

Plan estratégico para mejorar la calidad de atención al cliente



Rosa Ysabel Bazán Valque
Alex Javier Sánchez Pantaleón
Ester Roxana Muñoz Torres
Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo
Patricia Escobedo Ocampo



Rosa Ysabel Bazán Valque

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas
<https://orcid.org/0000-0002-1674-6136>
rosa.bazan@untrm.edu.pe

PhD en Programa de Postdoctorado en Ética, Responsabilidad Social y Derechos Humanos con mención en Investigación, Proyectos de Desarrollo Social y Sostenible, Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad, Magister con Mención en Docencia y Gestión Educativa, licenciada en Administración y Licenciada en Educación como Profesora del Nivel Secundaria con Especialidad en Matemática, docente por más de 25 años de Educación básica regular- nivel secundario, Coordinadora Regional (11 años aproximadamente) de la Universidad Particular Cesar Vallejo, en la Región Amazonas. Ponente a nivel local, regional y nacional en temas de liderazgo y habilidades blandas. Ocupe la Dirección de la Escuela Profesional de Economía-FACEA-UNTRM 2019-2020. Docente adscrita al Departamento Académico de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú.



Alex Javier Sánchez Pantaleón

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.
<https://orcid.org/0000-0001-5708-272x> alex.sanchez@untrm.edu.pe

Economista por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, con grado de Maestro en Gestión Pública y candidato a Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad por la Universidad Cesar Vallejo, docente de la Escuela Profesional de Economía y Coordinador del programa de Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial del Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED) de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), con amplia experiencia en docencia universitaria en pregrado y posgrado



Ester Roxana Muñoz Torres

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas
<https://orcid.org/0000-0003-1825-3914>
roxana.munoz@untrm.edu.pe.

Licenciada en Turismo y Administración, Maestra en Gestión Pública, Doctorando en Ciencias para el Desarrollo Sustentable. Docente adscrita al Departamento Académico de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú.



Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.
<https://orcid.org/0000-0001-9670-7761>
franklin.zavaleta@untrm.edu.pe

Lic. En Turismo y Negocios, con una formación orientada a la Planificación y Gestión Turística, así como la administración de empresas, la cual ha sido complementada con estudios de Maestría en Administración Pública y Gestión Estratégica del Estado. Cuento con más de 12 años de experiencia profesional. Trabajé en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas como especialista en turismo y actualmente docente universitario de la escuela profesional Administración en Turismo de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Consultor en formulación de proyectos de inversión pública en turismo y planes de negocio en marco de PROCOMPITE.



Patricia Escobedo Ocampo

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas
<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0002-9180-4754>
patricia.escobedo@untrm.edu.pe

Ingeniera Industrial, con estudios de maestría en gestión pública, con estudios de especialización en gestión de la calidad superior universitaria. Ocupe el cargo de Directora de la Escuela profesional de Administración de Empresas. Docente ordinario adscrito al Departamento Académico de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú.

Plan estratégico para mejorar la calidad de atención al cliente

Plan estratégico para mejorar la calidad de atención al cliente

Rosa Ysabel Bazán Valque
Alex Javier Sánchez Pantaleón
Ester Roxana Muñoz Torres
Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo
Patricia Escobedo Ocampo

Plan estratégico para mejorar
la calidad de atención al cliente

Rosa Ysabel Bazán Valque
Alex Javier Sánchez Pantaleón
Ester Roxana Muñoz Torres
Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo
Patricia Escobedo Ocampo

Edited by Colloquium
ISBN: 978-9942-600-16-5
First edition 2021

The book was reviewed by academic peers before its editorial process, in case you require certification you should request it to: sbores@colloquium-editorial.com.

The production or storage of all or part of this publication, including the cover design, as well as its transmission by any means, whether electronic, chemical, mechanical, optical, recording or photocopying, without the authorization of the copyright holders, is strictly prohibited under the penalties of the law.

Ecuador 2021

Realidad Problemática

Las empresas antiguamente realizaban sus actividades, tareas y procedimientos, basándose en métodos empíricos, lo cual se veía reflejado en una deficiente atención y servicio al cliente, hoy en día las empresas modernas y vanguardistas, basan su misión en planes estratégicos, los cuales permiten a las organizaciones plasmar objetivos, y estrategias, los cuales les permitan satisfacer las necesidades de sus clientes, es así como la planificación se vuelve muy importante en un mundo competitivo y con clientes cada vez más exigentes.

González (2015) "determina que se tendría que evaluar y mejorar la calidad percibida en una sucursal bancaria en la provincia de Cienfuegos, Cuba mediante un enfoque de gestión por procesos y mejora continua, debido a que no se realizaba un seguimiento de atención hacia el cliente en varias entidades bancarias de Cuba. La calidad percibida por los clientes de una sucursal bancaria en la provincia de Cienfuegos, fue el principal motivo por el cual se realizó la investigación y gracias a su desarrollo se logró identificar las principales brechas de insatisfacción en la calidad del servicio a partir de las diferentes percepciones de los clientes".

Díaz (2012) "en su investigación realizada se planteó como objetivo la evaluación de la calidad de servicio como estrategia financiera para impulsar la productividad en el mercado Bancario de Ciudad Bolívar, esto con la finalidad de analizar la importancia que representa la satisfacción del cliente en el porvenir, mantenimiento y competitividad para este tipo de mercado que en su

mayoría es complejo y exigente. Las entidades financieras, como en este caso, deben de hacer mayor énfasis en la calidad de servicio que pretenden brindar, la comodidad y el buen trato será único factor para el crecimiento de la organización”.

