



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

# FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

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

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Bach. BAZAN VALQUE ROSA YSABEL

ASESOR:

Mg. Yovana Medina Vasquez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PLANIFICACIÓN

CHACHAPOYAS – PERÚ.

2017

**PAGINA DE JURADO**

**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**

Aprobación de la Tesis

---

**Presidente del Jurado**  
**Mg. Zentner Alva Juan Francisco**

---

**Secretario del Jurado**  
**Mg. Reyna Gonzales Julissa**

---

**Vocal del Jurado**  
**Mg. Castañeda Gonzales Jaime Laramie**

## DEDICATORIA

A Dios por su inmensa bondad de permitirme vivir al lado de mis seres queridos. A la viejita más linda, mi abuelita Estela por haberme inculcado en todo momento trabajo, sacrificio y lucha por lograr mis metas. A mis tesoros, William Humberto, Angélica y José Sebastián, por haberse convertido en el motor que impulsa mis anhelos de superación. A toda mi familia, especialmente a mi mamá Flor y mi hermana Rosita, quienes me dieron una gran lección de fortaleza al vencer su cáncer del seno. A mi tío José, el más grande de los varones, por su ejemplo ya que gracias a él hoy soy profesional.

**Rosa.**

## **AGRADECIMIENTO**

Al Promotor de la Universidad César Vallejo, en la persona de César Acuña, por estar al servicio de la educación y brindarnos las oportunidades para seguir superándonos y ser profesionales competentes.

Al Vicerrector Administrativo de la universidad Cesar Vallejo Filial Chiclayo, Mg. Raúl Valencia Medina y todo el personal de la filial Chiclayo y Sede de Chachapoyas, por su apoyo incondicional y por brindarme la oportunidad para recoger datos relacionados a la tesis “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”

A los asesores Mg. Martel Rafael, Mg. Honorio Acosta Marco Antonio y Mg. Yovana Medina Vásquez, por las acertadas orientaciones que nos brindaron para poder desarrollar la presente tesis.

La Autora

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Por el presente documento, la alumna del sistema universitario basado en experiencia universitaria:

Bazan Valque Rosa Ysabel , con DNI 3340741, Quien ha elaborado el Trabajo de Investigación Final-Tesis denominado **“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”** para optar el grado de Licenciada en administración otorgado por la Universidad César Vallejo que el presente Trabajo de Investigación Final-Tesis ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que no existe plagio de ninguna naturaleza, en especial copia de otro Trabajo de Investigación Final-Tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier instituto educativo.

Dejo expresa constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no hemos asumido como nuestras las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos o de internet.

Asimismo, afirmo que todos los miembros hemos leído el Trabajo de Investigación Final-Tesis en su totalidad y somos plenamente conscientes de todo su contenido. Asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento y soy consciente que este compromiso de fidelidad tiene connotaciones éticas, pero también de carácter legal.

## PRESENTACIÓN

Señores integrantes del Jurado evaluador, de acuerdo con lo estipulado en el Reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, ponemos a su disposición para la revisión y evaluación el presente trabajo de investigación titulado **“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”** el cual se ha realizado según los lineamientos de la universidad y cuyo objetivo es la obtención del título profesional de Licenciada en administración.

Por consiguientes señores integrantes de este digno jurado, estoy apta a aceptar las sugerencias que de manera constructiva puedan hacerle a la presente y que servirá como aporte para poder mejorarlo, así mismo sirva como base para aquellos que muestren interés en el tema y deseen continuar con estudios de esta naturaleza.

## INDICE

Página de jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Índice tablas .....	viii
Índice figuras.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad problemática.....	13
1.2. Trabajos previos.....	18
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	22
1.4. Formulación del problema.....	27
1.5. Justificación del estudio.....	28
1.6. Hipótesis.....	29
1.7. Objetivos.....	29
II. MÉTODO.....	31
2.1. Diseño de investigación.....	32
2.2. Variables de investigación.....	33
2.3. Población y muestra.....	36
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
2.5. Métodos de análisis de datos.....	38
2.6. Aspectos éticos.....	38
III. RESULTADOS.....	39
IV. DISCUSIÓN.....	61
V. CONCLUSIONES.....	65
VI. RECOMENDACIONES.....	67
VII. PROPUESTA.....	69
VIII. REFERENCIAS.....	81
ANEXOS.....	87

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Variables.....	32
Tabla N° 2 Variable Independiente.....	33
Tabla N° 3 Variable dependiente.....	34
Tabla N° 4 Validez y confiabilidad.....	36
Tabla N° 5 Criterio éticos.....	37
Tabla N° 6 Metas a largo plazo.....	39
Tabla N° 7 Socialización de metas.....	40
Tabla N° 8 Actividades de la empresa.....	41
Tabla N° 9 Realización de operaciones.....	42
Tabla N° 10 Ideales colectivos.....	43
Tabla N° 11 Principios colectivos.....	44
Tabla N° 12 Planificación de estrategias.....	45
Tabla N° 13 Cumplimiento de misión.....	46
Tabla N° 14 Avance de objetivos.....	47
Tabla N° 15 Elementos internos y externos.....	48
Tabla N° 16 Equipos modernos.....	49
Tabla N° 17 Infraestructura moderna .....	50
Tabla N° 18 Instalaciones apropiadas.....	51
Tabla N° 19 Cumplimiento de promesas.....	52
Tabla N° 20 Solución de problemas.....	53
Tabla N° 21 Tiempo apropiado.....	54
Tabla N° 22 Servicio sin errores.....	55
Tabla N° 23 Puntualidad.....	56
Tabla N° 24 Servicio rápido.....	57
Tabla N° 25 Trato amable.....	58
Tabla N° 26 Comprensión de necesidades.....	59

## INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Metas a largo plazo .....	39
Figura N° 2 Socialización de metas.....	40
Figura N° 3 Actividades de la empresa.....	41
Figura N° 4 Realización de operaciones.....	42
Figura N° 5 Ideales colectivos.....	43
Figura N° 6 Principios colectivos.....	44
Figura N° 7 Planificación de estrategias.....	45
Figura N° 8 Cumplimiento de misión.....	46
Figura N° 9 Avance de objetivos.....	47
Figura N° 10 Elementos internos y externos.....	48
Figura N° 11 Equipos modernos.....	49
Figura N° 12 Infraestructura moderna.....	50
Figura N° 13 Instalaciones apropiadas.....	51
Figura N° 14 Cumplimiento de promesas.....	52
Figura N° 15 Solución de problemas.....	53
Figura N° 16 Tiempo apropiado.....	54
Figura N° 17 Servicio sin errores.....	55
Figura N° 18 Puntualidad.....	56
Figura N° 19 Servicio rápido.....	57
Figura N° 20 Trato amable.....	58
Figura N° 21 Comprensión de necesidades.....	59

## RESUMEN

La presente investigación titulada 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 tuvo como objetivo general 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, para lo cual se realizó una investigación de tipo descriptiva, propositiva, con un diseño no experimental – transversal, teniendo como muestra a los alumnos de la sede de Chachapoyas que fueron un total de 63 estudiantes. Entre los resultados más relevantes tenemos que la planificación estratégica es media baja puesto que el 43% así lo indica. Finalmente concluye 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.

Palabras claves: Plan estratégico, calidad de servicio, cliente

La Autora

## **ABSTRACT**

The present research entitled Proposal of a strategic plan to improve the quality of customer service in the training program for adults of the university "César Vallejo" in the headquarters of Chachapoyas, 2016 had as general objective To propose a strategic plan to improve the quality Of customer service in the adult training program of the "César Vallejo" university at the Chachapoyas campus, in 2016, for which a descriptive, purposeful investigation was carried out with a non - experimental cross - sectional design, To the students of the headquarters of Chachapoyas that were a total of 63 students. Among the remaining results we have that the strategic planning is low average since 43% indicates this. Finally concludes The proposal of a strategic plan to improve the quality of customer service in the training program for adults of the university "César Vallejo" in the headquarters of Chachapoyas, 2016, should contemplate the approach of Mission, vision, corporate values, Strategic objective and fuck analysis.

Key words: Strategic plan, quality of service, customer

The Author

# **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

## **1.1. 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 mas exigentes.

### **1.1.1 Internacional**

Gonzáles (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.

### **1.1.2 Nacional**

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.

### **Local**

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 garantizar 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 Filial Chachapoyas, ya que las sub sedes se encuentran en Utcubamba, Bagua, Rodríguez de Mendoza, 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.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. Internacional**

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”.

### **1.2.2. Nacional**

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 2016 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”.

Perez, (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). 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”.

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 2016, 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 2016. 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”.

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

#### **1.3.1. Planeación Estratégica**

“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.

### **1.3.2. Partes del plan estratégico**

#### **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) consideramos que la visión debe ser socializada con todos los involucrados en la empresa”. La visión permite a la organización definir sus objetivos a largo plazo.

#### **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) una empresa sin misión es difícil que tenga éxito en el mercado”. Es el motivo o la razón de ser por parte de una empresa, son el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la empresa.

#### **Valores Corporativos**

“Los valores corporativos son los ideales y principios colectivos que guían las reflexiones y las actuaciones de un individuo (por ejemplo la lealtad a la propia familia), o un grupo de individuos (la solidaridad o el principio Darwiniano de que sobrevivan los mejores)”. (Lerma y Bárcena, 2012).

Corresponden a la cultura organizacional y son elementos propios de cada negocio.

### **Objetivos Estratégicos**

“Los objetivos estratégicos se utilizan para hacer operativa la declaración de misión, es decir, ayudan a proporcionar dirección a cómo la organización puede cumplir o trasladarse hacia los objetivos más altos de la jerarquía de metas, la visión y la misión”. (Lerma y Bárcena, 2012). Con éstos se espera lograr la posición de la organización en un mercado específico, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

### **Análisis FODA**

“Una herramienta fundamental para la planeación estratégica es el análisis FODA que utiliza la matriz SWOT: Strengths (fuerzas), Weaknesses (debilidades), Opportunities (oportunidades), Threats (amenazas). En español, FODA es de uso corriente para facilitar su memorización. A través del FODA podemos medir los objetivos de la empresa o institución y poder medir los avances de los mismos. Los elementos internos son las fuerzas (F) generadas y propias de la empresa, y a su vez las debilidades (D) que por razones naturales cualquier organización tiene o se generan en razón del avance tecnológico y de administración de las demás empresas”.

“Los elementos externos: la competencia, sus fortalezas y estrategias, así como sus debilidades, junto con el desarrollo económico, social, tecnológico

y las circunstancias políticas, representan oportunidades (O) o amenazas (A). (Chiavenato, 2016)". Es una herramienta de estudio de la situación real de una empresa con la que se podrá analizar todas sus características internas y externas y poder planear una estrategia a futuro.

### **1.3.3. Calidad de atención al cliente**

#### **Calidad.-**

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

Vargas y Aldana (2007) definen a la calidad como "la búsqueda continua de la perfección, es el proceso que tiene como centro al hombre y a partir de él construye productos y servicios que le llevarán a satisfacer deseos, expectativas y necesidades dentro de un marco razonable" p.72

### **1.3.4. Sistema de calidad de Servicio.**

"La calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido. La describe como una forma de actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1992)".

