. F. (2017). *Planeamiento Estratégico de la Provincia de Trujillo.* Lima: Recuperado de:
file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/VILLAREAL_JUSTO_PLANEAMIENTO_TRUJILLO.pdf.
- Allen Sweeny, H. W. (2001). *Manual de Presupuesto .* Mexico: McGraw-Hill.
- Álvarez, C. (1997). *Como Se Modela La Investigación Científica.* Academia .
- Artemio, M. P. (2012). *Introducción al Plan Estratégico.* Madrid : Ediciones Diaz de Santos.
- Barreiros Carrera, A. E. (2013). *Planificación Estratégica como una Herramienta de Gestión para promover la Competitividad en la empresa KAWA MOTORS.* Quito.
- Beltrán Mora, L. N. (2009). *Ventajas Comparativas Y Competitivas En La Integración Colombo-Venezolana; Cadenas Productivas Conjuntas: Las Exportaciones A Estados Unidos Y Brasil.* Madrid.
- Benjamí, B. V. (2006). *El modelo de inserción y la posición competitiva de los países en transición de la europa central en la actual entorno global. (tesis doctoral). Universidad de Barcelona. .* Recuperado de: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/42606/4/03.AFC_CAP_2.pdf.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación.* Colombia : Pearson - Hall.
- Carrión Medina, M. (2013). *Planeación Estratégica para la empresa comercial FERVAZ de La Ciudad de Loja Periodos: 2012 - 2016.* Loja.
- Chiavenato, I. (2011). *Planeación Etratégica.* Mexico: McGraw-Hill.
- Choque Larrauri, R. (2011). *Planeamiento Estratégico y Cuadro de Mando Integral en la Gestión Pública .* Lima: Concytec.
- Daniel, P. (2008). *Planeamiento estratégico.* Caracas: Hc Mhill.
- Danilo Wladimir, G. G., & Darío David, Y. Z. (2013). *Diseño de un plna estratégico para el desarrollo y posicionamiento del balneario Ushimana.(Tesis de pre grado). Universidad de Ecuador.*

Ushimana: Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2193/1/T-UCE-0005-358.pdf>.

David, R. F. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México : PEARSON.

Díez de Castro, E., García, J., & Martín, F. y. (2001). *Administración y Dirección*. McGraw-Hill.

Felipe, C. D. (Lunes de Junio de 2004). *Los niveles de gestión en una organización*. Obtenido de <https://blog.acsendo.com/los-niveles-de-gestion-en-una-organizacion/>

Fernández Ríos, M. y. (1997). *Eficacia Orgaanizacional: Concepto, Desarrollo y Evaluación*. Ediciones Diaz de Santos S.A.

Fernando Antonio, A. J., Yesenia Lisbeth, M. G., & Pacheco., J. C. (2017). *Plan estrategico empresarial del restaurante Hebrón S.A.C de la ciudad de Chiclayo. (Tesis de maestría)*. Pontificia Universidad Catolica del Perú. Lima: Recuperado de: file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/0CS3JRFI/ARRIOLA_MONTALVO_PLAN_HEBRON.pdf.

Fleitman, J. (2000). *Negocios Éxitosos* . McGraw-Hill.

García Delgado Gustavo, M. F. (2006). *Competitividad y Ventajas Comparativas de los Sistemas de Producción de Leche en el Estado de Jalisco* . Mexico.

Gobierno, L. d. (2014). *Plan de desarrollo concertado de la provincia de Huarney* . Huarney: Recuperado de: <https://es.slideshare.net/SVargasG/plan-de-desarrollo-concertado-provincial-de-huarney-al-2021>.

Gonzales Huiman, R. y. (2015). *Planeamiento Estratégico Informático Para Mejorar La Gestión Del Programa De Complementación Alimentaria De La Municipalidad Provincial De Lambayeque - 2014*. Lambayeque.

González Estrada, A. (2010). *Competitividad y ventajas comparativas de la producción de maíz en México*. Mexico: Red Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias.

Gordillo, C. A. (2018). *Plan estrategico de desarrollo local distrito Huanchaco*. . Huanchaco.

Guillermo A, R. P. (2004). La integración de los niveles estrategico, táctico y operativo en la dirección estratégica. *Escuela de administración de negocios*, 28 - 57. Recuperado de: <file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/YSPKHWTS/20605204.pdf>.

Hernández Sampieri, R., & Fernández Collado, C. y. (2014). *Metodología de la Investigación* . Mexico: McGraw-Hill Education.