Duque y Chaparro (2012) “expresan la importancia de evaluar la calidad de la educación que se imparte en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, sede Duitama, la evaluación presentada por la investigación ha sido definida y gestionada teniendo en cuenta a todos los públicos o si, por el contrario, sólo se ha hecho desde la parte directiva, administrativa, gubernamental, y si los estudiantes se sienten satisfechos con la calidad de la educación que se les está impartiendo. Lo sustancioso de dicha investigación fue medir la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de los tres últimos semestres de las carreras que ofrece la UTPC”.

Suárez (2015) “explica que su investigación se orienta a medir el nivel de calidad de servicio en el Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 -2012, mediante el modelo SERVQUAL. La educación de calidad para todos es la clave para el desarrollo. Por medio de la investigación realizada se determinó que los usuarios se mostraban en desacuerdo con el enunciado de, el personal muestra predisposición a brindar asesoría en los trámites para los alumnos”.

Watson (2013) “mediante la investigación realizada se logró conocer el nivel de satisfacción con la calidad educativa recibida en alumnos de psicología de una universidad privada de Lima. A partir de la proliferación de universidades privadas en Lima, y considerando la

búsqueda de estándares de calidad educativa, resulta pertinente obtener más información sobre las demandas de los alumnos como usuarios principales del servicio educativo. Siendo los estudiantes de la mención de psicología social los menos satisfechos con el servicio educativo”.

Huerta (2015) en su investigación propone determinar el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en el Tópico de Medicina del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Arzobispo Loayza, la medición de los resultados se realizó por el método SERVQUAL, se logró establecer la idea que actualmente los clientes son cada vez más exigentes, donde ellos buscan superar sus expectativas en diversos trámites que realizan en dicho establecimiento.

En la universidad no existe un plan estratégico para mejorar la calidad de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la Universidad Cesar Vallejo en la sede Chachapoyas así como poco material didáctico que nos permita el desarrollo intelectual y por ende propiciar la investigación científica, en temas relacionados a sus diversas facultades que ofrece el programa SUBE en la sede Chachapoyas y sus provincias de la región Amazonas, los mismos que tienen que estar orientados en su mayoría a la obtención de los títulos profesionales. Asimismo en las currícula no se considera la investigación científica como eje transversal en la formación del futuro profesional. La Universidad Cesar Vallejo, con el programa SUBE, no escapa a esta realidad para el desarrollo de las asignaturas de carrera y/o especialización como ejemplo tomamos el curso de

investigación y desarrollo de tesis, no contamos con textos que sirvan de guía sistemática para cumplir con las actividades propuestas.

En las empresas orientadas al cliente los trabajadores ponen en práctica ambas habilidades, tanto las personales como las técnicas. Esto permite que la atención y el servicio sean un solo proceso. El cliente espera calidad en la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios excelentes que deben conocer con detalle los trabajadores que los ofrecen (habilidad técnica). Las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece (habilidad interpersonal). El mayor reto de las empresas es superar las expectativas, de esta forma un valor agregado tanto de la atención como del servicio al cliente. En esta fase del proceso, la atención y el servicio al cliente son un todo indisoluble.

En nuestra patria en la década del 90 al 2000 se han creado varias universidades particulares que no tienen una organización sólida y que por la falta de atención a los usuarios, han ido decayendo, tal es el caso de la universidad "San Pedro" que estuvo observada por el CONAFU; si bien es cierto que la Universidad "César Vallejo" se encuentra posicionada por los productos que va sacando, que incluso la política de la universidad es darle trabajo a sus egresado, pero a la vez que se ha ido descentralizando la atención en las diferentes sedes, las coordinaciones se encuentran en la capital de las regiones, pero estas a la vez son responsables de las sub coordinaciones donde atienden en los programas de pos

grado, pre grado, Formación para adultos, pero por la falta de equipamiento tanto en personal como en equipos no se brinda el servicio al cliente de acuerdo a sus necesidades y en consecuencia las personas que aún no se encuentran en la universidad no toman las decisiones para poder continuar con sus estudios y ser profesionales competentes, que según los resultados de una encuesta aplicada a una pequeña muestra piloto el 85% indica que los servicios de las sub coordinaciones no garantizan y no dan buen servicio, porque cuando van a realizar las consultas del caso el personal no les toma en cuenta; de esta problemática no es ajena la sede Chachapoyas, ya que existen alumnos de Utcubamba, Bagua, Rodríguez de Mendoza y Luya, que en total se tiene 1,000 clientes, y que por la distancia que nos encontramos no es posible hacer un monitoreo frecuente; en tal sentido para revertir esta problemática y poder incrementar el número de estudiantes en los diferentes programas que ofertamos, se plantea el siguiente problema de investigación.

Puig, Gonzales, Luna, Iglesias y Malagon (2013). En su artículo científico "Plan estratégico para mejorar la accesibilidad de un Área Básica de Salud, tuvo como objetivo general desarrollar un plan de acción para mejorar la atención y la accesibilidad de un área básica de salud en Girona. Dentro de los resultados de enero 2009 a julio 2012 se ha observado un incremento del número de usuarios (14,4%) y de la carga asistencial (7,7%) en todas las Unidades Básicas Asistenciales, La accesibilidad mejora en las mismas en una media del 42%, concluyen que el plan estratégico implantado ha aumentado la calidad asistencial, ha contribuido a

conseguir una atención ágil y eficaz con los ciudadanos y mejorar la organización interna entre los distintos profesionales de los equipos de Atención Primaria”.