“En cuanto a las dimensiones Parasuraman, Zeithaml y Berry (1992) consideran dentro de la medición de la calidad, tradicionalmente las dimensiones intangibles, relativas a la interacción entre empleados y usuarios o cómo se presta el servicio, como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; y por otro lado las dimensiones tangibles, aspectos físicos del servicio o qué se ofrece en la prestación del servicio. Estas dimensiones son”:

**Elementos tangibles:** “Apariencia de las instalaciones equipos, empleados y materiales de comunicación”.

**Fiabilidad:** “Habilidad de prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero. Este indicador trata de medir la habilidad para desarrollar el servicio prometido. La eficiencia y eficacia en la prestación del servicio. Con la eficiencia se consigue aprovechamiento de tiempo y materiales y la eficacia no es más que el cliente obtiene el servicio requerido”.

**Capacidad de respuesta:** “El deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente. Prestar el servicio de forma ágil”.

**Seguridad:** “Conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente”.

**Empatía:** “Atención individualizada al cliente. La empatía es la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro. Mediante el cuestionario diseñado se obtiene información del cliente sobre cada una de las dimensiones de calidad del servicio la cual mide las percepciones frente a las expectativas, mide la importancia relativa de las dimensiones de la calidad y mide las intenciones de comportamiento para evaluar el impacto de la calidad del servicio”.

“La investigación académica y la práctica empresarial vienen estableciendo, que un elevado nivel de calidad de servicio proporciona a las empresas considerables beneficios en cuanto a cuota de mercado, productividad, costes, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia, lealtad y captación de nuevos clientes, por indicar algunos de los más importantes. Como resultado de esta evidencia, la gestión de la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los que tratan de definirla, medirla y, finalmente, mejorarla”.

#### **1.4. Formulación al problema**

¿De qué manera la propuesta de un plan estratégico mejora la calidad de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad “césar vallejo” en la sede de Chachapoyas, 2016?

## **1.5. Justificación del estudio**

### **Teórica**

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.

### **Metodológica**

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.

### **Social**

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.

## **1.6. Hipótesis**

La propuesta de un plan estratégico si mejora la calidad de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad “César Vallejo” en la sede de Chachapoyas, 2016.

## **1.7. Objetivo**

### **1.7.1. Objetivo general**

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.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

Analizar el nivel de planificación estratégica de la universidad “César Vallejo” en la sede de Chachapoyas, 2016.

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.

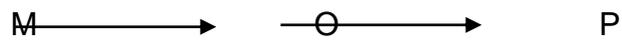
.Determinar la estructura del plan estratégico para mejorar la atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad “César Vallejo” en la sede de Chachapoyas, 2016.

## **CAPITULO II: METODO**

## 2.1 Diseño de investigación

“Es Transversal, según Hernández (2010) los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. A la vez es no experimental ya que son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. A la vez la investigación es descriptiva – propositiva, puesto que se describió la problemática de la empresa en función a la fidelización, para luego elaborar una propuesta en base a plan estratégico.

Diseño:



Donde:

M : Muestra

O : Observación

P : Propuesta

## 2.2 Variables, operacionalización

Tabla N° 1

*Variables*

<b>Planeación Estratégica</b>	“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.
<b>Calidad de atención</b>	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

*Fuente: Elaboración propia*

## Tabla N° 2

### Variable independiente

Variable	Dimensión	Indicador	Items	Escala de medición
Plan estratégico	Visión	Inspiración	¿Considera que la empresa tiene metas a largo plazo?	TA Totalmente de acuerdo  I Indiferente  TD Totalmente en desacuerdo
			¿Considera que las metas deben ser socializadas con los miembros de la empresa?	
	Misión	Operaciones	¿Considera que la empresa realiza actividades y tareas de forma diaria para lograr sus metas?	
			¿Considera que la empresa realiza operaciones y procedimientos de forma diaria para lograr sus metas?	
	Valores Corporativos	Ideales y principios	¿Considera que la empresa tiene ideales colectivos que guían las acciones de los colaboradores?	
			¿Considera que la empresa tiene principios colectivos que regulan las acciones de los colaboradores?	
	Objetivos Estratégicos	Operatividad	¿Considera que la empresa planea estrategias para lograr las metas propuestas?	
			¿Considera que la empresa realiza acciones para cumplir su misión?	
	Análisis FODA	Diagnostico situacional	¿Considera que la empresa mide el avance de sus objetivos?	
			¿Considera que la empresa tiene elementos internos y externos que ejercen presión sobre ella?	

Fuente: Elaboración interna.

**Tabla N° 3**

*Variable dependiente*

Variable	Dimensión	Indicador	Items	Escala de medición
Calidad de atención al cliente	Elementos Tangibles	Equipos	¿Considera que la UCV cuenta con equipos modernos?	TA Totalmente de acuerdo  I Indiferente  TD Totalmente en desacuerdo
		Instalaciones físicas	¿Considera que la UCV cuenta con infraestructura moderna?	
		Apariencia Materiales	¿Considera que las instalaciones de la UCV tienen una buena apariencia?	
	Fiabilidad	Promesa	¿Considera que la UCV cumple con lo que promete con respecto a lo que ofrece?	
		Solución Habitualidad	¿Considera que la UCV soluciona los problemas que se presenta?	
		Tiempo	¿Considera que el tiempo que usted espera para ser atendido es el apropiado?	
		Errores	¿Considera que la UCV brinda un servicio con cero errores?	
	Capacidad de respuesta	Puntualidad	¿Considera que el personal que labora en la UCV es puntual?	
		Rápido	¿Considera que el personal de la UCV le brinda un servicio rápido?	
	Seguridad	Amable	¿Considera que el personal de la UCV le brinda un trato amable?	
	Empatía	Comprensión	¿Considera que el personal de la UCV comprende lo que usted necesita?	

*Fuente: Elaboración interna.*

## **2.3 Población y muestra**

### **2.3.1 Población.-**

“La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo (2003) define a la población como la totalidad de la variable a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. Para la presente investigación se tomó como población a 63 estudiantes de la UCV sede Chachapoyas

### **2.3.2 Muestra.-**

“Ñaupas, Novoa, Mejía y Villagómez (2013) señalan que la muestra es el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo. Es decir, una muestra es representativa si reúne las características de los individuos del universo”. Debido a que la población es finita, formo parte de la muestra siendo esta de 63 estudiantes.

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

### **2.4.1 Técnica**

“Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta relacionada al tema que queremos estudiar. La encuesta es una técnica que sirve para la recopilación de la información a través de preguntas con varias alternativas las cuales fueron pre definidas para que el cliente seleccione respuesta requerida y cuya ventaja principal es en el corto tiempo y pueda obtenerse la reacción de numerosos individuos, debido a que todos los sujetos en estudio

reciban las mismas preguntas en forma ordenada siendo más fácil recolectar los datos”.

### 2.4.2 Instrumento

El instrumento que se aplicó fue un cuestionario elaborado con una serie de 21 afirmaciones o suposiciones en escala Likert compuesto por 3 niveles de respuesta:

Total Acuerdo (TA) Indiferente (I) Total Desacuerdo (TD)

Estos niveles fueron necesarios para recolectar los datos suficientes y medir las variables de estudio. Una vez elaborado el cuestionario acorde a los indicadores de la investigación, luego fueron validados por tres expertos en el tema, lo cual sirvió como un medio de verificación y le dio consistencia al instrumento con los criterios respectivos de cada evaluador siendo visualizado en los anexos correspondientes.

### 2.4.3 Validez y confiabilidad

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,875	21

*Estadístico de fiabilidad.*

*Fuente: SPSS*

El alfa de cronbach en este caso es de 0.875 lo cual permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a partir de un conjunto de preguntas, se determinó que el instrumento es fiable para ambas variables.

## 2.5 Métodos de análisis de datos

Método inductivo: Para Muñoz (2011) “Inducción es el proceso de razonamiento que analiza una parte de un todo y va desde lo particular a lo general, o de lo individual a lo universal.” p. 215.

Método inductivo, este método permitió obtener conclusiones generales a partir de las premisas particulares; es decir, se tiene que partir de un problema el cual permitió llegar a las conclusiones de la presente investigación.

## 2.6 Aspectos éticos.

<b>Tabla 5</b> <i>Criterios éticos de la investigación.</i>	
<b>CRITERIOS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO</b>
<b>Consentimiento informado</b>	“Los participantes estuvieron de acuerdo con ser informantes”.
<b>Confidencialidad</b>	“Se les informó la seguridad y protección de su identidad”.
<b>Observación participante</b>	“Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos”.

**Fuente:** Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012).

### **III. RESULTADOS**

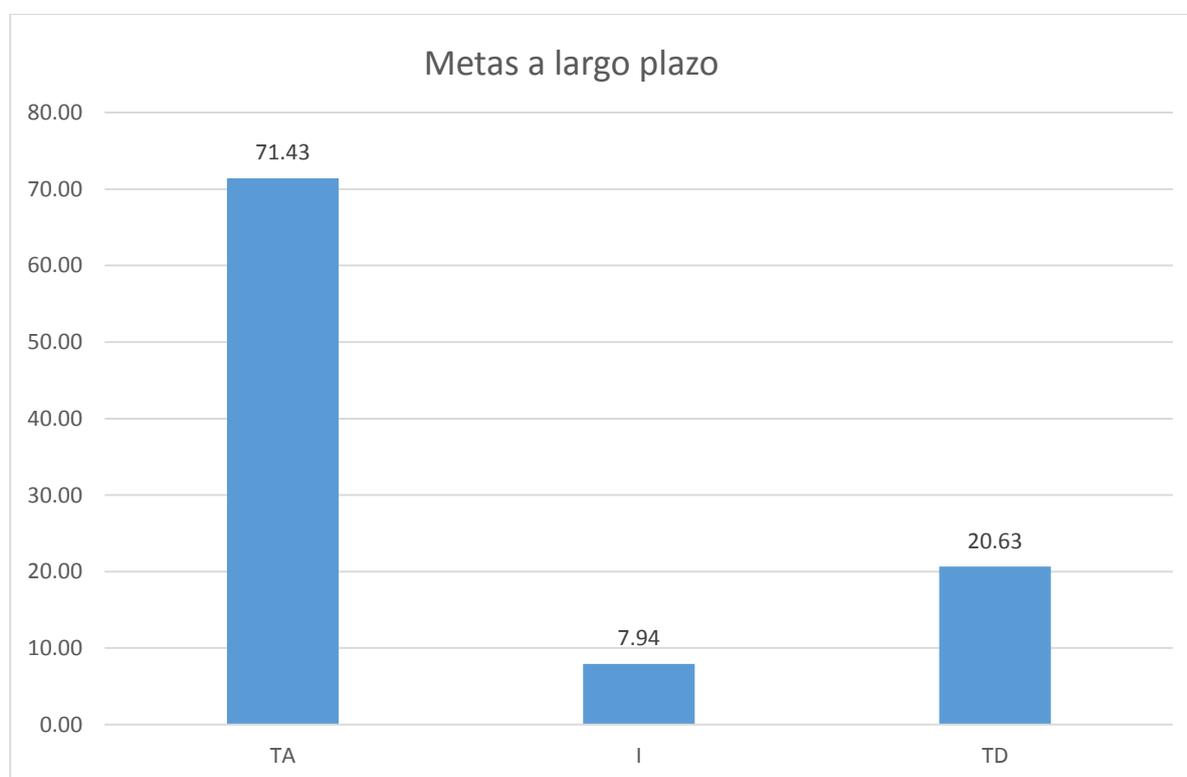
**Tabla N° 6**

*Metas a largo plazo*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa tiene metas a largo plazo?	45	5	13	63
	71.43	7.94	20.63	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 1**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 6*

Análisis y descripción de resultados.- Del 100% de encuestados 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.