Hill, C. W. (2009). *Administración Estrategica*. México: Mc Graw Hill.

- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2007). *Administración Estratégica Competitividad y Globalización*. México: Cengage learning.
- Huanambal Tiravanti Víctor, V. M. (2005). *Planificación Aplicada a la Gestión Estratégica Universitaria*. Lima : Universidad Peruana Cayetano Heredia.
- Hugo Josué, A. H., Yoseane Mabel, C. S., Karen, M. R., & Aníbal Livio, T. B. (2017). *Planeamiento estratégico para la provincia de Moyobamba. (Tesis de maestría)*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima: Recuperado de:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9602/ANTE_CAMARENA_PLANEAMIENTO_MOYOBAMBA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Ignasi, B. I. (2013). *Desarrollo, planificación estratégica y corporativismo local: el caso de Mar de Plata (Argentina)*. Mar de plata: Recuperado de:
https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/tesis/docs/externas/bocker_r.pdf.
- Jave Chávez, P. A. (2015). *Comercio Exterior De La Región Huanca Velica Con Sus Ventajas Comparativas Y Competitivas*. Lima.
- Javier, D. R., & Albert, S. I. (2016). *La planificación estratégica urbana: innovación y comunicación para renovar la ciudad. (Tesis doctoral)*. . Valencia : Recuperado de:
file:///C:/Users/Jhoiner/Downloads/La%20planificación%20estratégica%20urbana_innovación%20y%20comunicación%20para%20renovar%20la%20ciudad_estudio%20de%20caso_el%20primer%20Plan%20Estratégico%20de%20Valencia_Tesis_Vicente%20Vidal%20Climent.p.
- Jorge, V. (2013). Argentina desdibuja sus ventajas comparativas con Brasil. *IERAL de fundación mediterránea*, 1(669). pag 1- 4. Recuperado de:
http://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/2134-Arentina%20desdibuja%20sus%20ventajas%20comparativas%20con%20Brasil.pdf.
- José, Á. G. (2014). Nivel de implementación de la calidad en los balnearios españoles. *Pasos*, 12(2). pag 259-280. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/305682267_Nivel_de_implementacion_de_la_calidad_en_los_balnearios_espanoles.
- Krugman, P. (2006). *Ventajas Comparativas*. Londres.
- Lourdes Patricia, M. R. (2013). *Diseño del plan estratégico 2013 - 2017 de la empresa Patricia Ramirez. (Tesis de pregrado)*. Universidad de Cartagena. . Cartagena de Indias : Recuperado de:
<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2433/1/Dise%C3%B1o%20del%20Plan%20Estrategico%20a%20la%20Empresa%20Patricia%20Ramirez.%20Lourdes%20Mendoza.pdf>.
- Luis Alberto, R. S. (2018). Obtenido de Gobierno Regional Región de Valparaíso:
<http://www.gorevalparaiso.cl/estrategia.php>

- Luna Gonzáles, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Mamani, R. H. (2014). *Plan de desarrollo regional concertado Tacna*. Tacna: Recuperado de:
http://ww2.regiontacna.gob.pe/grt/documentos/2011/personal/PDRC_TACNA_hacia_el_2021.pdf.
- Marino Zósimo, B. G., Marlon Franco, R. S., Franco Adolfo, R. C., & Mego, S. B. (2017). *Planeamiento estratégico de la provincia de Ica*. Lima: Recuperado de:
file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/BALLINAS_REYNOSO_PLANEAMIENTO_ICA.pdf.
- Mario Enzo, A. C., Abraham José, B. C., Miguel Ángel Martín, C. M., & Katia Lourdes, M. C. (2017). *Planeamiento estratpegico para la provincia de Ucayali a 2030*. Lima: Recuperado de:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8985/ALVAREZ_BALLERO_PLANEAMIENTO_UCAYALI.pdf?sequence=3&isAllowed=y.
- Michele Martino, D. I., Aldo David, E. F., Osmar Augusto, N. C., & Zamora., E. R. (2017). *Planeamiento Estratégico del Sector Turismo de Piura. (Tesis de pre grado)*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima: Recuperado de:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/9662>.
- Miguel, T. A., Barral, O. P., Junco, V. H., & Coloma., H. P. (2016). Modelo de gestión estratégica para el sector hotelero de la ciudad de Ambato. *Retos Turísticos* , 15(1). pag 1- 15. Recuperado de:
<http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/198>.
- MIRE. (2014). *Planificación estrategica 2014 - 2019. Ministerio de Relaciones Exteriores de Panama*. .
- Munch Galindo, L. (2013). *Planeación Estratégica: El Rumbo Hacia el Éxito*. Mexico: Trillas S.A.
- Porter, M. E. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. España: Esplugues de Llobregat [España] : Plaza & Janés.
- Quito, G. d. (2016). *Plan estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible de Quito al 2021*. Quito: Recuperado de:
<file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/YSPKHWTS/ANEXO%207%20Folleto%20PE%20Desarrollo%20Turismo%20Sostenible%20UIO%202021.pdf>.
- Raúl, M. C., Daniel Eduardo, O. H., Rafael Christian, O. Y., & Alejandro, R. C. (2016). *Planeamiento estratégico de la provincia de Arequipa. (Tesis de pre - grado)*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Arequipa: Recuperado de:
file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/XX9TYDV9/CHALCO_OJEDA_PLANEAMIENTO_AREQUIPA.pdf.
- Rodolfo, L. N., & Héctor Martín, G. B. (2015). *Agendas de competitividad de los destinos turísticos de México*. Cancún .