Droguett (2012). En su tesis denominada “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes, su objetivo fue identificar qué factores son los que tienen más peso en la evaluación que hacen los clientes acerca de las experiencias de servicio que tienen en esta industria. Entre los resultados un aspecto muy importante que no pertenece a las etapas evaluadas antes, es la llamada de seguimiento, que tiene un peso particularmente alto. Esto se debe a que es la principal muestra de preocupación por el cliente que tiene la empresa, es lo que permite establecer y sostener la relación de largo plazo, es el momento en que el cliente siente que la empresa está preocupada porque todo haya salido bien. Dentro de las principales conclusiones de este estudio está el hallazgo de que las causas de insatisfacción entre las marcas líderes del mercado son similares, la identificación del rol clave que juega el desempeño del vendedor en la evaluación del cliente de su experiencia en el proceso de ventas y la importancia que tiene la calidad de los trabajos realizados al vehículo en el proceso de servicio al vehículo”.

“Aponte y Zaragoza (2011). Diseño de un plan estratégico basado en la cadena de valor de Michael Porter en el área de marketing y ventas en la franquicia de Interceramic, Puebla, tiene como objetivo principal diseñar una propuesta de cadena de valor para generar ventajas competitivas en la empresa en el área de Marketing y

ventas. Esta investigación se hizo de tipo no experimental y bajo el enfoque cuantitativo para la recolección y análisis de datos, arrojando resultados de carácter transaccional descriptivo. Para este estudio fue necesario definir la población y las unidades muestrales, encuestando a 250 clientes frecuentes”.

Alcalde y Castañeda (2016). Realizo un “Estudio de la calidad de servicio brindada por la empresa automotores San Lorenzo S.A.C en la ciudad de Chiclayo 2014 en la cual tuvo como objetivo lograr que el personal desarrolle una óptima calidad de servicio al cliente y su fidelización en razón de haber sido beneficiarios de una empresa, con servicios integrales y de excelencia. Entre los resultados se encontró que las instalaciones físicas relacionadas con el tipo de servicio prestado, los clientes de la empresa Automotores San Lorenzo se encuentran insatisfechos (con un promedio de 2.8) con esta aseveración y realizando una comparación con las expectativas (promedio de 5) se tiene una brecha de (-2.2) que sería la diferencia de lo que realmente buscan los clientes en el servicio. Se concluyó que la empresa Automotores San Lorenzo S.A.C. vs una empresa de excelencia tuvo sus brechas, las cuales se identificó la elevada brecha que tiene cada una de las dimensiones, sobresaliendo la dimensión de Empatía, Ambiente y Beneficios, Atención y Cumplimiento con una ponderación por encima de los 30 puntos”.

Peréz, (2016). En su tesis titulada “Evaluación de la calidad de servicio percibida por los estudiantes de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo con respecto a los servicios de limpieza de la empresa Sebul en la ciudad de Chiclayo, plateo como objetivo general Identificar cuál

es la percepción de la calidad del servicio de limpieza de la empresa SEBUL por parte de los estudiantes de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Entre los resultados respecto a la limpieza de instalaciones, aulas y oficinas del Edificio Juan Pablo II, los estudiantes universitarios estuvieron de acuerdo con el estado de dichos ambientes tras el servicio, aunque se obtiene una brecha menor de -0.78 que vendría a ser la diferencia para alcanzar la excelencia. Como conclusión se detectó que los estudiantes universitarios no se encuentran satisfechos en la totalidad con los servicios de limpieza de la empresa SEBUL, debido a que manifestaron no obtener la comunicación correcta y a su vez señalaron deficiente rapidez en el servicio”.

Peña (2015). Realizó una investigación a la cual denominó “Evaluación de la calidad del servicio que ofrece la empresa comercial RC a sus clientes – sucursal Chiclayo, en la cual plantea como objetivo general determinar el estado de las características del servicio que se brinda para mejorar este en la empresa Comercial RC ubicada en la Av. Grau Nro. 698 – P.J. San Nicolás – Chiclayo en relación con el desempeño del negocio. Los resultados obtenidos demostraron que existe un bajo nivel en la calidad de servicio, ofrecida a sus clientes por la empresa ya que las brechas entre dimensiones fueron significativas. Finalmente concluye que la aplicación práctica del modelo SERQVUAL (instrumento para saber la brecha existente entre expectativa a percepción) nos permitió identificar que los ítems de la dimensión de seguridad están siendo más cubiertos (brecha promedio 0.28) en la empresa COMERCIAL RC – CHICLAYO y que los ítems de la dimensión de elementos tangibles (brecha promedio 0.67) necesitan mejorar continuamente en la

calidad de servicio. De esta manera se obtuvo la brecha en la percepción de los clientes de la empresa, la calidad del servicio percibido y la calidad del servicio ideal que se hallaron con los resultados de todas las dimensiones”.

Sosa (2014). 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, plateo como objetivo general proponer 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. entre los resultados más importantes tenemos que los licenciados están representados por un 44% ganando un promedio de 500 soles así como también otra parte ganan 210 soles; los titulados están representados por un 19% ganando 1200 soles, un 13% ganando 420 soles y un 6% ganando 300 soles y 500 soles. Además hay una persona con magister que lo representa un 6% ganando 750 soles. Concluye que se pudo evidenciar que la institución no cuenta con planificación estratégica adecuada para tener más claro puntos clave de la institución y así poder reinventarse y que haya un crecimiento en el mercado”.

“La planeación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra”. (Chiavenato, 2011). La planeación permite plantear estrategias, las cuales posteriormente se pueden ejecutar.

Para Ñaupas (2013) “señala la importancia que tiene la investigación de un problema en el desarrollo de una teoría científica, esto implica indicar que el estudio va a permitir realizar una innovación científica, para lo cual es necesario hacer un balance del problema que se investiga”. La presente investigación se justifica porque se basó en la teoría de Chiavenato sobre plan estratégico en la cual plantea un esquema de plan estratégico y en el modelo Serqual de Parasumaran Zhetman y Berry, para la calidad de atención al cliente. Estas teorías, son la base para que sirva como antecedente para futuras investigaciones, además de referencia teórica.

