

"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"

# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA**

(Creada por Ley N° 25265)



## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

### **ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS :**

**"PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO  
EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA"**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**

**PRESENTADO POR :  
Bach. CRISPIN COLINA, Abel Alejandro  
Bach. PARODI CHOCCELAHUA, Heber**

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

**HUANCVELICA - PERÚ**

**2013**



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la Ciudad Universitaria de Paturpampa; Aula Magna de la Facultad de Ciencias Empresariales, a los 14 días del mes de NOVIEMBRE del año 2013 a horas 10.00, se reunieron; el Jurado Calificador, conformado de la siguiente manera:

Presidente: Lic. ADM. ABOG. ANTONIO SURICHADUI MATEO  
 Secretario: EGAD. JUAN WILLIAM PARRA ALFARO  
 Vocal: EGAD. FREDY RIVERA TRUJILLO

Designados con resolución N° 0295-2013-FGE-R-UNH; de la tesis titulado:

PLANEO DE NEGOCIO Y SOCIEDAD DEL SECTOR EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNH

Cuyo autor es el (los) graduado (s):

BACHILLER(S): ABEL ALEXANDER CRISPIN CAUANO  
HERNAN PARRA CHOCOLA WITUP

A fin de proceder con la evaluación y calificación de la sustentación de la tesis. Antes citada.

Finalizado la evaluación; se invito al público presente y al sustentante abandonar el recinto; y, luego de una amplia deliberación por parte del jurado, se llegó al siguiente el resultado:

**APROBADO**  **POR UNANIMIDAD.**

**DESAPROBADO**

En conformidad a lo actuado firmamos al pie.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA  
SECRETARIA GENERAL

CERTIFICO: QUE EL PRESENTE DOCUMENTO  
ES COPIA FIEL DE SU ORIGINAL

Sr. Mauro E. Casas Romero  
TERCER FEDATARIO  
Res. N° 0309 - 2015-R-UNH.

14 AGO 2015

Secretario

Presidente

Vocal



### ACTO DE SUSTENTACION DE TESIS

EN LA CIUDAD DE HUANCABALLA A LOS 14 DIOS DEL MES DE NOVIEMBRE A HORAS 10.00 AM REUNIDOS EN LA CIUDAD DE POTURCHAMP EN LOS PARIENTES DEL AVDA. MAGDALENA DE LA FRONTERA DE UNAS EMPRESARIAS SE REUNIERON LOS MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR VOLANTES:

- |                                         |            |
|-----------------------------------------|------------|
| Lic. ADM. ADDO ANTONIO SURICHOCUM MATEO | PRESIDENTE |
| ELON. JUAN WILSON RODAS ALFARO          | SECRETARIO |
| Mg. ECON. FREDY RIVERA TRUCLOS          | YOQUEL     |

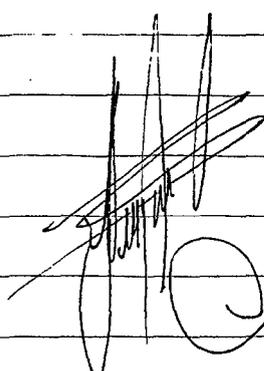
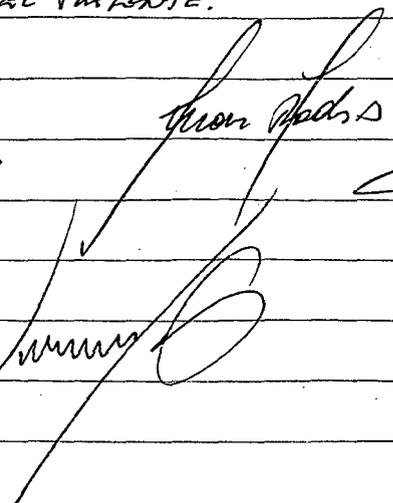
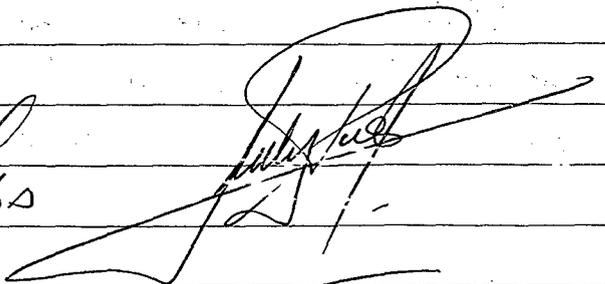
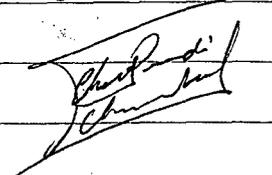
NOMBRADOS CONFORME A LA RESOLUCION N° 0295-2013-FCG-R-UNH CON LA FINANCIA DE EVALUAR Y CALIFICAR LA SUSTENTACION DE TESIS PARA OBTOR EL TITULO PROFESIONAL DE LIC. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LOS BACHILLERES: ABEL ALEJANDRO CRISPIN COLAND Y HEBER PORODI CHOCCELLOHUO DE LA TESIS "PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA INDUSTRIA DE UNAS EMPRESARIAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABALLA" EL CUAL FUE DECLARADO APTO PARA LA SUSTENTACION CON RESOLUCION N° 0462-2013-FCG-R-UNH EL CUAL SE FIJO LA RECHA Y HORA PARA LA SUSTENTACION.