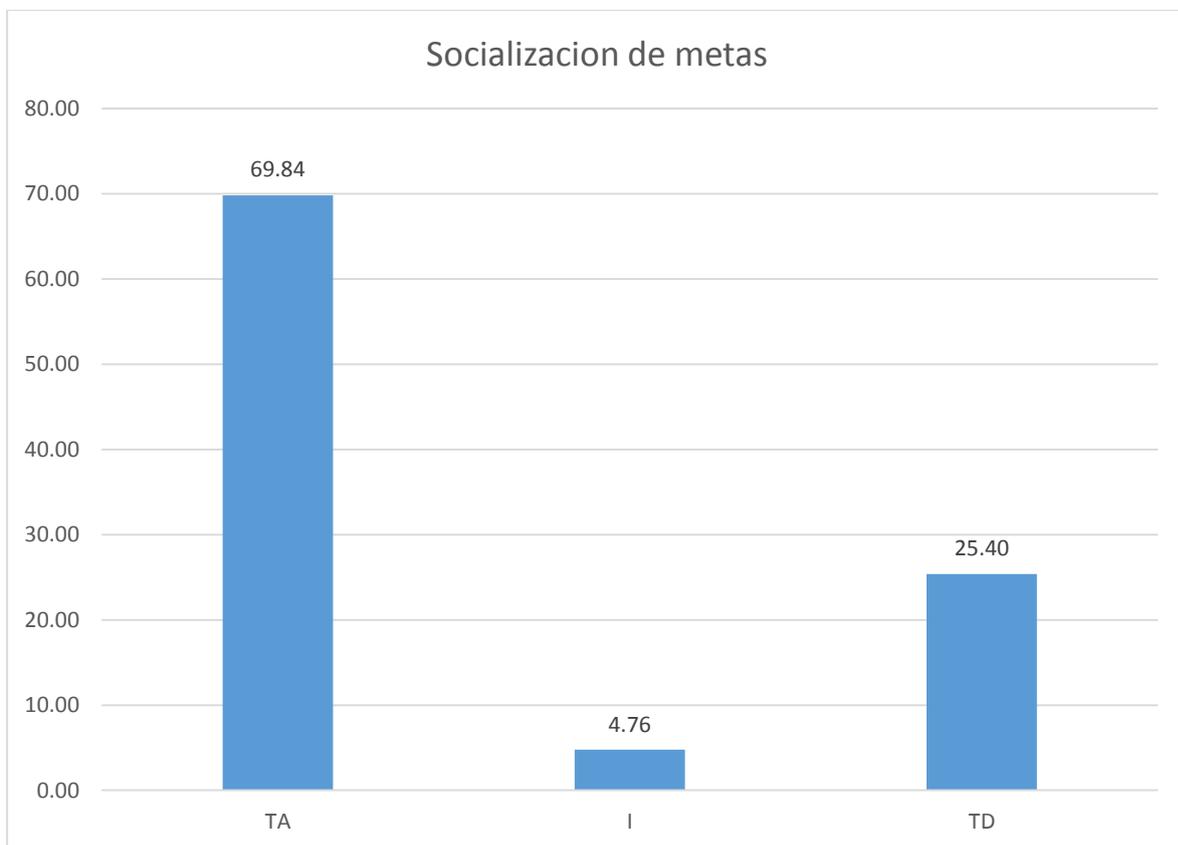
**Tabla N° 7**

*Socialización de metas*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que las metas deben ser socializadas con los miembros de la empresa?	44	3	16	63
	69.84	4.76	25.40	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 2**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 7*

Análisis y descripción de resultados.- 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.

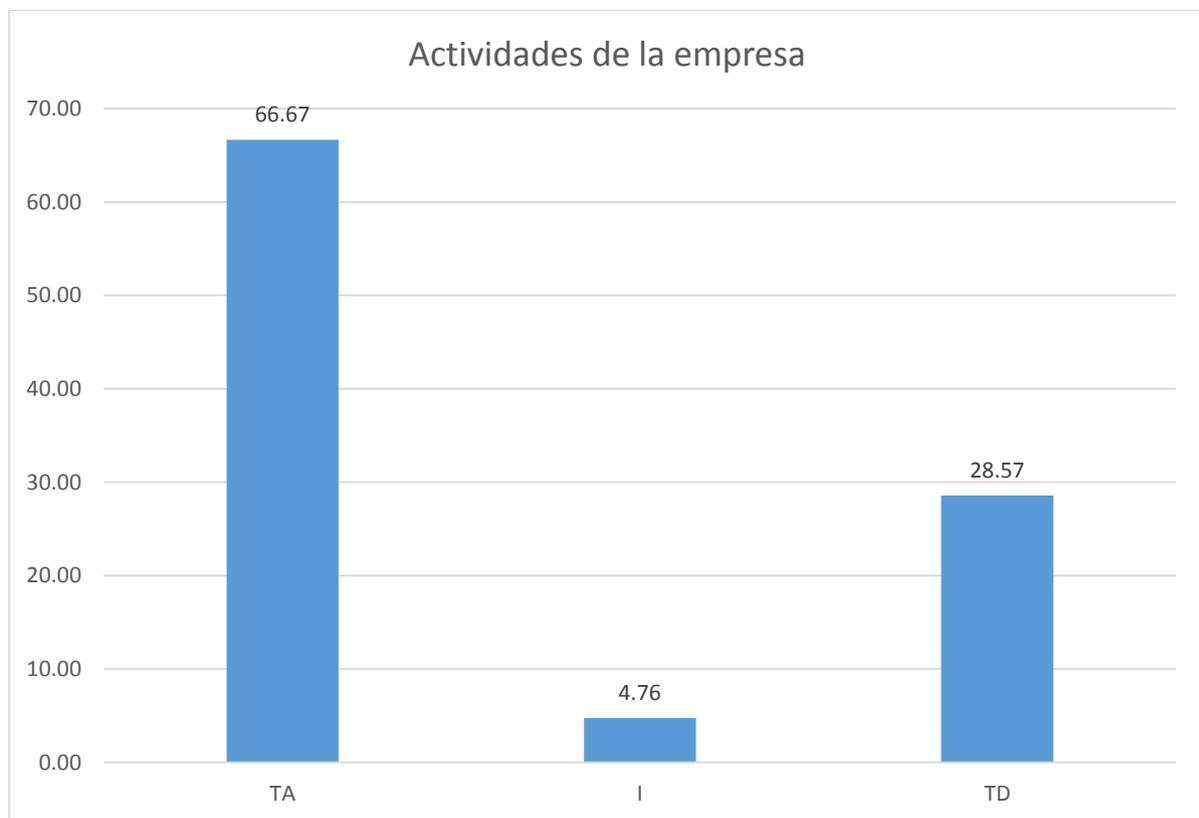
**Tabla N° 8**

*Actividades de la empresa*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa realiza actividades y tareas de forma diaria para lograr sus metas?	42	3	18	63
	66.67	4.76	28.57	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 3**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 8*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 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.

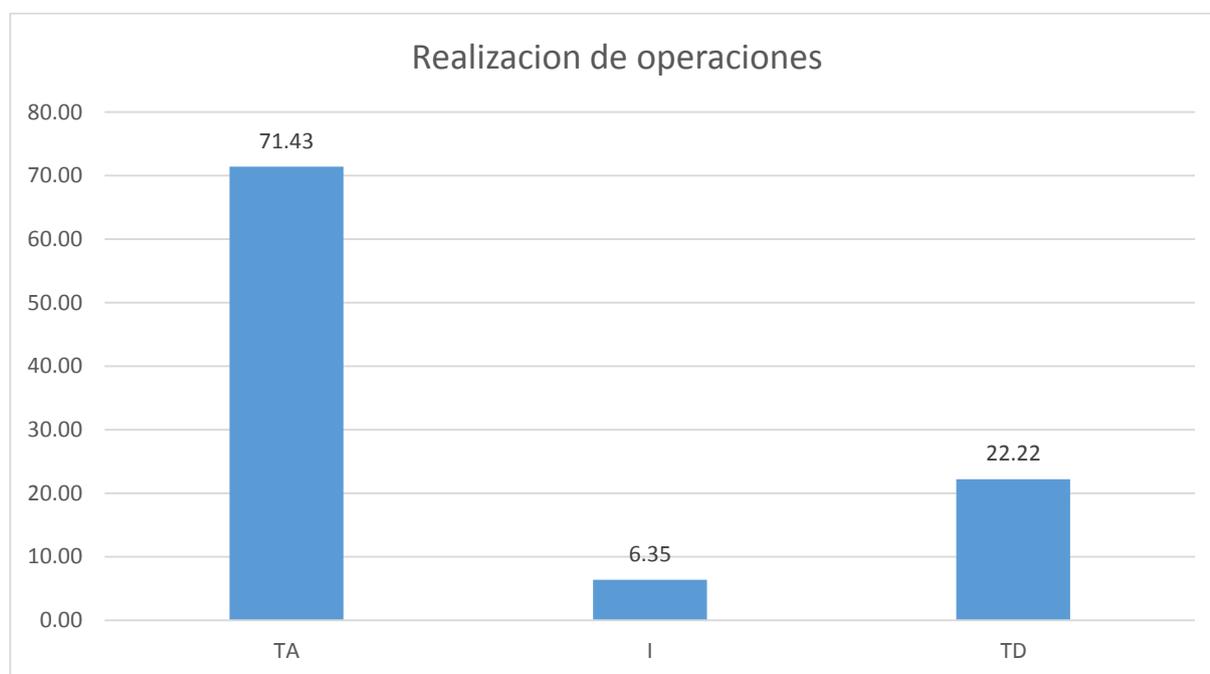
**Tabla N° 9**

*Realización de operaciones*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa realiza operaciones y procedimientos de forma diaria para lograr sus metas?	45	4	14	63
	71.43	6.35	22.22	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 4**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 9*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