Ñaupas (2013) “indica que el uso de determinadas técnicas e instrumentos de investigación pueden servir para otras investigaciones similares como cuestionarios, test, pruebas de hipótesis, modelos de diagramas, etc”. Se elaboraron instrumentos como el cuestionario tanto para plan estratégico como para calidad de atención, los cuales fueron validados por expertos, sirviendo como modelo para futuros investigadores, los cuales pueden aplicar los instrumentos diseñados.

Este trabajo pretende determinar las causas del reducido número de matriculados en la Universidad Cesar Vallejo de Chachapoyas a partir de la utilización del análisis de planeamiento estratégico, para ello se analizara los factores externos a nivel macro como micro para determinar las oportunidades como las amenazas, así mismo también los factores internos para evaluar las fortalezas y las debilidades que presenta en la actualidad la asociación e identificar ventajas competitivas si es que

los tuviera. Esta información permitirá formular la visión y la misión, así como los objetivos a largo plazo y las estrategias a seguir.

Del 100% de encuestados el 69,84% está totalmente de acuerdo que las metas deben ser socializadas con los miembros de la empresa, el 25,40% está totalmente en desacuerdo y el 4,76% es indiferente. El 100% de encuestados el 66,67% está totalmente de acuerdo que la empresa realiza actividades y tareas de forma diaria para lograr sus metas, el 28,57% está totalmente en desacuerdo y el 4,76% es indiferente, el 71,43% está totalmente de acuerdo que la empresa realiza operaciones y procedimientos de forma diaria para lograr sus metas, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente, el 100% de encuestados el 69,84% está totalmente de acuerdo que la empresa tiene ideales colectivos que guían las acciones de los colaboradores, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente, el 65,08% está totalmente de acuerdo que la empresa tiene principios colectivos que regulan las acciones de los colaboradores, el 31,75% está totalmente en desacuerdo y el 3,17% es indiferente, el 71,43% está totalmente de acuerdo que la empresa planea estrategias para lograr las metas propuestas, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente. El 66,67% está totalmente de acuerdo que la empresa realiza acciones para cumplir su misión, el 26,98% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente, el 68,25% está totalmente de acuerdo que la empresa mide el avance de sus objetivos, el 23,81% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente.

Del 100% de encuestados el 69,84% está totalmente de acuerdo que la UCV cuenta con infraestructura moderna, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente, el 69,84% está totalmente de acuerdo que la UCV tienen una buena apariencia, el 23,81% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente, el 71,43% está totalmente de acuerdo que la UCV cumple con lo que promete con respecto a lo que ofrece, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente, el 68,25% está totalmente de acuerdo que la UCV soluciona los problemas que se presenta, el 25,40% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente.

Del 100% de encuestados el 68,25% está totalmente de acuerdo que el tiempo que usted espera para ser atendido es el apropiado, el 26,98% está totalmente en desacuerdo y el 4,76% es indiferente, el 79,37% está totalmente de acuerdo que el tiempo que la UCV brinda un servicio con cero errores, el 15,87% está totalmente en desacuerdo y el 4,76% es indiferente, el 71,43% está totalmente de acuerdo que el personal que labora en la UCV es puntual, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente. Del 100% de encuestados el 73,02% está totalmente de acuerdo que el personal de la UCV le brinda un servicio rápido, el 19,05% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente, el 74,60% está totalmente de acuerdo que el personal de la UCV le brinda un trato amable, el 17,46% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente.

Del 100% de encuestados el 69,84% está totalmente de acuerdo que el personal de la UCV comprende lo que usted necesita, el 23,81% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente.

Con respecto a Proponer un plan estratégico para mejorar la calidad de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016, este debe estar en función a tener: Misión, visión, valores corporativos, objetivo estratégicos y análisis FODA, el 43% está totalmente de acuerdo con esta propuesta.

Con respecto a analizar el nivel de planificación estratégica de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016. El 71,43% está totalmente de acuerdo que la empresa tiene metas a largo plazo, el 20,63% está totalmente en desacuerdo y el 7,94 es indiferente. El 69,84% está totalmente de acuerdo que las metas deben ser socializadas con los miembros de la empresa, el 25,40% está totalmente en desacuerdo y el 4,76% es indiferente. El 66,67% está totalmente de acuerdo que la empresa realiza actividades y tareas de forma diaria para lograr sus metas, el 28,57% está totalmente en desacuerdo y el 4,76% es indiferente. El 71,43% está totalmente de acuerdo que la empresa realiza operaciones y procedimientos de forma diaria para lograr sus metas, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente.

"La planeación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra". (Chiavenato, 2011). La planeación permite plantear estrategias, las cuales posteriormente se pueden ejecutar.

"Aponte y Zaragoza (2011). Diseño de un plan estratégico basado en la cadena de valor de Michael Porter en el área de marketing y ventas en la franquicia de Interceramic, Puebla, tiene como objetivo principal diseñar una propuesta de cadena de valor para generar ventajas competitivas en la empresa en el área de Marketing y ventas. Esta investigación se hizo de tipo no experimental y bajo el enfoque cuantitativo para la recolección y análisis de datos, arrojando resultados de carácter transaccional descriptivo. Para este estudio fue necesario definir la población y las unidades muestrales, encuestando a 250 clientes frecuentes".

Diagnosticar el nivel de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016. El 71,43% está totalmente de acuerdo que la UCV cuenta con equipos modernos, el 20,63% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente. El 69,84% está totalmente de acuerdo que la UCV cuenta con infraestructura moderna, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente. El 69,84% está totalmente de acuerdo que la UCV tiene una buena apariencia, el 23,81% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente. El 71,43% está totalmente de acuerdo que la UCV cumple con lo que promete con respecto a lo que ofrece, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente.