ESTANDO PRESENTE LOS MIEMBROS DEL JURADO EN PERSONA Y LOS BACHILLERES (SUSTENTANTES) SE DIO INICIO A LA SUSTENTACION, OTORGANDO 30' PARA EL RESPONDO DE LA SUSTENTACION.

HABIENDO CUMPLIDO LOS PRIMEROS PASES SE PROCEDE A LA FORMULACION DE PREGUNTAS POR LOS MIEMBROS DEL JURADO. CUMPLIDO ESTOS PASES, EL PRESIDENTE INVITA AL PUBLICO PRESENTE Y A LOS SUSTENTANTES A RETIRARSE DEL RECINTO PARA PROCEDER A DECIBERAR.

DEPO DE HOPER DECIBERADO, EL PRESIDENTE HIZO LAS PREGUNTAS DE ORDEN LLEGANDO DESPUES DE HOPER DECIBERADO SE TOMO LA DECISION DE APROBADO POR UNANIMIDAD SE PLEO POR TERMINADO LA SUSTENTACION DE TESIS SIENDO LAS 11.45 AM DEL MISMO DIA. SE DIO POR CONCLUIDO EL ACTO.

FORMA DE PLZ DEL PATENTE.

A MIS PADRES.

**Abel.**

A MI MADRE Y MI PADRE.

**Heber.**

77

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos infinitamente a todas las personas que de alguna u otra manera nos han apoyado y alentado para continuar realizando el presente trabajo, a pesar de las circunstancias adversas.

A nuestro por su paciencia y apoyo incondicional. Por ser persistente, acompañarnos constantemente en todo el proceso de realización del trabajo y enriquecernos tanto académica y personalmente.

Al personal docente, administrativo y estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Un especial agradecimiento a nuestros padres, hermanos y a todos mis seres queridos que estuvieron siempre a nuestro lado, motivándonos para continuar en el camino y cumplir nuestros objetivos.

71

## ÍNDICE

Carátula	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Índice	
Resumen	
Introducción	

### CAPÍTULO I

#### PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema .....	09
1.2. Formulación del problema .....	11
1.3. Objetivos.....	11
1.3.1. Objetivo general.....	11
1.3.2. Objetivos específicos .....	12
1.4. Justificación del estudio .....	12

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.....	14
2.1.1. A nivel internacional .....	14
2.1.2. A nivel nacional.....	15
2.2. Bases teóricas .....	16
2.2.1. EL Planeamiento Estratégico .....	16
2.2.2. Calidad de Servicio .....	23
2.2.3. La Facultad de Ciencias Empresariales .....	33
2.3. Hipótesis.....	34
2.3.1. Hipótesis alterna .....	34
2.3.2. Hipótesis nula .....	34
2.4. Variables de estudio .....	35
2.4.1. Operacionalización de variables e indicadores.....	35
2.5. Definición de términos .....	35

75

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Ámbito de estudio ..... 38  
3.2. Tipo de investigación ..... 38  
3.3. Nivel de Investigación ..... 38  
3.4. Método de investigación ..... 39  
    3.4.1. Método general ..... 39  
    3.4.2. Método específico ..... 39  
3.5. Diseño de la investigación ..... 39  
3.6. Población, muestra, muestreo ..... 39  
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos ..... 41  
3.8. Procedimiento de recolección de datos ..... 41  
3.9. Técnicas de procesamiento y análisis de datos ..... 41

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS DE RESULTADOS**

4.1. Presentación de resultados ..... 44  
    4.1.1. Resultados del Planeamiento Estratégico y la calidad de servicios en la Facultad  
        de Ciencias Empresariales ..... 44  
    4.1.3. Prueba de significancia estadística de la Hipótesis ..... 55

**CONCLUSIONES.**

**SUGERENCIAS.**

**REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.**

**ANEXOS.**

- Matriz de Consistencia.
- Instrumento de medición.

74

## RESUMEN

En la investigación titulada "PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA" se tiene como objetivo: Determinar de qué manera el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

La hipótesis general fue: El planeamiento estratégico influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

En cuanto a la metodología, la investigación es de tipo aplicada, el nivel de investigación es el explicativo, el diseño utilizado es el diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, como método general se ha utilizado el método científico y como métodos específicos se han utilizado el método analítico sintético, la observación; asimismo la población fue conformada por los miembros de la Facultad de Ciencias Empresariales, de los cuales se trabajó con una muestra de 258 casos.

Para la contrastación de la hipótesis de investigación se ha utilizado el modelo de distribución no paramétrico de independencia Chi Cuadrado con un margen de error de tipo I de 5%. La evidencia obtenida por las mediciones a través del instrumento de medición dio evidencia a favor de la hipótesis de investigación, es así que el resultado fue *El planeamiento estratégico influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica con un 95% de confianza.*

Otra de las conclusiones obtenidas está referida Se ha identificado que en el 61,1% la efectividad del Planeamiento Estratégico es mala, en el 32,1% de los casos el nivel del Planeamiento Estratégico es regular y en el 6,8% es bueno. Además se ha identificado que en el 65,6% es mala la Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales, el 27,1% de los casos es regular y en el 7,2% de los casos es buena.