- Rojas Valdez, K., & Tamayo Caparó, C. y. (2011). *Plan Estratégico de la Molina*. Lima.
- Sáenz Ruiz, C. R. (2014). *Elaboración Del Planeamiento Estratégico Del Sistema De Información Para Una Empresa De Servicios Gráficos*. Lima.
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2015). *El Plan Estratégico en la Práctica*. Madrid: Pozuelo de Alarcon 4ta Edición.
- Sandra Diana, C. T., Emérito Gustavo, F. E., Jorge Enrique, M. G., & Sandra Evelyn, M. S. (2017). *Planeamiento estratégico para la provincia de Piura*. Lima: Recuperado por:
file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/CONDOR_FERNANDEZ_PLANEAMIENTO%20_PIURA.pdf.
- Sandra, C. L. (2017). *Vnetajas comparativas*. Valencia: Recuperado de:
<https://www.euston96.com/ventaja-comparativa/>.
- Sosa Jaime, M. A. (2016). *Propuesta De Un Plan Estratégico Y Cuadro De Mando Integral Para La Contribución Y Mejora De La Gestión En La Institución Estrellas De Belén Del Distrito De La Victoria En El Periodo 2014*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Victor, S. C. (2016). *Plan Estratégico de Desarrollo Regional*. Cuzco: Recuperado de:
file:///C:/Users/Jhoiner/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/YSPKHWTS/pedrc.pdf.
- Yadhira, C. S., Mabel, P. M., Julio, T. G., & Mirko, V. B. (2017). *Planeamiento estratégico en la provincia de Chiclayo 2016 - 2026. (Tesis de maestría)*. Pontificie Universidad Católica del Perú. . Chiclayo: Recuperado de:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8755>.

ANEXO

Matriz De Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
<p>P.G</p> <p>¿Cuáles la relación entre planeamiento estratégico de desarrollo económico local y las ventajas comparativas en el distrito de Pimentel – 2017?</p>	<p>O.G</p> <p>Determinar la existencia de la relación entre el planeamiento estratégico de desarrollo económico local y las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.</p>	<p>Hi:</p> <p>Existe relación entre el planeamiento estratégico de desarrollo económico local y Ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017</p>	<p>Planeamiento estratégico</p>
<p>P.E.1.</p> <p>¿Cuáles son las características del planeamiento estratégico que se viene aplicando en el distrito de Pimentel-2017?</p>	<p>O.E.1</p> <p>Identificar las características que tiene el planeamiento estratégico en el distrito de Pimentel-2017</p>	<p>Ho:</p> <p>No Existe relación entre el planeamiento estratégico de Desarrollo económico local y Ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.</p>	<p>Ventajas comparativas</p>
<p>P.E.2</p> <p>¿Cuál es el nivel de ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017?</p>	<p>O.E.2</p> <p>Analizar el nivel de las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.</p>		
<p>P.E.3</p> <p>¿Qué factores del planeamiento estratégico influyen en las ventajas comparativas del sector hotelero en el distrito de Pimentel 2017?</p>	<p>O.E.3</p> <p>Establecer los factores del planeamiento estratégico que influyen en las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Resultados del alfa de cronbach

Variable 1

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	41	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	41	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,788	,825	8