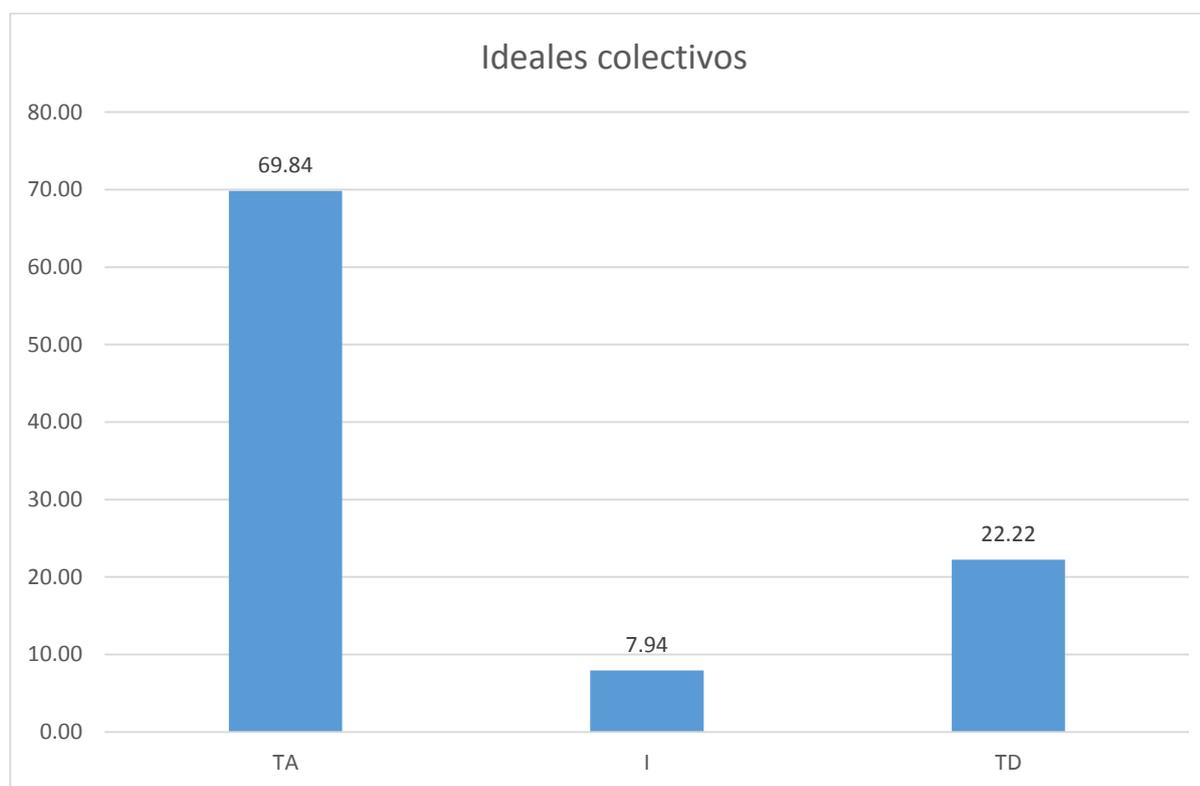
**Tabla N° 10**

*Ideales colectivos*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa tiene ideales colectivos que guían las acciones de los colaboradores?	44	5	14	63
	69.84	7.94	22.22	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 5**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 10*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 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.

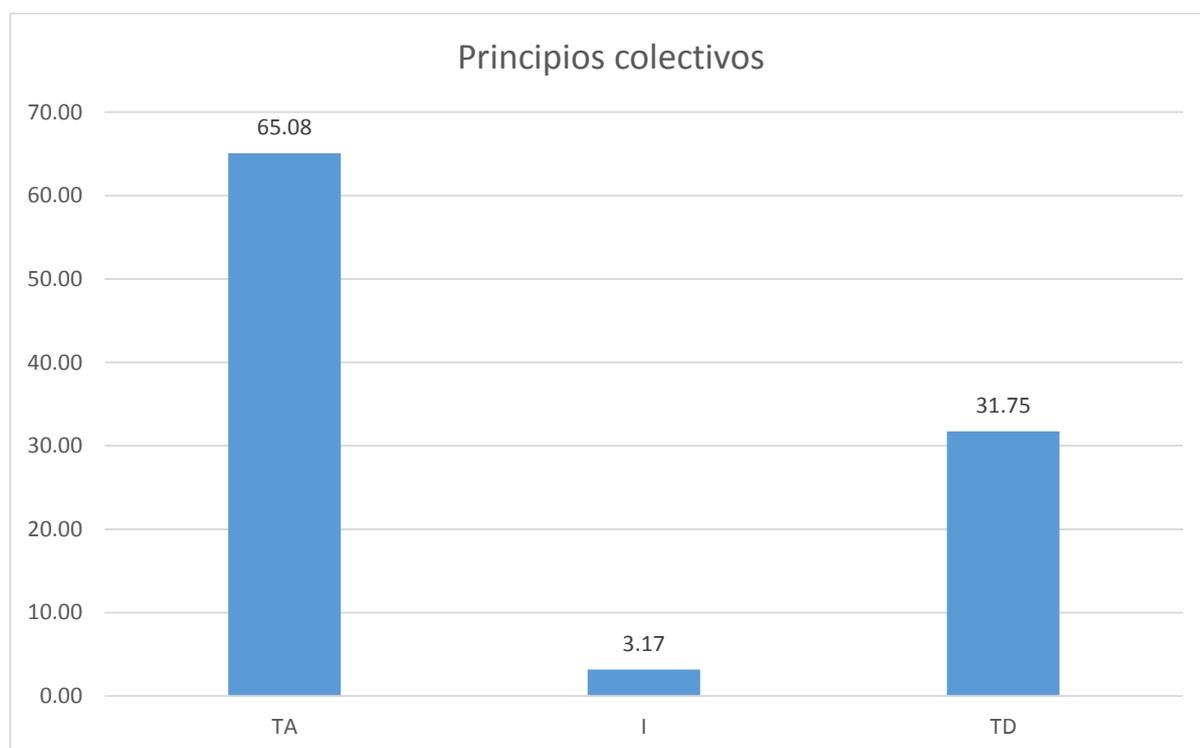
**Tabla N° 11**

*Principios colectivos*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa tiene principios colectivos que regulan las acciones de los colaboradores?	41	2	20	63
	65.08	3.17	31.75	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 6**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 11*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

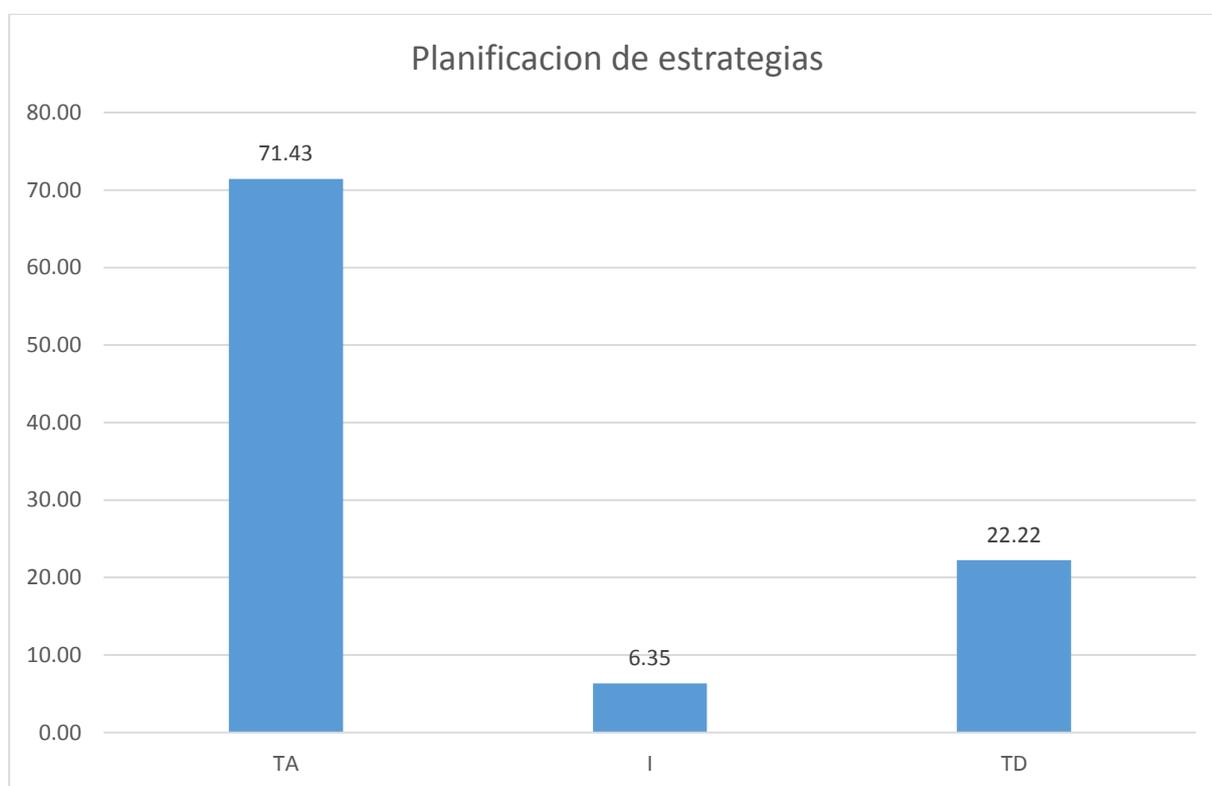
**Tabla N° 12**

*Planificación de estrategias*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa planea estrategias para lograr las metas propuestas?	45	4	14	63
	71.43	6.35	22.22	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 7**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 12*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

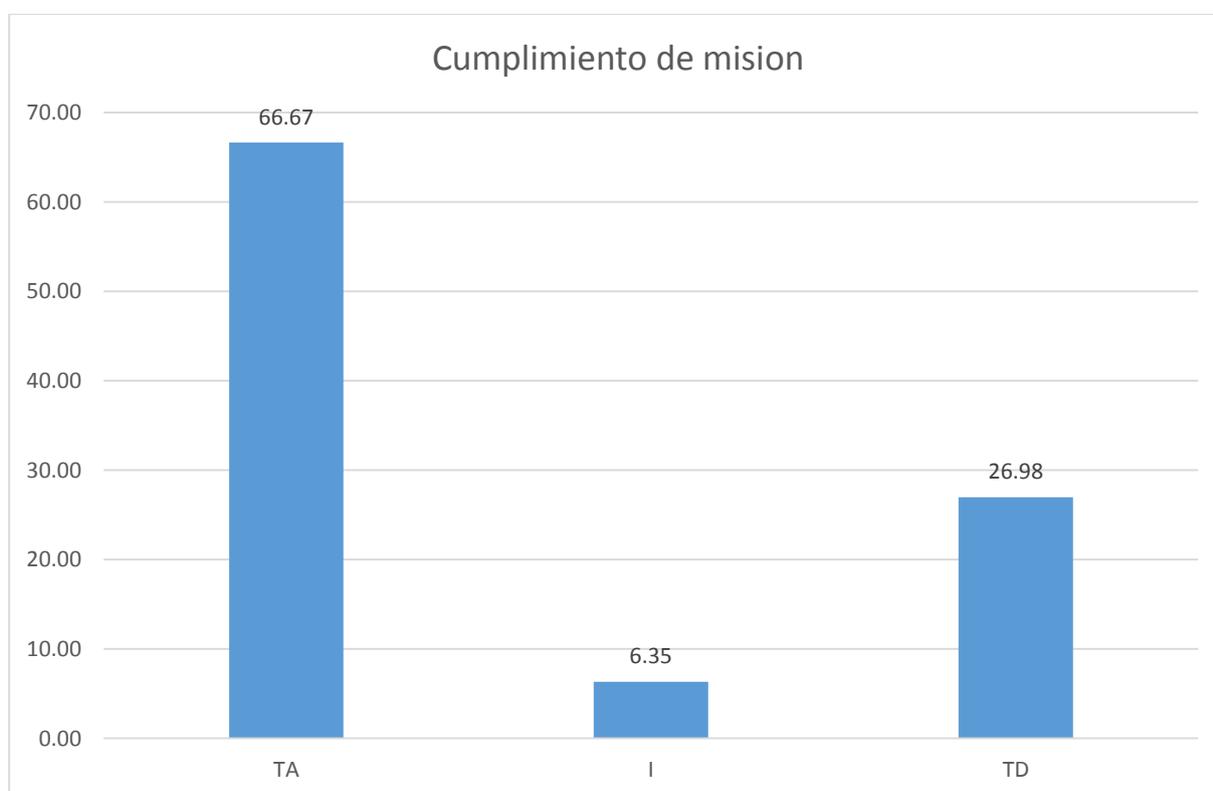
**Tabla N° 13**

*Cumplimiento de misión*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa realiza acciones para cumplir su misión?	42	4	17	63
	66.67	6.35	26.98	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 8**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 13*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