**Los autores.**

73

## INTRODUCCIÓN

**SEÑOR PRESIDENTE,**

**SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR:**

El presente trabajo de investigación titulado "EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDA LA FACULTAD DE CIENCIAS DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA"; con el cual aspiramos obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Las razones que nos impulsaron a tratar sobre el tema en mención se sustentan en las dificultades que se presentan en cuanto a la Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales por parte de los docentes, alumnos y personal administrativo. Creemos que existe una relación entre el Planeamiento Estratégico y la Calidad de Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales; por lo pretendimos comprobarla. El problema planteado es: ¿De qué manera el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica?

El objetivo general es determinar de qué manera el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

El estudio corresponde al tipo de investigación aplicada, se guio con el método científico, además los planteamientos teóricos se encuentran temas referidos al Planeamiento Estratégico y la Calidad de Servicios. Considerando que la Calidad de Servicio tiene mucho que ver con el Planeamiento Estratégico.

El presente informe de investigación, por su carácter amplio y complejo, se estructuro de la siguiente manera:

El primer capítulo se refiere al planteamiento del estudio, formulación del problema, objetivos, justificación del estudio y limitaciones del estudio.

Jr

El segundo capítulo contiene los antecedentes del estudio y la fundamentación teórica del trabajo de investigación, donde se abarca los siguientes temas: Planeamiento Estratégico, Calidad de Servicio; definición de términos básicos. También podemos encontrar la hipótesis, las variables y la definición operacional de las variables.

El tercer capítulo corresponde al aspecto metodológico, abarca el ámbito de estudio, tipo, nivel y diseño de investigación; además del método de investigación, la población y muestra de estudio y las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados de la investigación, en el que se incluye la discusión de los resultados a la luz de los antecedentes y las bases teóricas. Finalmente se exponen, conclusiones sugerencias y anexos.

Esperamos que el presente trabajo de investigación contribuya a la mejora de la Facultad de Ciencias Empresariales.

**Los Autores.**

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA**

#### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Planeamiento Estratégico aplicado en las universidades, permite relacionar los problemas y necesidades de los usuarios con el potencial humano, los recursos económicos, logísticos, tecnológicos e información disponibles, de tal manera que sea posible determinar prioridades, establecer objetivos, considerar alternativas reales de acción y conducir el proceso a la resolución de los problemas encontrados a nivel administrativo y académico.

Todos estos pasos se ubican en un escenario con las características que tiene la dinámica cambiante, competitiva y expuesta a factores externos, así como también a factores internos de la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, en los cuales interactúan los diferentes componentes de la comunidad y los integrantes del equipo de gestión, a los cuales denominamos actores sociales, quienes participan e interactúan planificando, ejecutando, evaluando acciones de acuerdo al plan estratégico de la Universidad, el cual busca solucionar los problemas detectados, anticipándose a los hechos y tendencias (acción proactiva) a fin de mejorar las condiciones de la calidad del servicio del usuario demandante.

La gestión en la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en los últimos años implica unas características diferentes a los años de inicio de su funcionamiento, toda vez que hoy esta institución se concibe como

20

organización prestadora de Servicios de Educación Superior en disposición permanente de atender a cabalidad las expectativas y demandas de los usuarios; así mismo dispuesta a funcionar en un mundo de competencia a base de la calidad. Esta competencia, deben establecerla sobre los pilares de: planeación, organización, satisfacción del usuario, presupuesto, evaluación de gestión, disposición de permanente retroalimentación y ética.

El modelo de una Facultad de Ciencias empresariales de las universidades de hoy y del futuro debe adoptar como punto de partida la calidad total en la gestión, sin la cual desaparecería a corto plazo; sin duda ante la evolución de los sistemas de enseñanza y aprendizaje de todos los países y la necesidad de garantizar la educación como una meta al iniciarse el presente siglo, la Universidad Nacional de Huancavelica ya constituida debe ajustar su organización de acuerdo a parámetros establecidos en la Ley de acreditación N° 28740 en sus artículos 7 y 8 establece que las universidades debe ser realmente competitivas; las futuras carreras que van crearse dentro de la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales encuentra servida la oportunidad de acomodarse a las exigencias del momento, para las cuales se han ideado las técnicas y metodología que adaptadas a cada situación, le garantizan una educación que responda realmente a los requerimientos del usuario.

Las instituciones educativas de nivel superior como prestadoras de servicios de alta relevancia social, deben estar atentas al desarrollo científico y tecnológico, no solo para las adaptaciones temporales, fruto de circunstancias favorables, sino principalmente para acciones gerenciales estratégicas de gran alcance. Es necesaria la capacitación permanente del personal docente y administrativo para innovar y usar el máximo de conocimientos existentes en la mejora de la eficiencia y la eficacia en la prestación de servicios en educación superior.

El servicio en la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, cuenta con docentes en las categorías de principal, asociado, auxiliares y jefes de práctica en condiciones de nombrados y contratados, y con personal administrativo en las categorías de profesional, técnicos y auxiliares en condiciones de nombrados y contratados. No obstante, el servicio que brinda es deficiente no acorde a sus necesidades para el cumplimiento de sus objetivos.