Según Ferrando y Granero (2008) "desde que el hombre es hombre ha existido el concepto de calidad, ya que, desde los tiempos en que el trueque era práctica habitual

hasta nuestros días, pues siempre que adquirimos algún producto tenemos unas expectativas" p.13

Peña (2015). Realizo una investigación a la cual denomino "Evaluación de la calidad del servicio que ofrece la empresa comercial rc a sus clientes – sucursal Chiclayo, en la cual plantea como objetivo general determinar el estado de las características del servicio que se brinda para mejorar este en la empresa Comercial RC ubicada en la Av. Grau Nro. 698 – P.J. San Nicolás – Chiclayo en relación con el desempeño del negocio. Los resultados obtenidos demostraron que existe un bajo nivel en la calidad de servicio, ofrecida a sus clientes por la empresa ya que las brechas entre dimensiones fueron significativas. Finalmente concluye que la aplicación práctica del modelo SERQVUAL (instrumento para saber la brecha existente entre expectativa a percepción) nos permitió identificar que los ítems de la dimensión de seguridad están siendo más cubiertos (brecha promedio 0.28) en la empresa COMERCIAL RC – CHICLAYO y que los ítems de la dimensión de elementos tangibles (brecha promedio 0.67) necesitan mejorar continuamente en la calidad de servicio. De esta manera se obtuvo la brecha en la percepción de los clientes de la empresa, la calidad del servicio percibido y la calidad del servicio ideal que se hallaron con los resultados de todas las dimensiones".

Determinar la estructura del plan estratégico para mejorar la atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016. El 63,49% está totalmente de acuerdo que la empresa tiene elementos internos y

externos que ejercen presión sobre ella, el 28,57% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente. El 68,25% está totalmente de acuerdo que la empresa mide el avance de sus objetivos, el 23,81% está totalmente en desacuerdo y el 7,94% es indiferente. El 66,67% está totalmente de acuerdo que la empresa realiza acciones para cumplir su misión, el 26,98% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente. El 71,43% está totalmente de acuerdo que la empresa planea estrategias para lograr las metas propuestas, el 22,22% está totalmente en desacuerdo y el 6,35% es indiferente.

La propuesta de un plan estratégico para mejorar la calidad de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016, debe contemplar el planteamiento de Misión, visión, valores corporativos, objetivo estratégicos y análisis FODA.

El nivel de planificación estratégica de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016, es medio bajo ya que el promedio del 43% considera que la empresa tiene metas a largo plazo y estas son socializadas, además de realizar actividades, operaciones, procedimientos y tareas de forma diaria para lograr sus objetivos.

El nivel de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016, es medio bajo puesto que el 45% considera que la empresa cuenta con equipos modernos, cuenta con infraestructura moderna y tienen

buena apariencia, además consideran que la UCV cumple con lo que promete con respecto a lo que ofrece.

La estructura del plan estratégico para mejorar la atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad "César Vallejo" en la sede de Chachapoyas, 2016 tiene que considerar elementos internos y externos que ejercen presión sobre la empresa, medir el avance de sus objetivos, realizar acciones para cumplir su misión.

PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROGRAMA DE FORMACION PARA ADULTOS DE LA UNIVERSIDAD "CÉSAR VALLEJO" EN LA SEDE DE CHACHAPOYAS, 2016

La presente propuesta se fundamenta en un plan estratégico, el cual ha sido elaborado teniendo en cuenta la teoría proporcionada por Idalberto Chiavenato en la cual se considera que un plan debe considerar la visión, la misión, los valores organizacionales, los objetivos estratégicos y un diagnostico situacional a través de un FODA. En la actualidad las organizaciones que quieren brindar un servicio de calidad no pueden hacerlo de forma empírica, sino más bien deben basar sus estrategias en métodos científicos. Es así que si se pretende lograr mejorar la atención al cliente, esto debe partir de un plan que contenga las herramientas necesarias para lograr tal fin. Se considera mejorar las condiciones de infraestructura, tecnología, ambientes y empatía, con el único propósito de que el cliente salga

completamente satisfecho, finalmente se brindan técnicas precisas para este fin, en la cual el plan estratégico debe ser descentralizado, alineado al plan general de la Universidad.

2.- Plan de actividades

N°	Actividades	Responsables	Tiempo	Costo: S/.
1	Visión	Colaboradores UCV sede - Chachapoyas	Enero - 2018	S/. 400.00
2	Misión	Colaboradores UCV sede - Chachapoyas	Enero - 2018	S/. 400.00
3	Valores	Colaboradores UCV sede - Chachapoyas	Enero - 2018	S/. 400.00
4	Objetivos estratégicos	Colaboradores UCV sede - Chachapoyas	Enero - 2018	S/. 400.00
5	Análisis FODA	Colaboradores UCV sede - Chachapoyas	Permanente	S/. 400.00
Costo total				S/.2,000.00

3.- Desarrollo de actividades

Visión

“Es un objetivo ampliamente inspirador, engloba el resto de objetivos y es a largo plazo. Aunque las visiones no pueden ser medidas por un indicador específico que valore el grado en el que están siendo alcanzadas, proporcionan una declaración fundamental de los valores, aspiraciones y metas de una organización”. (Lerma y Bárcena, 2012)

Se propone la siguiente visión para la UCV:

“La UCV será reconocida como una de las mejores universidades a nivel nacional, por la calidad de sus graduados, su producción académica y su contribución al desarrollo sostenible de la sociedad”.