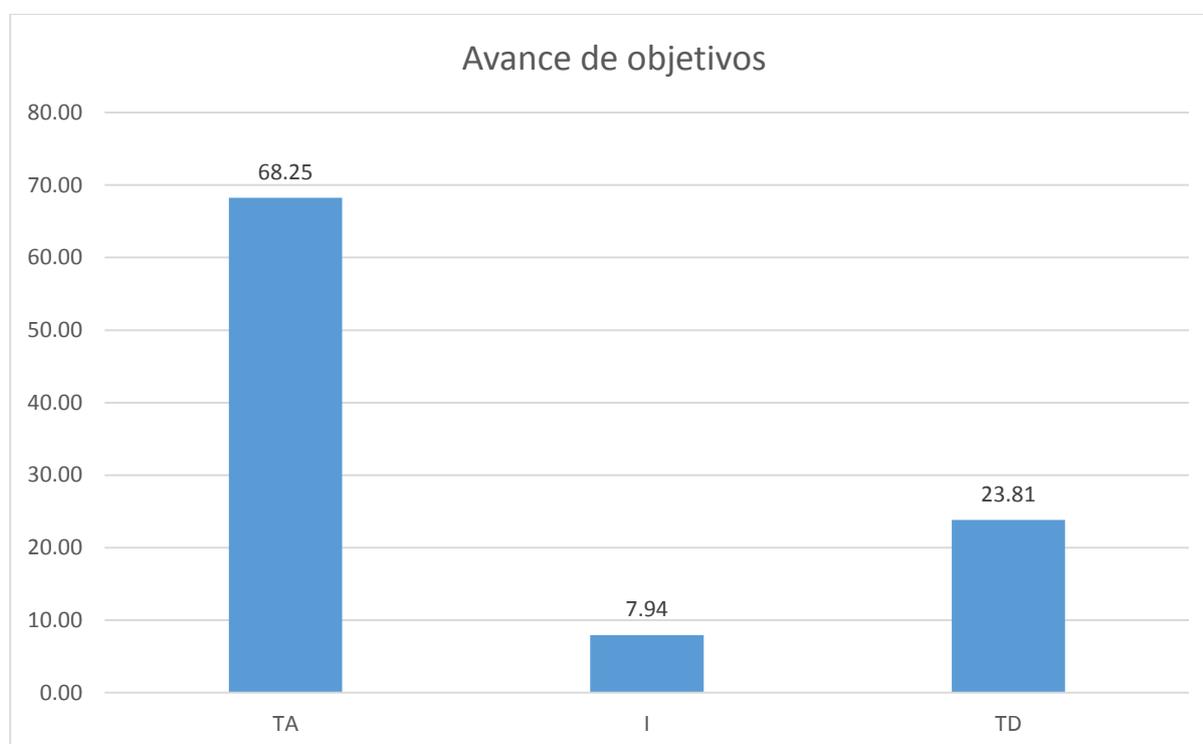
**Tabla N° 14**

*Avance de objetivos*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa mide el avance de sus objetivos?	43	5	15	63
	68.25	7.94	23.81	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 9**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 14*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

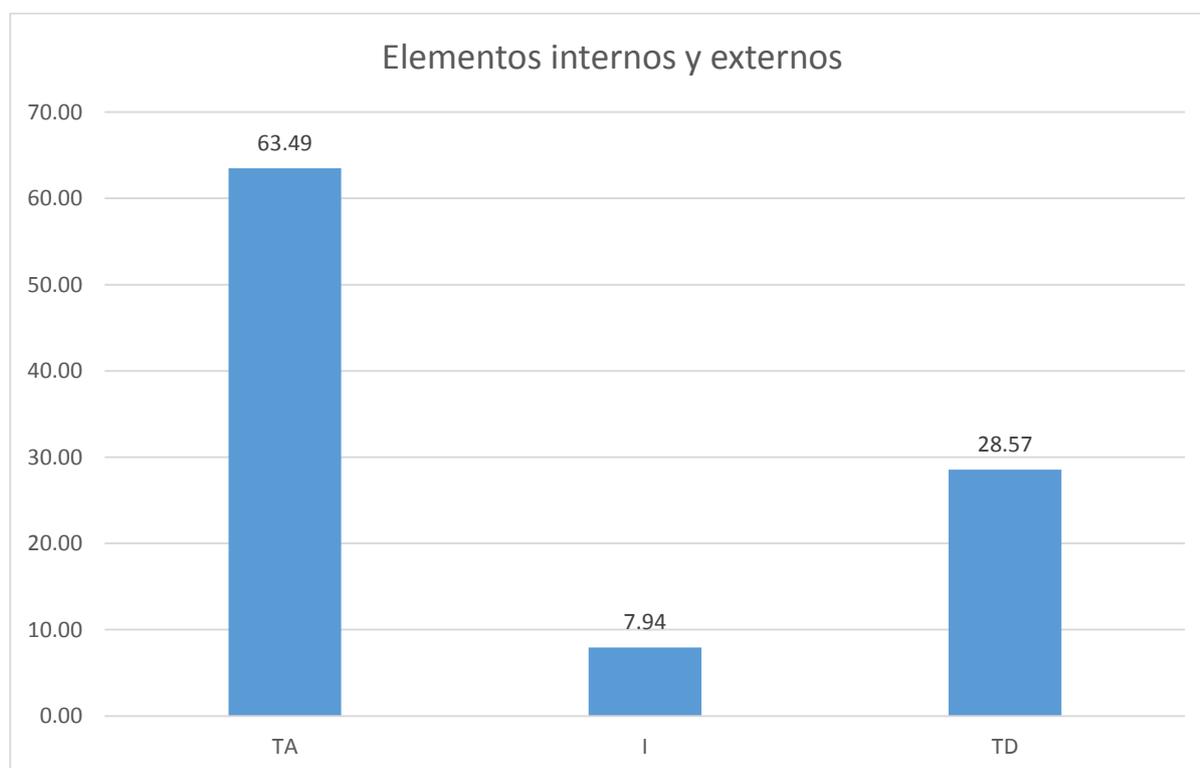
**Tabla N° 15**

*Elementos internos y externos*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la empresa tiene elementos internos y externos que ejercen presión sobre ella?	40	5	18	63
	63.49	7.94	28.57	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 10**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 15*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

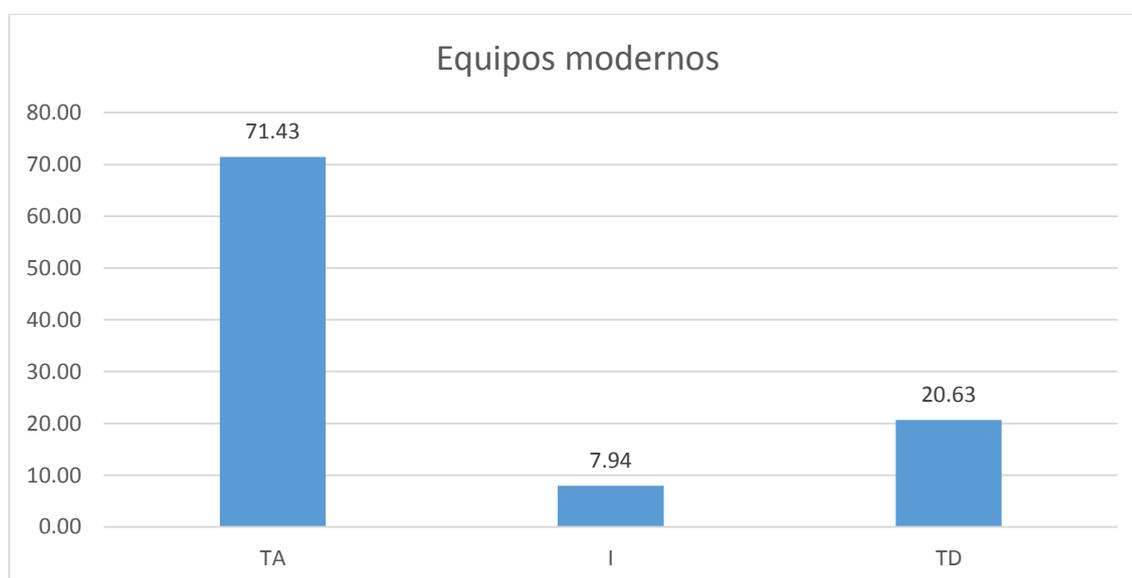
**.Tabla N° 16**

*Equipos modernos*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la UCV cuenta con equipos modernos?	45	5	13	63
	71.43	7.94	20.63	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 11**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 16*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

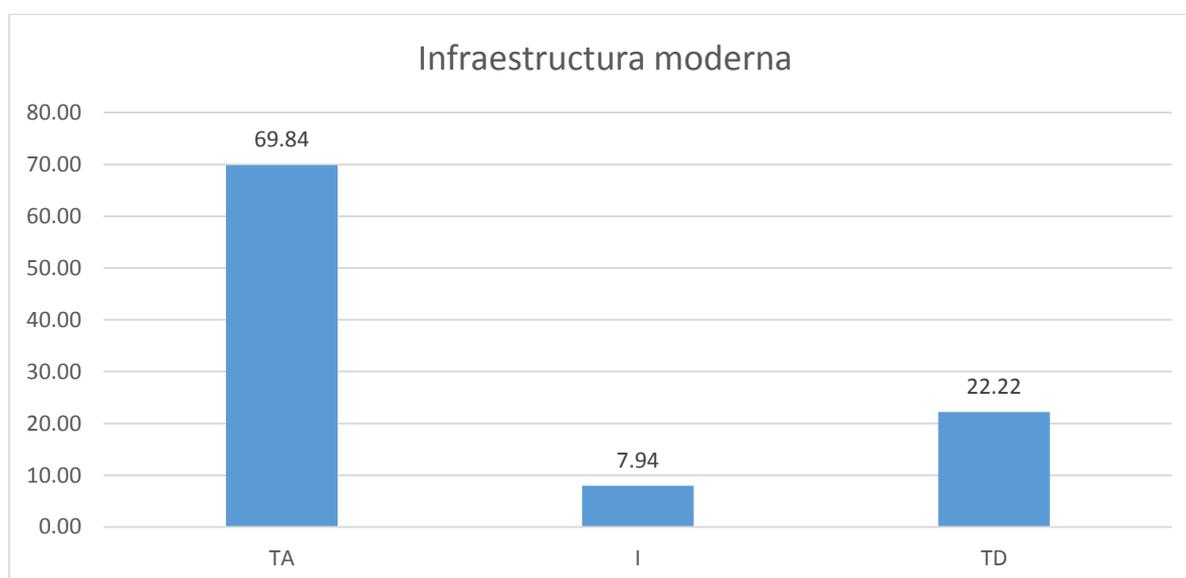
**Tabla N° 17**

*Infraestructura moderna*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la UCV cuenta con infraestructura moderna?	44	5	14	63
	69.84	7.94	22.22	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 12**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 17*