Por otro lado falta equipar los laboratorios, bibliotecas, centros de cómputo, centros experimentales, etc.; de igual manera no se da facilidades para la capacitación docente y personal administrativo para mejorar la calidad del servicio (Memoria Anual de la UNH 2006).

En la presente investigación se conocerá como el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio en la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿De qué manera el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿De qué manera las fortalezas y debilidades internas influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales?
- ¿De qué manera las oportunidades y amenazas externas, influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales?
- ¿De qué manera la satisfacción del usuario influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales?
- ¿De qué manera la mejora continua influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales?
- ¿De qué manera la capacitación constante influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar de qué manera el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

### 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar de qué manera las fortalezas y debilidades internas influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.
- Determinar de qué manera las oportunidades y amenazas externas influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.
- Determinar de qué manera la satisfacción del usuario influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.
- Determinar de qué manera la mejora continua influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.
- Determinar de qué manera la capacitación constante influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.

### 1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La ejecución del presente trabajo de investigación es de gran importancia debido a que los resultados logrados contribuirán al conocimiento de los factores predominantes que intervienen en la gestión académica, administrativa y la atención del público en general.

Esta información constituirá un punto de partida para generar alternativas de solución por parte de las altas autoridades de la FCE - UNH., quienes deben tomar conciencia sobre los problemas relacionados a la institución.

El tema a investigar será de actualidad y requerirá de una solución inmediata, ya que estos casos se presentan cada día con más frecuencia en la FCE.

Cabe señalar que la presente investigación será viable ya que se cuenta con los recursos necesarios, así como el acceso directo a la información.

La propuesta estratégica para mejorar la calidad del servicio en la Facultad de Ciencias de Ingeniería, busca plantear alternativas factibles de alcanzar proponiendo el empleo del planeamiento estratégico.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES**

##### **2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL**

SANCHEZ SOZA, Alma (2009). PROPUESTA METODOLÓGICA DE UN PLÁN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA MYPYMES. Tesis de Maestría en el Instituto Politécnico Nacional. Esta investigación es exploratoria y descriptiva, y se llevó a cabo con el propósito de elaborar una propuesta metodológica a una comercializadora de servicios de limpieza, restauración, protección y mantenimiento a construcciones de alto valor arquitectónico, histórico, arqueológico y artístico, que estuviera conformada por elementos que le proporcionen a dicha empresa sujeto de este estudio, la oportunidad de incrementar sus utilidades y posicionarse en el mercado, con el fin de solucionar la problemática que manifestó que es mantenerse solamente en un nivel estable de ventas y no decrecer, así como la ausencia de posicionamiento. Se efectuó una entrevista a profundidad con el Director de la empresa, que se conformó con base en la operacionalización de las variables determinadas. A partir de los resultados obtenidos se diseñó la propuesta que persigue principalmente mejorar la situación actual de la empresa mencionada y brindarle la oportunidad de implementar un plan estratégico de marketing que la posicione a corto, mediano y largo plazo exitosamente dentro del mercado.

GARCIA GONZALES, María (2007). PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA UNPARQUE ECOTURÍSTICO. Tesis de Maestría. En el estudio, uno de los fenómenos más graves que afectan a la humanidad en la actualidad, es la contaminación y en este tenor, la actividad turística se vé afectada por el constante deterioro de ríos, lagos, playas y demás recursos naturales; por lo anterior, se ha adoptado la estrategia del turismo sostenible. La presente investigación surge por la inquietud de estructurar un plan estratégico que permita fortalecer la eficiencia y eficacia en el servicio al cliente de un parque ecoturístico, en un contexto ambiental turístico cambiante. Este es un estudio exploratorio y descriptivo. Se efectuó un diagnóstico en el que se utilizaron tres instrumentos validados por la Secretaría de Turismo, aplicados a diferentes niveles jerárquicos de la empresa (accionistas, directivos y operativos). Los principales hallazgos del diagnóstico fueron: la oferta y demanda del producto turístico, la atraktividad y el potencial turístico, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Parque Ecoturístico Chinampero Cuemanco (PECCU). Una vez realizado el análisis se diseño la estrategia de diferenciación, aspecto que rige la estructuración del plan y ponderación de cada elemento integrante del mismo.

#### **2.1.2. A NIVEL NACIONAL**

- BECERRA MARSANO, Ana María (2011). PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA. En el estudio se destaca el hecho de que las MYPEs conforman un bloque fundamental en la economía nacional, la misma que sin embargo carece de un manejo gerencial, que se evidencia en el desconocimiento sobre herramientas administrativas que caracteriza a la gran mayoría de los involucrados en el desarrollo de estas organizaciones; así pues el Planeamiento Estratégico resulta fundamental para una organización, independientemente del tamaño que esta tenga. Así pues el autor concluye que la estrategia es primordial para las empresas, pero en nuestro país la mayoría de ellas se desarrollan sin tomar en cuenta este aspecto, lo que en gran parte de los casos conduce a una falta de rumbo y dirección, pues no se tienen objetivos ni estrategias claramente definidos.