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Conoce usted la visión de desarrollo económico de la Municipalidad?	14,61	21,694	,803	,752
¿La Municipalidad cuenta con objetivos para el desarrollo económico del sector hotelero?	14,32	28,872	-,689	,853
¿Qué estrategias aplica la Municipalidad para el desarrollo del sector hotelero?	12,80	11,711	,968	,655
¿Conoce usted la visión de la Municipalidad?	14,68	22,322	,688	,763
¿La municipalidad cuenta con un cronograma de actividades para el desarrollo del sector hotelero?	14,24	22,689	,704	,766
¿La municipalidad cuenta con un plan operativo de evaluación del sector hotelero?	14,27	22,401	,749	,762
¿La municipalidad cuenta con procedimientos para la atención oportuna del sector hotelero?	14,34	21,730	,847	,751
¿Cuál es el presupuesto que la Municipalidad asigna para el desarrollo del sector hotelero?	12,90	10,590	,878	,715

Variable 2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	52	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	52	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,953	,978	10

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Cuáles son los costos del servicio hotelero?	20,62	105,457	,856	,951
¿Cuál es la calidad de servicio que brinda el hotel?	21,12	102,732	,839	,949
¿Cómo se diferencia el servicio del hotel con la competencia?	20,65	99,368	,902	,946
¿Cuánto invierte el hotel en publicidad?	21,25	102,426	,855	,949
¿Qué servicios brinda el hotel?	19,60	76,167	,955	,949
¿Cuáles son los factores macroeconómicos que afectarían al hotel?	21,00	104,235	,880	,950
¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporada alta?	20,38	86,084	,946	,942
¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporada baja?	20,33	91,166	,927	,942
¿En qué temporada es la mayor demanda?	21,52	109,235	,840	,955
¿Con qué tipo de tecnología cuenta el hotel?	19,15	82,133	,921	,946



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL

CUESTIONARIO PARA SERVIDORES MUNICIPALES N°

Señor colaborador de la Municipalidad, mucho agradeceremos, su apoyo consignando la información en el presente cuestionario, el mismo que es con la finalidad de mejorar la gestión estratégica para el desarrollo local y la ventajas comparativas del sector hotelero en el distrito.

La información que registre es de carácter reservado y será utilizado única y exclusivamente en el desarrollo de la investigación.

Deberá marcar con una (X), a la respuesta que estime conveniente.

Nº	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Conoce Ud. La visión de desarrollo económico de la municipalidad?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2	¿La municipalidad cuenta con objetivos para el desarrollo económico del sector hotelero?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3	¿Qué estrategias aplica la municipalidad para el desarrollo del sector hotelero?	Capacitación <input type="checkbox"/> Premiación al mejor hotel <input type="checkbox"/> Promoción <input type="checkbox"/> Incentivos tributarios <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>
4	¿Conoce Ud. La visión institucional?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
5	¿La municipalidad cuenta con un cronograma de actividades para el desarrollo del sector hotelero?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
6	¿La municipalidad cuenta con un plan operativo de evaluación del sector hotelero?	Si <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

		No
7	¿La municipalidad cuenta con procedimientos para la atención oportuna al sector hotelero?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
8	¿Cuál es el presupuesto que la municipalidad asigna para el desarrollo del sector hotelero?	0-1,000 <input type="checkbox"/> 1,001-10,000 <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL

CUESTIONARIO PARA SECTOR HOTELERO N°

Señor colaborador del servicio hotelero de pimentel, mucho agradeceremos, su apoyo consignando la información en el presente cuestionario, el mismo que es con la finalidad de mejorar la gestión estratégica para el desarrollo local y la ventajas comparativas del sector hotelero en el distrito.

La información que registre es de carácter reservado y será utilizado única y exclusivamente en el desarrollo de la investigación.

Debera marcar con una (X), la respuesta que estime conveniente.

N°	PREGUNTA	Respuestas
1	¿Cuáles son los costos del servicio hotelero?	Muy Alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/> Muy bajo <input type="checkbox"/>
2	¿Cuál es la calidad de servicio que brinda el hotel?	Muy buena <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/>
3	¿Cómo se diferencia el servicio del hotel con la competencia?	Coto <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Tiempo de permanencia <input type="checkbox"/> Atención oportuna <input type="checkbox"/>
4	¿Cuánto invierte el hotel en publicidad?	0 a 1,000 <input type="checkbox"/> 1,000 a 5,000 <input type="checkbox"/> 5,000 a 10,000 <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>
5	¿Qué servicios brinda el hotel?	