**Análisis y descripción de resultados.-** 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.

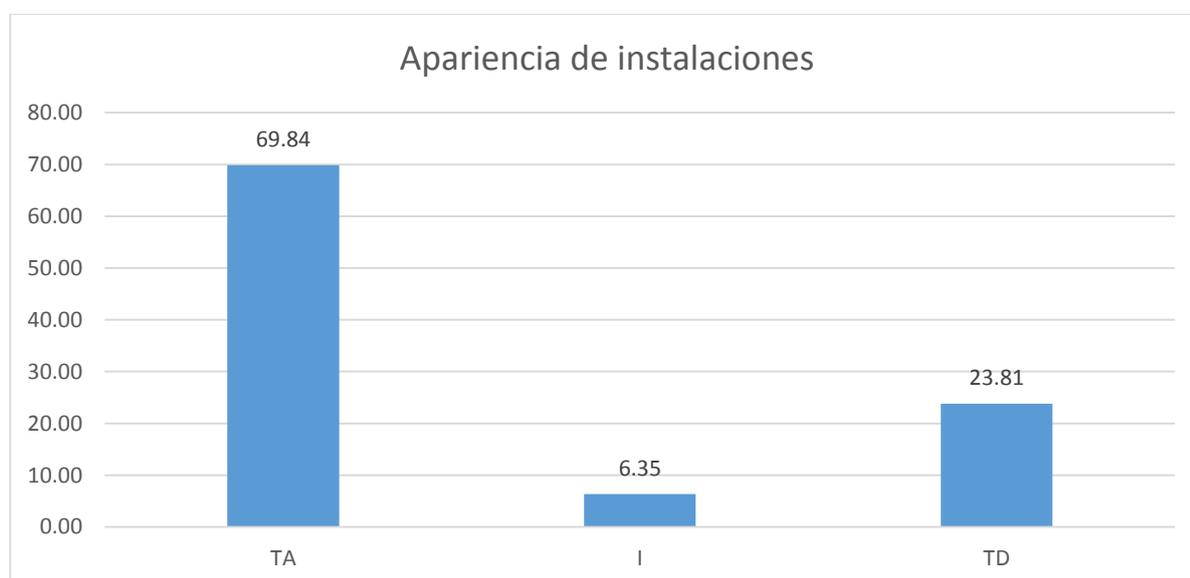
**Tabla N° 18**

*Instalaciones apropiadas*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que las instalaciones de la UCV tienen una buena apariencia?	44	4	15	63
	69.84	6.35	23.81	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 13**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 18*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

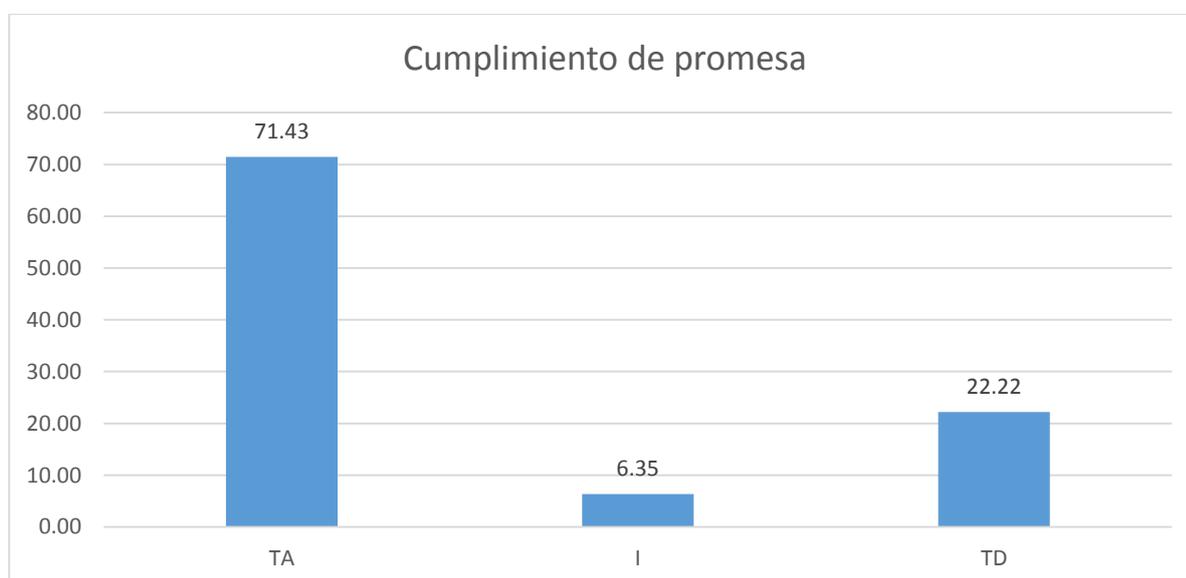
**Tabla N° 19**

*Cumplimiento de promesas*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la UCV cumple con lo que promete con respecto a lo que ofrece?	45	4	14	63
	71.43	6.35	22.22	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 14**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 19*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

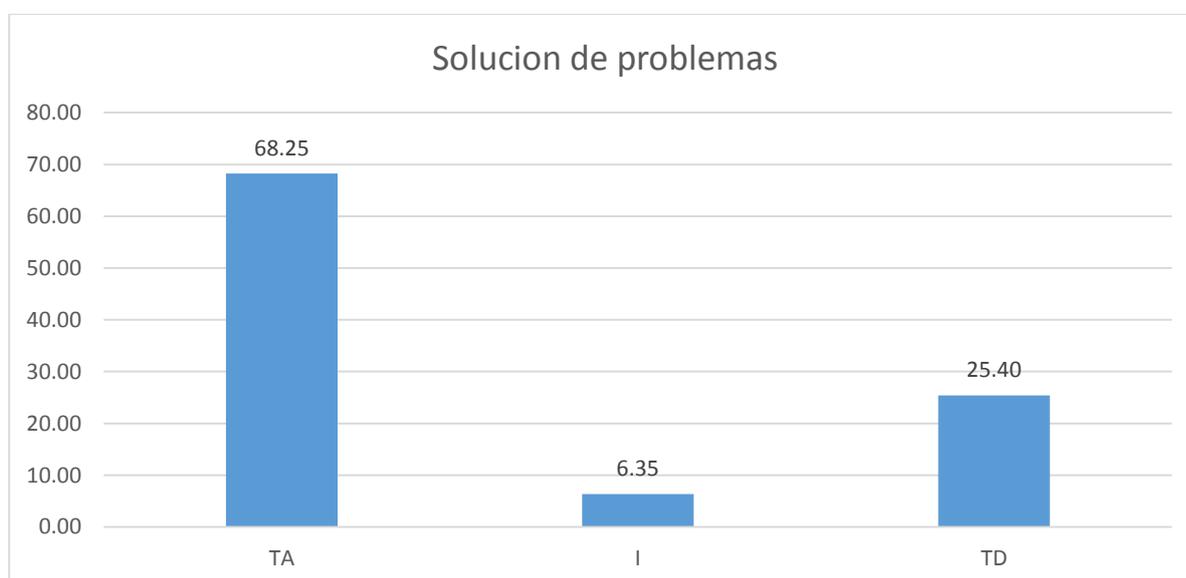
**Tabla N° 20**

*Solución de problemas*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la UCV soluciona los problemas que se presenta?	43	4	16	63
	68.25	6.35	25.40	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 15**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 20*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

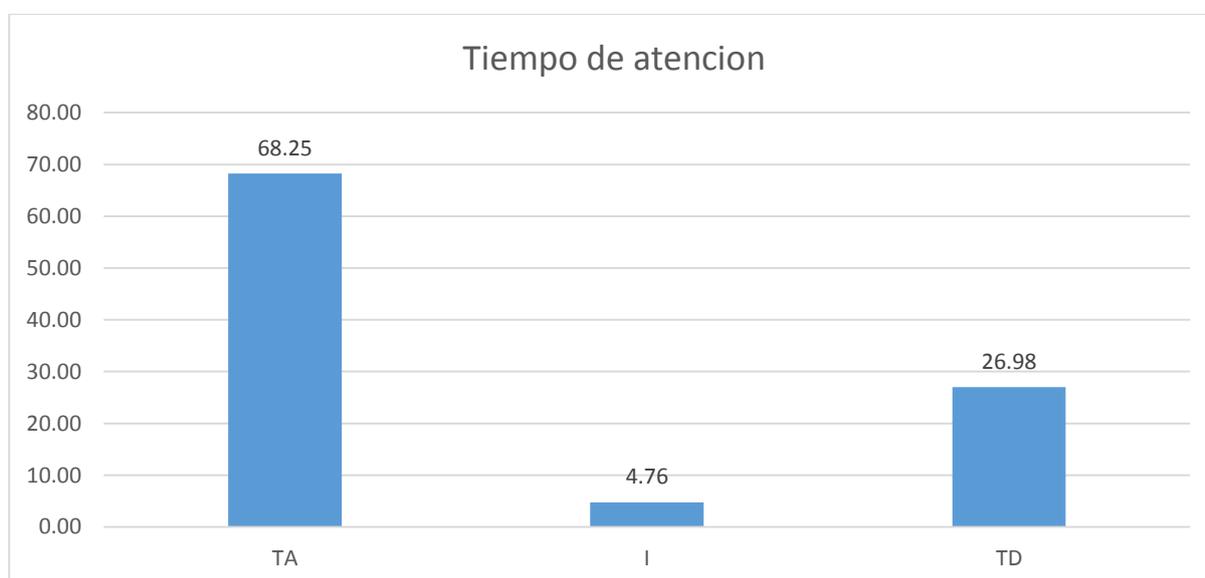
**Tabla N° 21**

*Tiempo apropiado*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que el tiempo que usted espera para ser atendido es el apropiado?	43	3	17	63
	68.25	4.76	26.98	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 16**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 21*

**Análisis y descripción de resultados.-** 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.

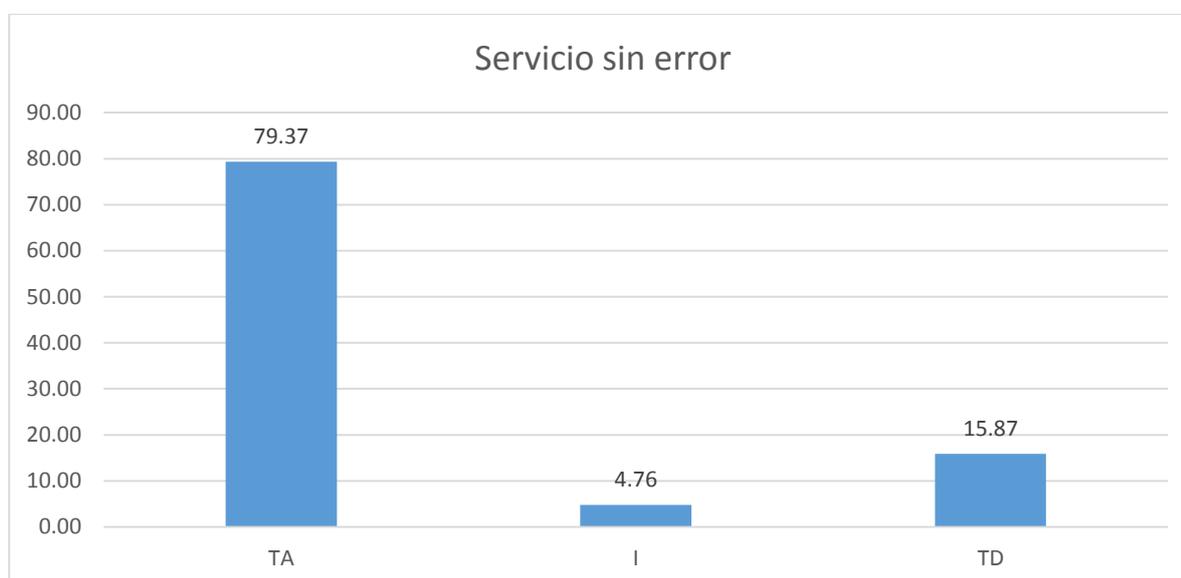
**Tabla N° 22**

*Servicio sin errores*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que la UCV brinda un servicio con cero errores?	50	3	10	63
	79.37	4.76	15.87	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 17**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 22*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