Misión

“Abarca tanto el propósito de la compañía como la base de competencia y la ventaja competitiva. Declaración más específica y centrada en los medios a través de los cuales la empresa competirá. Incorpora el concepto de gestión de los grupos de interés”. (Lerma y Bárcena, 2012)

Se propone la siguiente misión para la UCV:

“La UCV forma profesionales idóneos, productivos, competitivos, creativos, con sentido humanista y científico; comprometidos con el desarrollo sostenible del país; constituyéndose en un referente innovador y de conservación del ambiente”.

Valores

- **Liderazgo.-** Ser reconocida como una de las mejores universidades a nivel nacional.
- **Innovación.-** Mejorar constantemente procesos de servicios y producción.
- **Responsabilidad social.-** Comprometida con el desarrollo sostenible del país y conservación el medio ambiente.
- **Competitividad.-** Profesionales idóneos, competitivos y productivos.
- **Calidad.-** Reconocida por la calidad de sus graduados.

Objetivos de la Calidad, Universidad Cesar Vallejo

- Implantar la calidad como eje de la cultura organizacional de la universidad para garantizar la satisfacción de nuestros estudiantes.
- Asegurar que el personal docente y administrativo cumpla con las competencias necesarias para su óptimo desempeño.

- Asegurar el mejoramiento continuo de los procesos de enseñanza aprendizaje, investigación, proyección social y extensión universitaria.

FODA

<u>Fortalezas</u>	<u>Amenazas</u>
1. Existencia de políticas institucionales que favorecen el desarrollo de la investigación científica.	1. Autorización de funcionamiento de nuevas Universidades en la región.
2. Currículo por competencias y la aplicación de metodología de aprendizaje en la formación integral del alumno	2. Expedición de normas jurídicas que afectan la inversión privada en la región.
3. Uso de las nuevas tecnologías de información como apoyo tecnológico para la gestión académica y administrativa	3. Incremento de nuevas modalidades de formación profesional.
4. Adecuado Clima Laboral	4. Efectos de la crisis económica mundial que incide en las familias de los potenciales estudiantes de la UCV
5. Existencia de política institucional conducente a fortalecer el procesos de Autoevaluación institucional y por Carreras	
6. Existencia de un sistema de Categorías que	

<p>permite apoyar a los alumnos de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico</p> <p>7. Acreditación de las carreras profesionales</p>	
<p><u>Debilidades</u></p>	<p><u>Oportunidades</u></p>
<p>1. Bajo rendimiento académico de los alumnos</p> <p>2. Ausencia de políticas de incentivo para la gestión de proyectos de extensión académica</p> <p>3. Falta de comunicación entre las áreas Académicas-administrativas y el área de Bienestar. Con Excelencia</p> <p>4. Insuficiente infraestructura para áreas académicas</p> <p>5. Deficiente relación universidad - empresa - egresados</p> <p>6. Inexistencia de un Plan de Capacitación que permita que el personal que desarrolle conocimiento, habilidades y actitudes que permitan el logro de los objetivos de la institución</p> <p>7. Deficiencias en el uso del</p>	<p>1. Procesos de acreditación Institucional y por Carreras Universitarias.</p> <p>2. La integración de nuevos mercados provinciales, regionales, nacionales a través de programas y especialidades.</p> <p>3. Uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación</p> <p>4. Apertura de nuevos mercados.</p> <p>5. Intereses de la sociedad civil para temas de medio ambiente, equidad de género, identidad cultural, democracia.</p> <p>6. Continuidad del régimen democrático, alianzas estratégicas y</p>

<p>sistema de supervisión docente</p> <p>8. Política remunerativa del mercado universitario superior a la nuestra</p>	<p>convenios con instituciones públicas y privadas.</p> <p>7. Tendencias metodológicas innovadoras en la Educación Superior Universitaria.</p> <p>8. Ubicación estratégica de la sede Chachapoyas – Amazonas.</p>
---	---

Estrategias integrales para lograr la calidad de servicio

	OPORTUNIDADES
	<p>O1 Procesos de acreditación Institucional y por Carreras Universitarias</p> <p>O2 La integración de nuevos mercados provinciales, regionales, nacionales a través de programas y especialidades.</p> <p>O3 Uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación</p> <p>O4 Apertura de nuevos mercados</p> <p>O5 Intereses de la sociedad civil para temas de medio ambiente,</p>

	<p>equidad de género, identidad cultural, democracia</p> <p>O6 Continuidad del régimen democrático, alianzas estratégicas y convenios con instituciones públicas y privadas</p> <p>O7 Tendencias metodológicas innovadoras en la Educación Superior Universitaria</p> <p>O8 Ubicación estratégica de la sede Chachapoyas - Amazonas</p>
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO - POTENCIALIDADES
<p>F1 Existencia de políticas institucionales que favorecen el desarrollo de la investigación científica.</p> <p>F2 Currículo por competencias y la aplicación de metodología de aprendizaje en la formación integral del alumno</p> <p>F3 Uso de las nuevas tecnologías de información como</p>	<p>F1-O5 Creación del banco proyectos de investigación para desarrollo regional (público y privado)</p> <p>F2-O6 Programa de sensibilización sobre modelo aprendizaje servicio a nivel interno y externo.</p> <p>F2-O5 Generar convenios académicos con otras instituciones</p> <p>F2-O2 Apertura de nuevas carreras universitarias congruentes con la apertura de mercados nacionales e internacionales.</p>