		Wifi Cable Agua caliente Alimentación Wifi+cable Todas las anteriores Ninguna	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6	¿Cuáles son los factores macroeconómicos que afectarían al hotel?	Tributos elevados Control municipal Cambio climático	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7	¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporadas altas?	Descuento de habitación Artefactos de regalo Habitación + Jacuzzi Detalles románticos Ninguno	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8	¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporadas bajas?	Una noche adicional gratis Alimentos gratis Un paseo turístico Ninguno	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9	¿En qué temporada es la mayor demanda?	Alta Media Baja	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
10	¿Con qué tipo de tecnología cuenta el hotel?	PC de última generación Software actualizados Cámaras de vigilancia Intercomunicadores PC de última generación+cámara de vigilancia Todas las anteriores Ninguna	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	<i>Carla Reza Reza</i>
2. Título	<i>Lic. en Administración.</i>
3. Último Grado Académico Obtenido	<i>Mg. en Gestión Pública</i>
4. Experiencia Profesional (años)	<i>8 años</i>
5. Institución donde labora	<i>USS.</i>
6. Cargo	<i>Docente</i>
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN Planeamiento Estratégico De Desarrollo Económico Local Y Las Ventajas Comparativas Del Sector Hotelero En El Distrito De Pimentel-2017	
Nombre de los Tesisistas	Gasco Roque Diana Rosa Saucedo Fernandez Raquel
Instrumento evaluado	Cuestionario modelo SERVQUAL
Objetivo del Instrumento	El objetivo del instrumento es identificar las características que tiene el planeamiento estratégico en el distrito de Pimentel-2017
Detalle del Instrumento	El instrumento consta de 08 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluara mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalía a estar "totalmente en desacuerdo" y 5 a estar "totalmente de acuerdo". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

INSTRUCCIONES

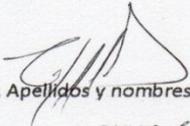
Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "A" si está de "acuerdo" o con el ítem "D" si está en "desacuerdo", si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

Preguntas

¿Conoce Ud. La visión de desarrollo económico de la municipalidad?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿La municipalidad cuenta con objetivos para el desarrollo económico del sector hotelero?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿Qué estrategias aplica la municipalidad para el desarrollo del sector hotelero?	A () D (✓) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Conoce Ud. La visión institucional?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿La municipalidad cuenta con un cronograma de actividades para el desarrollo del sector hotelero?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿La municipalidad cuenta con un plan operativo de evaluación del sector hotelero?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____

<p>¿La municipalidad cuenta con procedimientos para la atención oportuna al sector hotelero?</p>	<p>A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Cuál es el presupuesto que la municipalidad asigna para el desarrollo del sector hotelero?</p>	<p>A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA: _____ N° TD: _____</p>
<p>COMENTARIOS GENERALES:</p> <p> </p> <p> </p>	
<p>OBSERVACIONES:</p> <p> </p> <p> </p>	

Pimentel, Octubre del 2017


 Firma, Apellidos y nombres del evaluador
 DNI N°: 17435095



UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Carlo Rojas Reyes
2. Título	Lic. en Administración
3. Último Grado Académico Obtenido	Mg. en Gestión Pública
4. Experiencia Profesional (años)	8 años
5. Institución donde labora	USS
6. Cargo	Docente
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
Planeamiento Estratégico De Desarrollo Económico Local Y Las Ventajas Comparativas Del Sector Hotelero En El Distrito De Pimentel-2017	
Nombre de los Tesistas	Gasco Roque Diana Rosa Saucedo Fernandez Raquel
Instrumento evaluado	Cuestionario modelo SERVQUAL
Objetivo del Instrumento	Analizar el nivel de las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017
Detalle del Instrumento	El instrumento consta de 10 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluara mediante una escala likert de 1 a 5, don de 1 equivalia a estar "totalmente en desacuerdo" y 5 a estar "totalmente de acuerdo". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
INSTRUCCIONES	
Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "A" si está de "acuerdo" o con el ítem "D" si está en "desacuerdo", si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.	