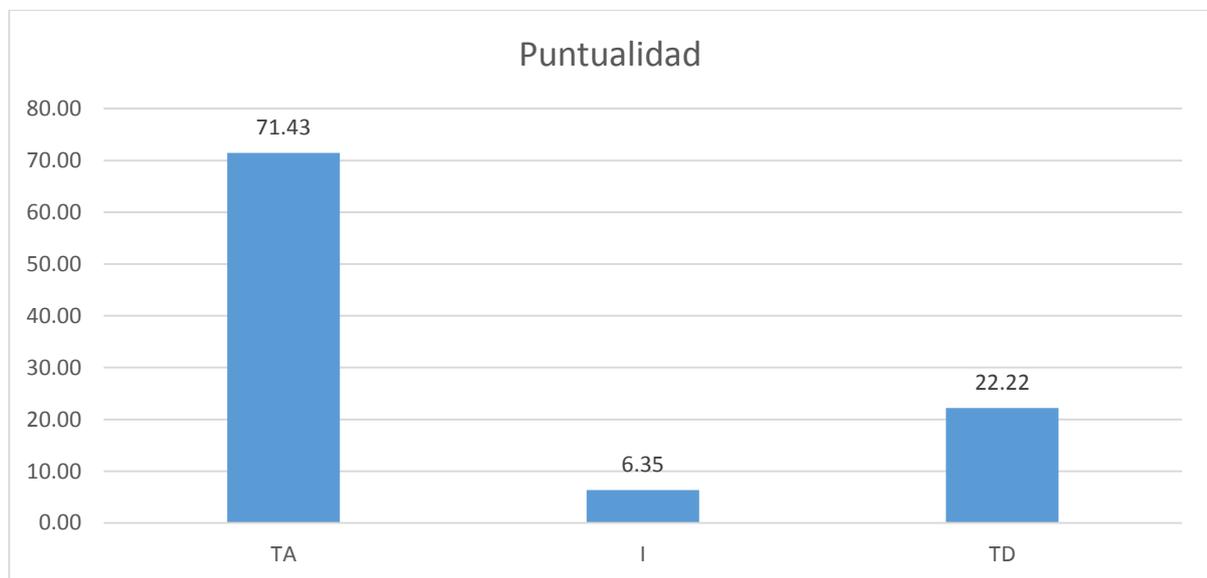
**Tabla N° 23**

*Puntualidad*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que el personal que labora en la UCV es puntual?	45	4	14	63
	71.43	6.35	22.22	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 18**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 23*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

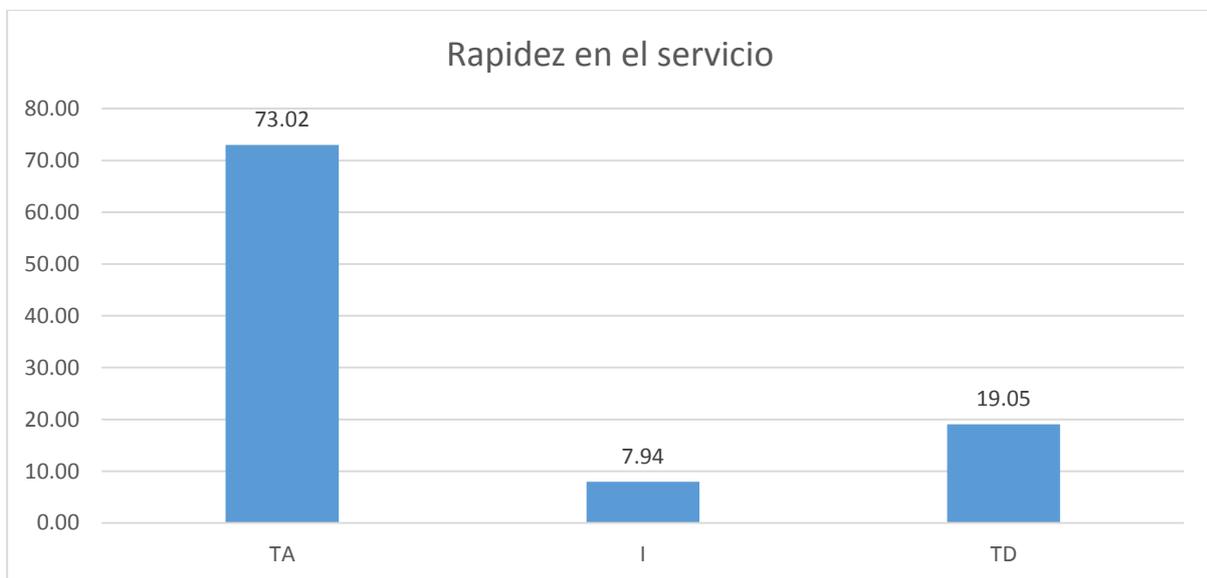
**Tabla N° 24**

*Servicio rápido*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que el personal de la UCV le brinda un servicio rápido?	46	5	12	63
	73.02	7.94	19.05	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 19**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 24*

**Análisis y descripción de resultados.-** 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.

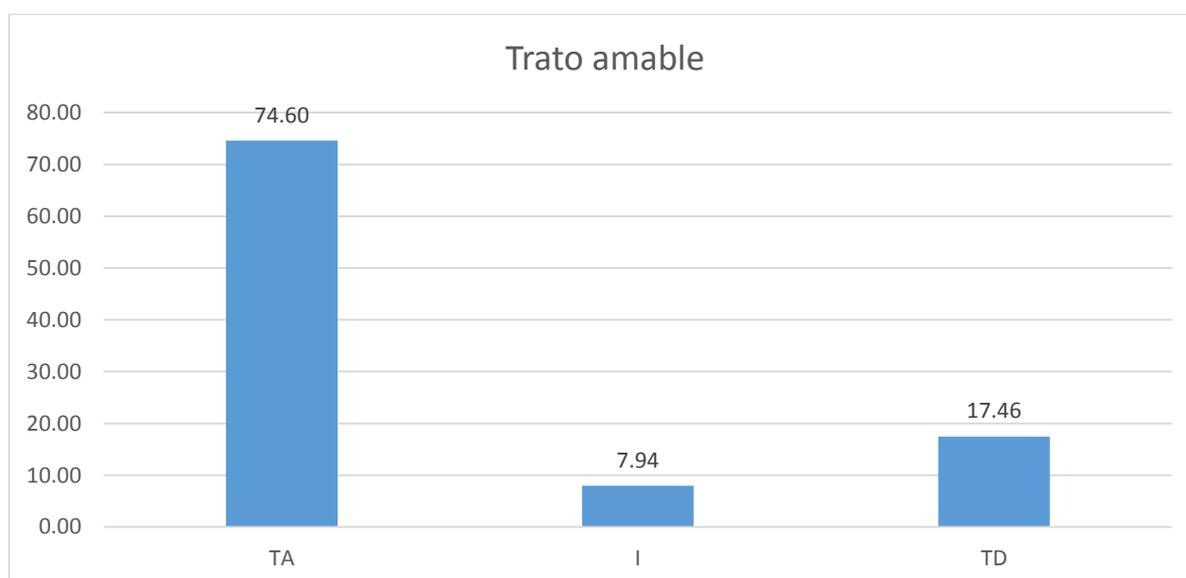
**Tabla N° 25**

*Trato amable*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que el personal de la UCV le brinda un trato amable?	47	5	11	63
	74.60	7.94	17.46	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 20**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 25*

**Análisis y descripción de resultados.-** Del 100% de encuestados 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.

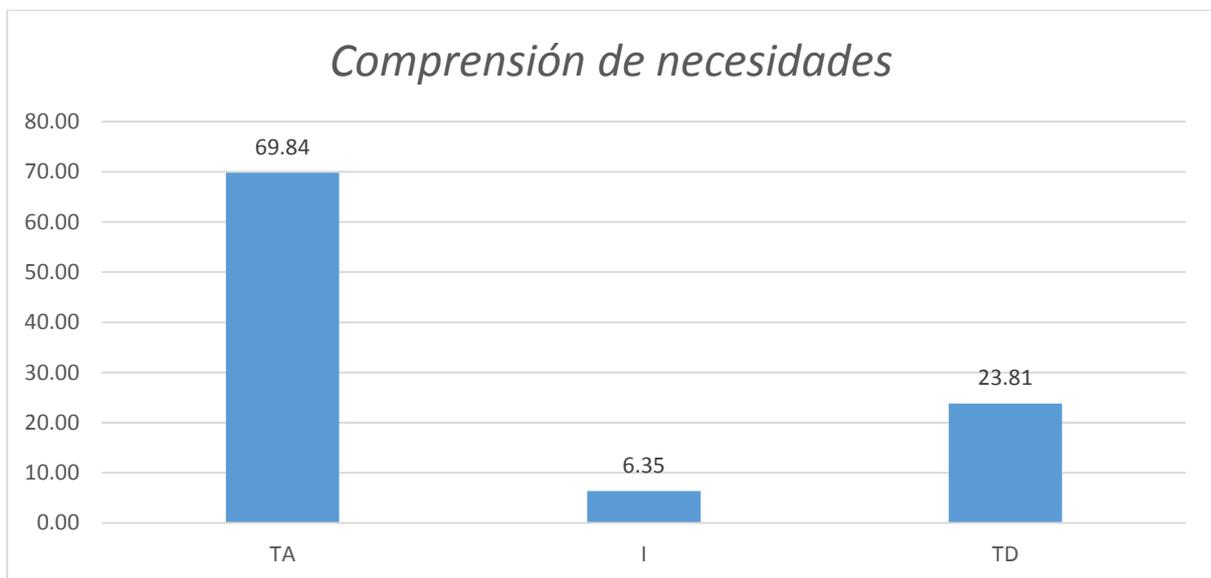
**Tabla N° 26**

*Comprensión de necesidades*

Items	TA	I	TD	TOTAL
¿Considera que el personal de la UCV comprende lo que usted necesita?	44	4	15	63
	69.84	6.35	23.81	100.00

*Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado*

**Figura N° 21**



*Fuente: Elaboración propia en base a tabla N° 26*

**Análisis y descripción de resultados.-** 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.

## **IV. DISCUSIÓN**

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.

## **V. CONCLUSIONES**

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.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Aplicar la propuesta de un plan estratégico teniendo en cuenta la realización de la Misión, visión, valores corporativos, objetivo estratégicos y realizar un análisis foda.