<p>apoyo tecnológico para la gestión académica y administrativa</p> <p>F4 Adecuado Clima Laboral</p> <p>F5 Existencia de política institucional conducente a fortalecer el procesos de Autoevaluación institucional y por Carreras</p> <p>F6 Existencia de un sistema de Categorías que permite apoyar a los alumnos de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico</p> <p>F7 Acreditación de las carreras profesionales</p>	<p>F2, F3 -O2 Actualización del curriculum como mejora continua del aprendizaje - servicio</p> <p>F3-O3 Apoyar la gestión académica haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información</p> <p>F3 -O2,O8 Promover proyectos de extensión académica</p> <p>F3-O3 Incorporar modelos de Gestión existentes en el mercado Balanced Score Card para facilitar el proceso de toma de decisiones. Incorporar en los sistemas de información las redes sociales para masificar los servicios que ofrece la UCV</p> <p>F3 –F6-O2 Usar los medios de comunicación virtuales para la capacitación, evaluación y especialización a nivel internacional.</p> <p>F3-O4 Uso de las TIC para la vinculación con propuestas de nuevos proyectos.</p> <p>F7-O1 Acreditación de las carreras Profesionales en la UCV</p>
---	---

	OPORTUNIDADES
	<p>O1 Procesos de acreditación Institucional y por Carreras Universitarias</p> <p>O2 La integración de nuevos mercados provinciales, regionales, nacionales a través de programas y especialidades.</p> <p>O3 Uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación</p> <p>O4 Apertura de nuevos mercados</p> <p>O5 Intereses de la sociedad civil para temas de medio ambiente, equidad de género, identidad cultural, democracia</p> <p>O6 Continuidad del régimen democrático, alianzas estratégicas y convenios con instituciones públicas y privadas</p> <p>O7 Tendencias metodológicas innovadoras en la Educación Superior Universitaria</p> <p>O8 Ubicación estratégica de la sede Chachapoyas - Amazonas</p>

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO- DESAFIOS
<p>D1 Bajo rendimiento académico de los estudiantes</p> <p>D2 Ausencia de convenios con otras Instituciones educativas</p> <p>D3 Ausencia de incentivos para la gestión de proyectos de extensión académica</p> <p>D4 Falta de comunicación entre las áreas Académicas-administrativas.</p> <p>D5 Insuficiente infraestructura para áreas académicas</p> <p>D6 Deficiente relación universidad - empresa – egresados</p> <p>D7Inexistencia de un Plan de Capacitación que permita que el personal que desarrolle conocimiento,</p>	<p>D1-O1 A Según el diagnóstico crear un programa de reforzamiento de estudiantes</p> <p>D2-O3 Establecer convenios a través de redes universitarias internacionales</p> <p>D2-O7 Establecer políticas de gestión de metodologías innovadoras con otras instituciones</p> <p>D3, D4 -O7 Sistematizar y difundir los proyectos de extensión universitaria en sus diversas modalidades.</p> <p>D4, D6 - O5 Sistematizar la interrelación de la universidad con los egresados y las empresas, con la finalidad de generar proyectos de interés mutuo</p> <p>D4-O3 Inversión en tecnología de la Información para automatizar e integrar procesos académicos y administrativos</p> <p>D3, D4 -O8 Sistematizar y difundir los proyectos de extensión universitaria en sus</p>

<p>habilidades y actitudes que permitan el logro de los objetivos de la institución</p> <p>D8 Deficiencias en el uso del sistema de supervisión docente</p> <p>D9 Política remunerativa del mercado universitario superior a la nuestra</p>	<p>diversas modalidades.</p> <p>D5-O3 Hacer uso de las nuevas tecnologías constructivas para el crecimiento intelectual</p> <p>D4, D6 - O6 Sistematizar la interrelación de la universidad con los egresados y las empresas, con la finalidad de generar proyectos de extensión universitaria de interés mutuo</p> <p>D6-O2 Gestionar proyectos de articulación universidad-empresa, con financiamiento nacional e Internacional</p> <p>D3, D4 - O6 Sistematizar y difundir los proyectos de extensión universitaria en sus diversas modalidades.</p> <p>D7-03 Generar Planes de capacitación dirigido al personal de trabajo</p> <p>D7-O1 Crear un sistema de capacitación docente técnica y pedagógica</p> <p>D8-O1 Reformular el sistema de supervisión de las sesiones de aprendizaje</p>

	AMENAZA
	<p>A1 Autorización de funcionamiento de nuevas Universidades en la región.</p> <p>A2 Cambios climatológicos globales que generan desastres naturales.</p> <p>A3 Expedición de normas jurídicas que afectan la inversión privada en la región.</p> <p>A4 Incremento de nuevas modalidades de formación profesional.</p> <p>A5 Efectos de la crisis económica mundial que incide en las familias de los potenciales estudiantes de la UCV</p>
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FA - RIESGOS

<p>F1 Existencia de políticas institucionales que favorecen el desarrollo de la investigación científica.</p> <p>F2 Currículo por competencias y la aplicación de metodología de aprendizaje en la formación integral del alumno</p> <p>F3 Uso de las nuevas tecnologías de información como apoyo tecnológico para la gestión académica y administrativa</p> <p>F4 Adecuado Clima Laboral</p> <p>F5 Existencia de política institucional conducente a fortalecer el procesos de Autoevaluación institucional y por Carreras</p> <p>F6 Existencia de un</p>	<p>F2, F3-A3 Actualización del curriculum con la obligatoriedad del aprendizaje – servicio</p> <p>F3-A1 Establecer un programa de retención de los alumnos frente a la proliferación de Universidades</p> <p>F3-A3 Elevar la tecnología de la información utilizada en la UCV a fin de contrarrestar la presencia otras universidades</p> <p>F5-A3 Fortalecer la educación, elevando la calidad del mismo como variable estratégica vital.</p> <p>F7 - A1 Inversión Progresiva en infraestructura y equipamiento</p>
---	--