- CARBAJAL RAMOS, Diego (2005). EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO DEL SECTOR TURISMO EN EL PERÚ. Tesis de Licenciatura. En el estudio, llega a la conclusión de que el Planeamiento Estratégico (PE) apareció en 1954 en los trabajos Mintzberg. Ha sido desarrollado a profundidad en los años 1970 – 1990 con el Análisis Foda. El Planeamiento Estratégico no es ya la proyección del pasado de la firma sino el análisis de los competidores, estudio del entorno, evaluación de las fortalezas y debilidades e identificar las oportunidades de la firma o País. Además La principal ventaja competitiva del Perú en materia de Turismo fue el turismo clásico – Arqueológico y lo sigue siendo, no obstante, se registra el Turismo Arqueológico unido al Turismo Amazónico y Turismo de Aventura. Los Segmentos “A Jóvenes” gravitan decididamente hacia el Turismo Ecológico y el Turismo de Aventura. Los tres tipos de turismo existen afortunadamente a lo largo de la Geografía Nacional.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**

La planeación abarca la definición de las metas de una organización, el establecimiento de una estrategia general para lograr esas metas y el desarrollo de una jerarquía amplia de los planes para integrar y coordinar las actividades. Se relaciona, por lo tanto, con los fines (Qué debe hacerse) así como también con los medios (Cómo debe hacerse).

La planeación; se puede definir con mayor profundidad en términos de si es informal o formal. Todos los gerentes se entregan a la planeación, pero podría ser sólo en su variedad informal. Por ejemplo, cuando se preguntó al dueño y gerente de una empresa fabricante de puertas si había hecho planeación o no, contestó: "Sí, tengo una visión aproximada en mi mente de hacia dónde vamos". Este es un ejemplo de planeación informal.

Los factores primarios que diferencia la planeación formal de la informal son la cantidad de documentación escrita y un marco temporal de varios años. Por lo general los planes formales van por escrito y cubren cuando menos tres años en el futuro.

La estrategia se define como un plan amplio y general de desarrollo para alcanzar objetivos a largo plazo. La estrategia de la organización puede, y por lo general lo hace, centrarse en muchas áreas diferentes de la organización, como mercadeo, finanzas, producción, desarrollo e investigación, y relaciones públicas. Le da una amplia dirección a la organización.

La estrategia es, en realidad, el resultado de la planeación estratégica. Aunque las organizaciones más grandes tienden a ser más precisas en el desarrollo de su estrategia organizacional que las pequeñas, toda organización debe tener una estrategia de alguna índole. Para que una estrategia valga la pena, debe ser consistente con los objetivos de la organización, que, a su vez, deben ser consistentes con el propósito de la organización.

Casi todas las empresas de negocios practican en la actualidad la planeación estratégica, aunque el grado de sofisticación y formalidad con que lo hacen varía considerablemente. En términos conceptuales la planeación estratégica es engañosamente simple: analizar la situación presente y la que se espera a futuro, determinar la dirección de la empresa y desarrollar medios para el cumplimiento de la misión. Pero en realidad se trata de un proceso sumamente complejo que demanda un método sistemático para la identificación y análisis de los factores externos a la organización y su adecuación a las capacidades de la empresa.

Si los gerentes quieren ser planeadores estratégicos de éxito deben comprender los fundamentos de la planeación estratégica y como formular planes estratégicos.

La planeación estratégica es una planeación de largo alcance que se centra en la organización como un todo. Para hacer planeación estratégica, los administradores consideran la organización como una unidad total y se preguntan qué se tiene que hacer a largo plazo para cumplir los objetivos de la organización. El largo alcance se define como un periodo que se extiende de tres a cinco años en el futuro. Por tanto, en la planeación estratégica los gerentes tratan de determinar lo que sus organizaciones deben hacer para tener éxito entre tres y cinco años desde ahora. Los gerentes de

mayor éxito serán aquellos capaces de alentar un pensamiento estratégico innovador dentro de su organización.

Los gerentes tienen dificultad para decir exactamente cuán lejos en el futuro debe extenderse un plan estratégico. Como regla general, ellos siguen de compromiso, que afirma que los gerentes deben comprometer fondos para planeación solo si puede anticiparse en el futuro cercano una recuperación de los gastos de planeación. En realidad, los costos de planeación constituyen una inversión, y, por lo tanto, no se debe de incurrir en ellos, a menos que se anticipe una razonable recuperación sobre esa inversión.

Antes de la década de los setenta, los gerentes que hacían planes a largo plazo generalmente daban por sentado que les esperaban tiempos mejores. Los planes para el futuro simplemente eran extensiones de lo que la organización había realizado en el pasado. Sin embargo, los impactos del entorno durante las décadas de los setenta y ochenta, como la crisis de energéticos, la desregulación de muchas industrias, el acelerado cambio tecnológico y la creciente competencia global, minaron este enfoque de la planificación a largo plazo. Estos cambios en las "reglas de juego" obligaron a los gerentes a desarrollar un enfoque sistémico para analizar el entorno, evaluar las fortalezas y debilidades de su organización que podría tener una ventaja competitiva. El valor de pensar en términos estratégicos empezó a ser conocido.

Una quinta perspectiva sobre el trabajo del administrador es la de la administración estratégica. La dirección general tiene que coordinar las actividades de las diferentes áreas funcionales y adaptar la organización al entorno externo que existirá en el futuro. Un marco que sirve para entender el trabajo de la dirección general, que incluye a los directores de la división de una empresa es el de la administración estratégica.