Preguntas	
¿Cuáles son los costos del servicio hotelero?	A (/) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuál es la calidad de servicio que brinda el hotel?	A (/) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cómo se diferencia el servicio del hotel con la competencia?	A (/) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuánto invierte el hotel en publicidad?	A (/) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿Qué servicios brinda el hotel?	A (/) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuáles son los factores macroeconómicos que afectarían al hotel?	A (/) D () SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporadas altas?	A (/) D () SUGERENCIAS: _____ _____

<p>¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporadas bajas?</p>	<p>A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿En qué temporada es la mayor demanda?</p>	<p>A (<input type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Con qué tipo de tecnología cuenta el hotel?</p>	<p>A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA: _____ N° TD: _____</p>
<p>COMENTARIOS GENERALES:</p>	
<p>OBSERVACIONES:</p>	

Pimentel, Octubre del 2017



Firma, Apellidos y nombres del evaluador

DNI N° 77435695



UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	MIRKA MERINO HUNEE
2. Título	
3. Último Grado Académico Obtenido	Doctor
4. Experiencia Profesional (años)	20
5. Institución donde labora	USS
6. Cargo	DTC
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN Planeamiento Estratégico De Desarrollo Económico Local Y Las Ventajas Comparativas Del Sector Hotelero En El Distrito De Pimentel-2017	
Nombre de los Tesistas	Gasco Roque Diana Rosa Saucedo Fernandez Raquel
Instrumento evaluado	Cuestionario modelo SERVQUAL
Objetivo del Instrumento	El objetivo del instrumento es identificar las características que tiene el planeamiento estratégico en el distrito de Pimentel-2017
Detalle del Instrumento	El instrumento consta de 08 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluara mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalia a estar "totalmente en desacuerdo" y 5 a estar "totalmente de acuerdo". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "A" si está de "acuerdo" o con el ítem "D" si está en "desacuerdo", si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

Preguntas

¿Conoce Ud. La visión de desarrollo económico de la municipalidad?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
¿La municipalidad cuenta con objetivos para el desarrollo económico del sector hotelero?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
¿Qué estrategias aplica la municipalidad para el desarrollo del sector hotelero?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
¿Conoce Ud. La visión institucional?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
¿La municipalidad cuenta con un cronograma de actividades para el desarrollo del sector hotelero?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
¿La municipalidad cuenta con un plan operativo de evaluación del sector hotelero?	A (✓) D () SUGERENCIAS: _____ _____

<p>¿La municipalidad cuenta con procedimientos para la atención oportuna al sector hotelero?</p>	<p>A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Cuál es el presupuesto que la municipalidad asigna para el desarrollo del sector hotelero?</p>	<p>A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA: _____ N° TD: _____</p>
<p>COMENTARIOS GENERALES:</p>	
<p>OBSERVACIONES:</p>	

Pimentel, Octubre del 2017

Firma, Apellidos y nombres del evaluador

DNI N°.

6716799

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	MIRKO MORAÑO HUÉZ
2. Título	
3. Último Grado Académico Obtenido	Dr.
4. Experiencia Profesional (años)	20
5. Institución donde labora	USS
6. Cargo	DTC
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
Planeamiento Estratégico De Desarrollo Económico Local Y Las Ventajas Comparativas Del Sector Hotelero En El Distrito De Pimentel-2017	
Nombre de los Tesistas	Gasco Roque Diana Rosa Saucedo Fernandez Raquel
Instrumento evaluado	Cuestionario modelo SERVQUAL
Objetivo del Instrumento	Analizar el nivel de las ventajas comparativas en el sector hotelero en el distrito de Pimentel-2017
Detalle del Instrumento	El instrumento consta de 10 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, se evaluara mediante una escala likert de 1 a 5, donde 1 equivalia a estar "totalmente en desacuerdo" y 5 a estar "totalmente de acuerdo". Luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido se someterá a una prueba piloto para calcular la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Crombach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
INSTRUCCIONES	
Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "A" si está de "acuerdo" o con el ítem "D" si está en "desacuerdo", si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.	

Preguntas	
¿Cuáles son los costos del servicio hotelero?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuál es la calidad de servicio que brinda el hotel?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cómo se diferencia el servicio del hotel con la competencia?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuánto invierte el hotel en publicidad?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Qué servicios brinda el hotel?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuáles son los factores macroeconómicos que afectarían al hotel?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporadas altas?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____

¿Cuáles son las ofertas que brinda el hotel en temporadas bajas?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿En qué temporada es la mayor demanda?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
¿Con qué tipo de tecnología cuenta el hotel?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____ _____
PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: _____ N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	

Pimentel, Octubre del 2017

Firma, Apellidos y nombres del evaluador

DNI N°.