Elevar el nivel de planificación estratégica de la universidad “César Vallejo” en la sede de Chachapoyas, a través de establecer metas a largo plazo, las cuales deben ser socializadas, además se deben realizar actividades, operaciones, procedimientos y tareas de forma diaria para lograr sus objetivos.

Elevar el nivel de atención al cliente en el programa de formación para adultos de la universidad “César Vallejo” en la sede de Chachapoyas, 2016, adquiriendo equipos modernos, modernizar la infraestructura y mejorar su apariencia, además cumplir con las promesas que se ofrecen a los alumnos.

Estructurar el 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 considerando elementos internos y externos, establecer mecanismos de medición del avance de sus objetivos, realizar acciones para cumplir su misión.

## **VII. PROPUESTA**

## **TÍTULO:**

# **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**

## **1.- Introducción**

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 diagnóstico 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

<b>N°</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Costo: S/.</b>
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

<b><u>Fortalezas</u></b>	<b><u>Amenazas</u></b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Existencia de políticas institucionales que favorecen el desarrollo de la investigación científica.</li><li>2. Currículo por competencias y la aplicación de metodología de aprendizaje en la formación integral del alumno</li><li>3. Uso de las nuevas tecnologías de información como apoyo tecnológico para la gestión académica y administrativa</li><li>4. Adecuado Clima Laboral</li><li>5. Existencia de política institucional conducente a fortalecer el procesos de Autoevaluación institucional y por Carreras</li><li>6. Existencia de un sistema de Categorías que permite apoyar a los alumnos de escasos recursos económicos y alto rendimiento académico</li><li>7. Acreditación de las carreras profesionales</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Autorización de funcionamiento de nuevas Universidades en la región.</li><li>2. Expedición de normas jurídicas que afectan la inversión privada en la región.</li><li>3. Incremento de nuevas modalidades de formación profesional.</li><li>4. Efectos de la crisis económica mundial que incide en las familias de los potenciales estudiantes de la UCV</li></ol>
<b><u>Debilidades</u></b>	<b><u>Oportunidades</u></b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bajo rendimiento académico de los alumnos</li><li>2. Ausencia de políticas de incentivo para la gestión de proyectos de extensión académica</li><li>3. Falta de comunicación entre las áreas Académicas-administrativas y el área de Bienestar. Con Excelencia</li><li>4. Insuficiente infraestructura para áreas académicas</li><li>5. Deficiente relación universidad - empresa - egresados</li><li>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</li><li>7. Deficiencias en el uso del sistema de supervisión docente</li><li>8. Política remunerativa del mercado universitario superior a la nuestra</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Procesos de acreditación Institucional y por Carreras Universitarias.</li><li>2. La integración de nuevos mercados provinciales, regionales, nacionales a través de programas y especialidades.</li><li>3. Uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación</li><li>4. Apertura de nuevos mercados.</li><li>5. Intereses de la sociedad civil para temas de medio ambiente, equidad de género, identidad cultural, democracia.</li><li>6. Continuidad del régimen democrático, alianzas estratégicas y convenios con instituciones públicas y privadas.</li><li>7. Tendencias metodológicas innovadoras en la Educación Superior Universitaria.</li><li>8. Ubicación estratégica de la sede Chachapoyas – Amazonas.</li></ol>

<b>Análisis interno</b> <b>Factores</b>	<b>Fortalezas</b>			<b>Debilidades</b>		
	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>B</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>B</b>
<b>Sociales</b>  F. Currículo por competencias y la aplicación de metodología de aprendizaje en la formación integral del alumno.  F. Adecuado Clima Laboral  D. Bajo rendimiento académico de los alumnos  D. Falta de comunicación entre las áreas Académicas-administrativas y el área de Bienestar. Con Excelencia	X  X				X  X	
<b>Político – Legal</b>  D. Ausencia de políticas de incentivo para la gestión de proyectos de extensión académica  F. Existencia de políticas institucionales que favorecen el desarrollo de la investigación científica.	X			X		
<b>Tecnológicos</b>  F. Uso de las nuevas tecnologías de información como apoyo tecnológico para la gestión académica y administrativa  D. Insuficiente infraestructura para áreas académicas	X			X		

<b>Análisis externo</b> <b>Factores</b>	<b>Oportunidades</b>			<b>Amenazas</b>		
	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>B</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>B</b>
<b>Sociales</b> O. La integración de nuevos mercados provinciales, regionales, nacionales a través de programas y especialidades. O. Apertura de nuevos mercados. A. Autorización de funcionamiento de nuevas Universidades en la región. A. Incremento de nuevas modalidades de formación profesional.	X  X			  X	  X	
<b>Político – Legal</b> O. Procesos de acreditación Institucional y por Carreras Universitarias. A. Expedición de normas jurídicas que afectan la inversión privada en la región.	X			X		
<b>Tecnológicos</b> O. Uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación	X					
<b>Económicos</b> A. Efectos de la crisis económica mundial que incide en las familias de los potenciales estudiantes de la UCV				X		

## Estrategias integrales para lograr la calidad de servicio

	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<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>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO - POTENCIALIDADES</b>
<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 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>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>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>

	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<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>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO- DESAFIOS</b>
<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>D7 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>D8 Deficiencias en el uso del sistema de supervisión docente</p> <p>D9 Política remunerativa del mercado universitario superior a la nuestra</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 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-O3 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>

	<b>AMENAZA</b>
	<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>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA - RIESGOS</b>
<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 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-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>

	<b>AMENAZAS</b>
	<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>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DA - LIMITACIONES</b>
<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>D7 Deficiencias en el uso del sistema de supervisión docente</p> <p>D8 Política remunerativa del mercado universitario superior a la nuestra</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 atiendan 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>

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

## **VIII. 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](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/678/1/TL_AlcaldeEnriquezErick_CastanedaOnaJonathan.pdf)

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/2250/108111/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](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](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](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-b4e9-3d993b503a0b%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 2016 Recuperado de:  
[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/673/1/TL\\_Sosa\\_Jaime\\_MariaAlejandra.pdf](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.

Tamayo, M. (2003). El proceso de la Investigación Científica (4ta edición). México.  
Limusa Noriega Editores.

## **ANEXOS**

### CUESTIONARIO N° 1

<b>MEDICIÓN DE 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.</b>				
<b>Instrucciones: Por favor, expresar su conformidad en cada una de las afirmaciones siguientes:</b>				
<b>(TD=Totalmente en desacuerdo)</b>		<b>(I=Indiferente)</b>	<b>(TA=Totalmente de acuerdo)</b>	
		TD	I	TA
01	¿Considera que la empresa tiene metas a largo plazo?			
02	¿Considera que las metas deben ser socializadas con los miembros de la empresa?			
03	¿Considera que la empresa realiza actividades y tareas de forma diaria para lograr sus metas?			
04	¿Considera que la empresa realiza operaciones y procedimientos de forma diaria para lograr sus metas?			
05	¿Considera que la empresa tiene ideales colectivos que guían las acciones de los colaboradores?			
06	¿Considera que la empresa tiene principios colectivos que regulan las acciones de los colaboradores?			
07	¿Considera que la empresa planea estrategias para lograr las metas propuestas?			
08	¿Considera que la empresa realiza acciones para cumplir su misión?			
09	¿Considera que la empresa mide el avance de sus objetivos?			
10	¿Considera que la empresa tiene elementos internos y externos que ejercen presión sobre ella?			
11	¿Considera que la UCV cuenta con equipos modernos?			
12	¿Considera que la UCV cuenta con infraestructura moderna?			
13	¿Considera que las instalaciones de la UCV tienen una buena apariencia?			
14	¿Considera que la UCV cumple con lo que promete con respecto a lo que ofrece?			
15	¿Considera que la UCV soluciona los problemas que se presenta?			
16	¿Considera que el tiempo que usted espera para ser atendido es el apropiado?			
17	¿Considera que la UCV brinda un servicio con cero errores?			
18	¿Considera que el personal que labora en la UCV es puntual?			
19	¿Considera que el personal de la UCV le brinda un servicio rápido?			
20	¿Considera que el personal de la UCV le brinda un trato amable?			
21	¿Considera que el personal de la UCV comprende lo que usted necesita?			



**INFORME DE OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO (TEST)**

**I. DATOS GENERALES.**

Apellidos y Nombres del Experto: MISOTIS CLEMENTINA BAZÁN COLLANTES  
 Institución donde labora: DIRESA - AMAZONAS

**II. INVESTIGADORA.**

- Bc. Rosa Ysabel BAZAN VALQUE

**III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.** Valoración: D = deficiente, R = Regular, B = Bueno.

CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN		
		D (1)	R (2)	B (3)
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado.			✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.		✓	
ORGANIZACIÓN.	Presentan los ítems una organización lógica.			✓
PERTINENCIA.	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.			✓
INTENCIONALIDAD.	Adecuado para evaluar la responsabilidad de los trabajadores			✓
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos y científicos			✓
COHERENCIA	Tiene relación entre dimensiones e indicadores.		✓	
METODOLOGÍA	El Instrumento responde al propósito o de la investigación (En relación a la variable dependiente)			✓
PUNTAJE			4	18

**IV. SUGERENCIA / OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

Aplicar cuestionario

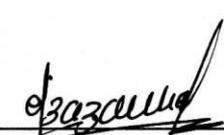
**V. INFORME DE VALIDACIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO.**

El trabajo de investigación titulado: "Propuesta de 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 de Chachapoyas, 2016, que presenta como instrumento el test y el plan estratégico están diseñados de acuerdo al marco teórico y la operacionalización de variables.

En tal sentido doy mi opinión que debe ser aplicada.

Firmó el presente que hace constar la validación de dichos instrumentos para ser aplicados.

Chiclayo, 15 de Mayo del 2016



Nombre: Misotis Clementina Bazán Collantes  
 DNI N°: 18098079

**INFORME DE OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO (TEST)**

**I. DATOS GENERALES.**

Apellidos y Nombres del Experto: TRIGOSO PUERTA, Juanita Mercedes

Institución donde labora: Dirección Regional de Educación - Amazonas

**II. INVESTIGADORA.**

- Bc. Rosa Ysabel BAZAN VALQUE

**III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.** Valoración: D = deficiente, R = Regular, B = Bueno.

CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN		
		D (1)	R (2)	B (3)
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado.			✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.			✓
ORGANIZACIÓN.	Presentan los ítems una organización lógica.			✓
PERTINENCIA.	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.			✓
INTENCIONALIDAD.	Adecuado para evaluar la responsabilidad de los trabajadores			✓
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos y científicos			✓
COHERENCIA	Tiene relación entre dimensiones e indicadores.			✓
METODOLOGÍA	El Instrumento responde al propósito o de la investigación (En relación a la variable dependiente)			✓
PUNTAJE				24

**IV. SUGERENCIA / OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

Aplicar cuestionario.

**V. INFORME DE VALIDACIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO.**

El trabajo de investigación titulado: "Propuesta de 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 de Chachapoyas, 2016, que presenta como instrumento el test y el plan estratégico están diseñados de acuerdo al marco teórico y la operacionalización de variables.

En tal sentido doy mi opinión que debe ser aplicada.

Firmó el presente que hace constar la validación de dichos instrumentos para ser aplicados.

Chiclayo, 15 de Mayo del 2016



Nombre: Juanita Mercedes Trigoso Puerta

DNI N°: 33407050