Uno de los conceptos más útiles para entender la administración estratégica es el de los sistemas, que son combinaciones integradas de partes. El concepto de sistema da un marco o forma de pensar que destaca la naturaleza integrativa de la administración estratégica que cuenta con los siguientes elementos: La estructura organizacional; los sistemas de recursos humanos; el sistema de planeación y

distribución de recursos; los sistemas de información y administración del desempeño; la cultura y los procesos políticos (Certo, 2001).

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

Ha de destacarse que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las instituciones educativas.

También es importante señalar que la organización debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va regir la organización, la misión es fundamental, ya que esta representa las funciones operativas que va ha ejecutar en el mercado y va ha suministrar a los usuarios.

Cuando Aníbal planeaba conquistar Roma se inició con la definición de la misión de su reino, luego formuló las estrategias, analizó los factores del medio ambiente y los comparó y combinó con sus propios recursos para determinar las tácticas, proyectos y pasos a seguir. Esto representa el proceso de Planificación Estratégica que se aplica hoy en día en cualquier organización.

Ansoff (2001) identifica la aparición de la Planificación Estratégica con la década de 1960 y la asocia a los cambios en los impulsos y capacidades estratégicas. Para otros autores, la Planificación Estratégica como sistema de gerencia emerge formalmente en los años setenta, como resultados natural de la evolución del concepto de Planificación: Según su filosofía Taylor manifestaba que el papel esencial del "management" exigía la planificación de las tareas que los empleados realizarían, el gerente pensada el qué, cómo y cuándo ejecutar las tareas y el trabajador hacía.

Esto originó un cambio estructural hacia la multidivisional.

La investigación y el desarrollo cobran mayor importancia; el lapso de tiempo entre la inversión de un bien y su introducción al mercado se reduce cada vez más y el ciclo de vida de los productos se acorta; la velocidad de los procesos causas, por una mayor competencia.

La Planificación Estratégica la cual constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis en el "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias), con la Planificación Estratégica se busca concentrarse en sólo, aquellos objetivos factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Hace falta impulsar el desarrollo cultural, esto significa que todas las personas relacionadas con la organización se desarrollen en su saber, en sus expectativas, en sus necesidades, y en sus formas de relacionarse y de enfrentar al mundo presente y futuro, esencialmente dinámico.

En la década de los sesenta, el término planeación a largo plazo "se usó para describir el sistema.

El proceso de Planificación Estratégica se comenzó a experimentar a mediados de los años setenta.

Se consideran cuatro puntos de vista en la planeación estratégica:

\* *Primero*, la planeación trata con el porvenir de las decisiones actuales. Esto significa que la planeación estratégica observa la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionada con una decisión real o intencionada que tomará el director. La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

\* *Segundo*, la planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacerse, cuándo y cómo debe realizarse, quién lo llevará a cabo, y qué se hará con los resultados. La planeación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida con base en una realidad entendida.

\* *Tercero*, la planeación estratégica es una actitud, una forma de vida; requiere de dedicación para actuar con base en la observación del futuro, y una determinación para planear contante y sistemáticamente como una parte integral de la dirección. Además, representa un proceso mental, un ejercicio intelectual, más que una serie de procesos, procedimientos, estructuras o técnicas prescritos.

Para formula un plan estratégico se requiere:

- a. Analizar las clientelas organizacionales para determinar su importancia, valores, aspiraciones y preferencias.
- b. Analizar, supervisar, pronosticar y evaluar el entorno externo.
- c. Análisis de recursos, competencias clave y ventajas competitivas a fin de determinar las fuerzas y debilidades de la organización.
- d. Formulación de planes estratégicos alternativos y selección del que sea más adecuado a la luz de lo que es factible y deseable.
- e. Determinar los ajustes necesarios a la estructura organizacional, los sistemas de información, los recursos humanos y la cultura necesaria para implantar el plan estratégico.
- f. Preparación de proyectos, programas de acción específicos presupuestos operativos y de capital.
- g. Supervisión, evaluación y administración del desempeño.

99

Thierauf y Geeding ( 1983) nos indican lo siguiente:

Cuando se compara la planeación estratégico con la planificación a largo plazo se descubre varias diferencias importantes. La planeación estratégico tiende a tratar un aspecto de la empresa cada vez. En cambio la planificación a largo plazo considera la organización en su conjunto. La planeación estratégica al centrarse a un aspecto del negocio cada vez, tiende a ser menos estructurada que la planificación a largo plazo.

La esencia de cualquier esfuerzo de planeación estratégica es conocida como análisis FODA, es lo que nos manifiesta Robbins ( 1998): requiere que los gerentes evalúen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a fin de identificar un nicho que la organización pueda explotar. Debido a que el ambiente de una organización define en gran medida las opciones de la administración, una estrategia exitosa será aquella que se alinee bien con el ambiente

Koontz y Heinz (1998) también nos hablan sobre la evaluación y elección de estrategias:

" Las diversas estrategias deben evaluarse cuidadosamente antes de hacer una elección. Las decisiones estratégicas deben considerarse de acuerdo con los riesgos implicados. En ocasiones es necesario dejar pasar redituales oportunidades de alto riesgo que podrían resultar en la quiebra de la empresa. Otro elemento crucial en la elección de estrategias es la oportunidad. Incluso el mejor producto podría representar un fracaso si se le introduce al mercado en un momento inapropiado. Asimismo, también deben tomarse en cuenta la reacción de los competidores".