16716799



Urkund Analysis Result

Analysed Document: GASCO ROQUE Y SAUCEDO FERNANDEZ.docx (D41143372)
Submitted: 9/5/2018 1:23:00 AM
Submitted By: cvallejos@crece.uss.edu.pe
Significance: 23 %

Sources included in the report:

TESIS AMBERLI.docx (D40801157)
ZAMORA FLORES KARLA MILUSKA.docx (D40287633)
Tesis informe final-BARRETO.pdf (D40611185)
PLAN de Tesis 1° NUEVA ESTRUCTURA.doc (D29511371)
<http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/download/765/666>
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1680/1/11-TURISM-15-15-1723307268.pdf>
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9602/ANTE_CAMARENA_PLANEAMIENTO_MOYOBAMBA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8985/ALVAREZ_BALLERO_PLANEAMIENTO_UCAYALI.pdf?sequence=3&isAllowed=y
<https://www.euston96.com/ventaja-comparativa/>

Instances where selected sources appear:



Ciudad Universitaria, Mayo de 2017.

*Información Sobre el
Sector Hotelero*

Sr. Ing.
JOSE GONZÁLES RAMIREZ
ALCALDE
MUNICIPALIDAD DE PIMENTEL
Presente.

Asunto: Solicito permiso y apoyo para trabajo de investigación

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a nombre de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales - de la Universidad Señor de Sipán, asimismo teniendo presente su alto espíritu de colaboración, le solicito gentilmente su apoyo para que nuestras estudiantes del IX Ciclo puedan realizar un trabajo de investigación del curso de Investigación I, en horarios coordinados con su despacho.

Detalle datos de las alumnas:

- Diana Gasco Roque - DNI: 74703399
- Raquel Saucedo Fernández - DNI: 76443062

Por lo que pido a Ud. brinde las facilidades del caso a fin que nuestras alumnas no tengan inconvenientes y puedan desarrollar su trabajo con normalidad.

Agradezco por anticipado la atención que brinde al presente y aprovecho la oportunidad para renovarles las muestras de mi especial consideración y estima.

Atentamente,


UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN S.C.
MG. MIRKO MERINO NUÑEZ
DIRECTOR DE EAP ADMINISTRACIÓN

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe



Municipalidad Distrital
de Pimentel

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL

Primer Balneario Turístico del Norte

CREADO SEGÚN LEY N° 4155

Pimentel, Mayo 2017

AUTORIZACIÓN

Quien suscribe, la Srta. **SOLEDAD MORE LINARES**, Sub. Gerente de Desarrollo Económico de la Municipalidad Distrital de Pimentel, hace constar por medio de la presente que las señoritas **DIANA ROSA GASCO ROQUE**, identificada con DNI N°74703399 y **RAQUEL SAUCEDO FERNANDEZ**, identificada con DNI N° 76443062, Estudiante del X Ciclo de la Carrera Profesional de Administración de la Universidad Señor de Sipán, tienen la autorización para desarrollar su trabajo de Investigación sobre : "El Planeamiento Estratégico de Desarrollo Económico Local y las Ventajas comparativas del Sector Hotelero en el Distrito de Pimentel" el cual desarrollaran desde el mes de Mayo hasta Diciembre del presente año, con la aplicación de las diferentes herramientas que ellas crean convenientes.

La Sub. Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Distrital de Pimentel brindara todas las facilidades para el mayor y mejor desarrollo de su trabajo de investigación.

Atentamente.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL

Soledad More Linares
Sub Gerente de Desarrollo Económico



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, CARLA ARLEEN ANASTACIO VALLEJOS, Coordinadora de Grados y Títulos de la EAP Administración y revisor de la investigación aprobada mediante **Resolución N° 0310-FACEM-USS-2018**, presentada por las egresadas GASCO ROQUE DIANA ROSA Y SAUCEDO FERNANDEZ RAQUEL, autores de la Investigación titulada: **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y LAS VENTAJAS COMPARATIVAS DEL SECTOR HOTELERO EN EL DISTRITO DE PIMENTEL- 2017**, puedo constar que la misma tiene un índice de similitud de 23 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa URKUND.

Por lo que concluyo que la Investigación cumple con los lineamientos establecidos en la Resolución Rectoral N° 007-2017/USS, que aprueba las políticas para evitar plagio en la USS.

Pimentel, 18 de setiembre de 2018

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Carla Arleen Anastacio Vallejos', is written over a horizontal line.