<p>sistema de Categorías que permite apoyar a los alumnos de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico</p> <p>F7 Acreditación de las carreras profesionales</p>	

	AMENAZAS
	<p>A1 Autorización de funcionamiento de nuevas Universidades en la región.</p> <p>A2 Cambios climatológicos globales que generan desastres naturales.</p> <p>A3 Expedición de normas jurídicas que afectan la inversión privada en la región.</p> <p>A4 Incremento de nuevas modalidades de formación profesional.</p> <p>A5 Efectos de la crisis económica mundial que incide en las familias de los potenciales estudiantes de la UCV</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DA - LIMITACIONES

<p>D1 Bajo rendimiento académico de los alumnos</p> <p>D2 Ausencia de políticas de incentivo para la gestión de proyectos de extensión académica</p> <p>D3 Falta de comunicación entre las áreas Académicas-administrativas y el área de Bienestar. con Excelencia</p> <p>D4 Insuficiente infraestructura para áreas académicas</p> <p>D5 Deficiente relación universidad - empresa - egresados</p> <p>D6 Inexistencia de un Plan de Capacitación que permita que el personal que desarrolle conocimiento, habilidades y actitudes que permitan el logro de los objetivos de la institución</p>	<p>D2-A4 Gestionar alianzas estrategias educativas con instituciones internacionales que ofertan programas académicos.</p> <p>D3-A1 Implementar un plan de incentivos e inversión para la gestión de los proyectos de extensión académica.</p> <p>D4-A4 Generar programas y actividades que atienda las necesidades de los estudiantes de SUBE</p> <p>D5- A1 Crear un programa agresivo de articulación entre la universidad, sociedad, empresa.</p> <p>D4 Insuficiente infraestructura para áreas académicas</p> <p>D6-A4 generar capacitación enfocado a la sede y estudiantes</p> <p>D7 - A1, A2 Mejorar la oferta educativa de la Universidad (calidad educativa, infraestructura y servicios) para captar nuevos estudiantes</p> <p>D8 – A5 Mejorar la política remunerativa</p>
---	---

D7 Deficiencias en el uso del sistema de supervisión docente D8 Política remunerativa del mercado universitario superior a la nuestra	
--	--

4.- Financiamiento.- La propuesta será financiada con recursos propios de la Universidad.

REFERENCIAS

- Alcalde, E y Castañeda, J (2016) Estudio de la calidad de servicio brindada por la empresa automotores San Lorenzo S.A.C. Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/678/1/TL_AlcaldeEnriquezErick_CastanedaOnaJonathan.pdf '0
- Aponte y Zaragoza (2011). Ecuador. Diseño de un plan estratégico basado en la cadena de valor de Michel Porter en el área de marketing y ventas en la franquicia de Interceramic. Tesis de licenciatura. Recuperada de <http://cybertesis.upnorte.edu.pe/bitstream/upnorte>.
- Chiavenato, I. (2011). Introducción a la Teoría General de la Administración. Quinta Edición. México: McGraw Hill Education.
- Díaz, L. (2012). Evaluación de la calidad de servicio como estrategia financiera para impulsar la productividad en el mercado bancario de ciudad Bolívar – Estado Bolívar (tesis agregada). Universidad Nacional Experimental de Guyana. Bolívar, Venezuela.
- Droguett, J (2012). Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/1>

08111/Droguett%20Jorquera,%20F..pdf?sequence=3

Duque, E. & Chaparro, C. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio Libre*. 10 (16), 159-192. Recuperado en ProQuest Central, <http://search.proquest.com/docview/1024426730?accountid=39560>

Ferrando, S. M. & Granero, C. J. (2008). *Calidad total: Modelo EFQM de excelencia (2a ed.)*. España. FC Editorial.

González, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades Bancarias a través de la escala Servqual. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25 (1), 113 – 135.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta Edición). México: Mc Graw Hill. Consultado en: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Huerta E, (2015) *Nivel de satisfacción de los usuarios Atendidos en el tópico de medicina Del servicio de*

emergencia del Hospital nacional Arzobispo Loayza,
Lima, enero del 2015. Lima, Perú.

Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. (2° edición). México: PEARSON

Noreña, A.L., Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G. y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis*. (3° edición). Lima: Cepredim.

Parasuraman, A., Zeithaml, A. & Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid. ESIC Editorial.

Peña, A (2015). Evaluación de la calidad del servicio que ofrece la empresa comercial rc a sus clientes – sucursal Chiclayo. Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/61/1/TL_Pena_Pena_Anggela.pdf

Perez, G (2016). Evaluación de la calidad de servicio percibida por los estudiantes de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo con respecto a los servicios de limpieza de la empresa Sebul en la ciudad de Chiclayo. Recuperado de:http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/714/1/TL_Perez_Davila_Grimaldina.pdf

Puig, M, Gonzales, C, Luna, C, Iglesias, C y Malagon, C (2013). Plan estratégico para mejorar la accesibilidad de un Área Básica de Salud Recuperado de:<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7f9572a4-9dd4-4fe9-b4e9-d993b503a0b%40sessionmgr102&vid=4&hid=128>

Sosa, M (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 Recuperado de:
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/673/1/TL_Sosa_Jaime_MariaAlejandra.pdf

Suárez, R. (2015). *El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo Servqual caso: centro de idiomas de la universidad nacional del callao periodo 2011 – 2012* (tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Vargas, M y Aldana, L. (2007). *Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas.* (1° Edición). Colombia. ECOE Ediciones.

Watson, V. (2013). *El nivel de satisfacción con la calidad educativa percibida por estudiantes de un programa de psicología* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

ColloQUIUM

Editorial - Centro de Formación

ISBN: 978-9942-600-16-5



9 789942 600165