Steiner ( 2000 ), nos dice que los ejecutivos que se oponen a la planeación estratégica indican varias razones apoyando a su antipatía, algunas de las cuales son:

- No tengo suficiente tiempo para realizar mi trabajo diario, así que ¿cómo puede dedicar tiempo a elaborar planes para el futuro?
- No entiendo qué es lo que hay que hacer.
- La planeación a largo plazo es demasiado complicado.

58

- No podemos pronosticar en forma exacta seis meses en adelante y menos aún cinco años, así que ¿cómo podemos planear un futuro lejano?
- ¿Por qué deberíamos aplicarla?. Mi división está progresando bien.
- Representa demasiado papeleo.
- Lo que necesito más que la planeación a largo plazo para asegurar mis utilidades futuras es un mejor control sobre costos y productividad laboral.

Varios directivos que expresan tales objeciones probablemente creen lo que dice. Sin embargo, para la mayoría de ellos, éstos representan inconveniencias superficiales que se basan en sentimientos en contra de la planeación mucho más profundos.

### **2.2.2. CALIDAD DEL SERVICIO**

Dada la crisis por la que han venido pasando muchos países del tercer mundo, entre otros el nuestro, parece que, cada vez con más frecuencia, la alta dirección de las empresas se hace estas dos preguntas: ¿hacia dónde y cómo debo dirigir la empresa?, ¿qué cambios debería hacer con respecto al pasado?

Estos cuestionamientos también se formulan en los niveles que se reportan a esa alta dirección, en particular en empresas que afrontan problemas de calidad productividad, competitividad.

El concepto de calidad orienta a la satisfacción total del cliente, junto con costos razonables de calidad, debe ser establecido como una de las principales metas de planeación del producto y del negocio y de su implementación, además como medida de desempeño de las funciones de mercadotecnia, ciencias empresariales, producción, relaciones industriales y servicios de la compañía.

La calidad es el factor básico de decisión del cliente para un número de productos y servicios que hoy crece en forma explosiva.

La calidad ha llegado a ser la fuerza más importante y única que lleva al éxito organizacional y al crecimiento de la compañía en mercados nacionales e internacionales.

87

La calidad es un criterio que pueden elegir los negocios y los usuarios por igual. Ya sea si la empresa los denomina Gestión de Calidad Total (TQM), Control de Calidad Total (TQC) o de alguna otra forma, todos los programas de este tipo apuntan a mejorar los procesos operativos, productos y servicios. Sin embargo, la calidad puede ser algo muy subjetivo.

Ahí es donde se aplica ISO 9000. El término se refiere a una serie de normas universales que define un sistema de "Garantía de Calidad" desarrollado por la Organización Internacional de Normalización (ISO) y adoptado por 90 países en todo el mundo. ISO está compuesta por representantes de normas nacionales de más de 100 países. Su objetivo es promover el intercambio de productos y servicios en todo el mundo y fomentar la cooperación mundial en las áreas intelectual, científica, tecnológica y económica.

Para obtener la certificación ISO 9000, una empresa debe cumplir con ciertas normas de garantía de calidad en sus operaciones, conforme a lo certificado por un organismo de certificación externo. El sistema de garantía de calidad, no el producto ni el servicio en sí, logra la certificación. Una certificación ISO 9000 indica a los clientes que esta empresa ha implementado un sistema para garantizar que cualquier producto o servicio que venda cumplirá constantemente con las normas internacionales de calidad.

Las empresas que obtienen la certificación ISO 9000 generalmente se benefician con menos reclamos de clientes, menos costos operativos y una mayor demanda por sus productos o servicios. Aunque las industrias manufactureras se concentraron primero en la garantía de calidad, la norma ISO 9001 no excluye industrias o sectores económicos específicos. Su decisión de tratar de obtener o no la certificación dependerá más de lo que esperan sus clientes o requiere el mercado. Por ejemplo, algunas empresas no compran piezas ni productos a fabricantes que no cuenten con la certificación ISO 9000.

Al respecto Deming (1998) Establece el siguiente planteamiento: Cuando se mejora la calidad se logra: Los costos disminuyen debido a menos retrocesos. Menor

SG

número de errores, menos demora y obstáculos, mejor utilización de las maquinas, del tiempo y de los materiales.

Crear en el propósito de mejora del producto y servicio, con el plan para hacer competitivos y permanecer en el campo de los negocios.

Adoptar una nueva filosofía, eliminar los niveles comúnmente aceptado de demoras, errores, productos defectuosos.

Suspender la dependencia de la inspección masiva, se requiere evidencia estadística de que el producto se hace con calidad.

Eliminar la práctica de hacer negocio sobre la base del precio de venta, en vez de esto, mejore la calidad por medio del precio, es decir minimice el precio total.

Buscar áreas de oportunidad de manera constante para que se puedan mejorar los sistemas de trabajo de manera permanente.

Instituir métodos modernos de entrenamiento en el trabajo.

Instituir una supervisión para que fomente el trabajo en equipo con el objeto de mejorar la calidad lo cual automáticamente mejore la productividad.