Mg. Carla Arleen Anastacio Vallejos
DNI N° 43637619



FORMATO Nº T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 23 de Julio del 2018

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

Los suscritos:

Osorio Rogui Diana Rosa con DNI 74703399
Saucido Fernandez Raquel con DNI 76443062

En mi (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

Planamiento Estratégico de Desarrollo Económico
Local y las Ventajas Comparativas del Sector Hotelero
en el Distrito de Pimentel - 2017

presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el grado de

Licenciada en Administración

_____ de la

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa Académico de Administración de Empresas

_____, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

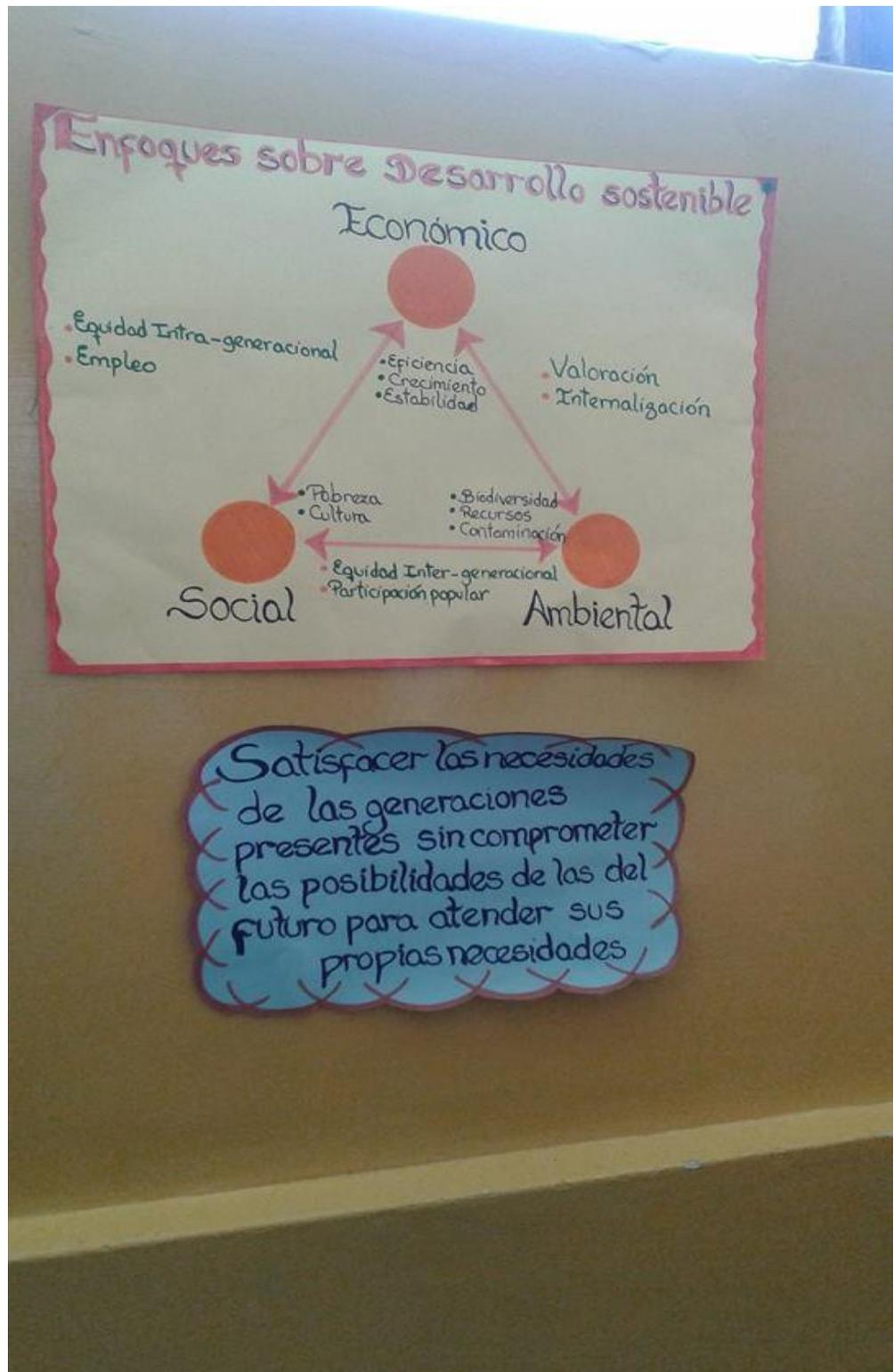
- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.



- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
<i>Gasco Requena Diana Rosa</i>	74703399	<i>[Handwritten Signature]</i>
<i>Saucido Fernandez Raquel</i>	76443062	<i>[Handwritten Signature]</i>



Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades

Fuente: Municipalidad de Pimentel



Fuente: Toma propia a las afueras de la Municipalidad de Pimentel.



Fuente: Toma propia a las afueras del Hotel Mrimar Beach



Fuente: Toma propia con los encargados del área de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Pimentel.