Eliminar el temor, de modo que todos puedan trabajar efectivamente para una empresa.

Romper barreras entre los departamentos. Debe existir comunicación entre todos los integrantes de la empresa, ya que todos tienen un objetivo común.

Eliminar eslogan y metas enfocadas a implementar la productividad sin proveer métodos.

Eliminar estándares de trabajo que prescriben cuotas numéricas ya que si la principal meta es la calidad, la calidad se va a ver afectada.

Crear una estructura en la alta dirección que impulse directamente los 13 puntos anteriores.

Para Juran (2002) la planificación de la calidad consiste en desarrollar los productos y procesos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.

El primer paso para planear la calidad es identificar quienes son los clientes.

Para identificar a los clientes hay que seguir el producto para ver sobre quienes repercute.

Para comprender las necesidades de los clientes, debemos ir más allá de las necesidades manifestadas y descubrir las no manifestadas.

Las percepciones de los clientes pueden parecernos irreales, pero para los clientes son una realidad y por lo tanto tenemos que tomarlas en serio.

La precisión en asuntos de calidad exige que lo digamos con números.

Antes de planificar el proceso, deberán ser revisados los objetivos por las personas involucradas.

El objetivo óptimo de la calidad tiene que satisfacer las necesidades de los clientes y proveedores por igual.

La calidad de una empresa empieza por la planeación de la misma.

Muchas empresas tienen que hacer frente a graves pérdidas y desechos, deficiencias del proceso de planeación.

Para Crosby (2005) cumplir con los requisitos: Prevención, cero defectos y precio de incumplimiento.

Etapas en el proceso de mejoramiento de la calidad: Compromiso en la dirección, equipos de mejoramiento de la calidad y medición de la calidad, evaluación del costo

SA

de la calidad, concientización de la calidad, equipos de acción correctiva, comités de acción, capacitación, día cero defecto, establecimiento de metas, eliminación de la causa de error, reconocimiento, consejo de calidad y repetir el proceso de mejoramiento de calidad.

Tagushi (1999) propone la palanca de calidad. Solo en la etapa de diseño de un producto podemos tomar medidas contra la variabilidad causada por agentes internos, externos y por imperfecciones de manufactura (ruido).

La palanca de la calidad, diseño del producto, diseño del proceso, producción y mejoras del servicio.

Laboucheix (1994), señala los principios que fundamenta la calidad:

- En primer lugar, la calidad no se deriva sólo del criterio técnico ni se refiere a la primacía de un solo servicio a la sociedad.
- En segundo lugar, para que todos los miembros de la empresa perciban como algo que les compete, la calidad debe incorporar simultáneamente el trabajo individual y el de los equipos en el seno de los diferentes servicios.
- En tercer lugar, el acento puesto en la mejora de la calidad debe referirse igualmente a la venta y al marketing, al desarrollo de la concepción de los productos, a la fabricación y, particularmente, a los servicios.
- En cuarto lugar, en el desencadenamiento de este proceso la calidad debe percibirse en función de los deseos y las necesidades del cliente para satisfacer sus exigencias y no en función de aquello que la empresa requiere para responder a sus propios imperativos de venta y eficacia de producción.
- En quinto lugar, la calidad y el costo constituyen una suma y no una diferencia.
- En sexto lugar, todo el proceso descrito se mantiene cuando la empresa ha establecido en su propia organización, una política clara de gestión de la calidad orientada hacia el cliente.

Kast y Rosenzweig ( 1988 ) nos manifiestan que:

La cuestión de la productividad es más compleja que el número de unidades producidas por la hora de trabajo. Incluye elementos de calidad, ya sea que nos estemos refiriendo a productos manufacturados o a un servicio, como el cuidado para la salud o la atención bancaria. Un aumento en la productividad no consiste en tener mayor cantidad de menor calidad. Podría ser un aumento en la productividad tener el mismo volumen con mayor calidad. Frecuentemente estamos interesados en lograr mayor calidad de un servicio gubernamental a cambio de una cantidad dada de recursos (impuestos). El concepto claves el valor agregado durante el proceso de transformación. ¿qué tanto valor es creado por gente que combina recursos y sus propios esfuerzos para producir un producto o servicio?.

La calidad de los resultados generalmente depende más de factores humanos que de la cantidad de producción. Por ejemplo, el número de automóviles producidos por una planta podría estar en función de la velocidad de la línea de ensamblaje. sin embargo, la calidad de cada automóvil que sale de la línea final depende más del compromiso de los trabajadores para ser cuidadosos y precisos en el cumplimiento de sus funciones. Por tanto, existe una relación estrecha entre la productividad y la calidad de los productos o servicios.

Durante muchos años Estados Unidos fue reconocido por su avanzada tecnología y por la alta calidad de sus productos y servicios. Sus aviones, automóviles, computadoras, equipos electrónicos, y muchos otros productos eran reconocidos como líderes en calidad. Muchos servicios tales como el cuidado de la salud, educación, teléfonos y transporte eran insuperables. Sin embargo en las últimas décadas esta reputación de gran calidad a perdido brillo. No es tanto que la calidad de productos y servicios estadounidenses haya descendido; hay firmes evidencias de que la mayoría de los casos ha seguido mejorando. Ciertamente, la calidad de los televisores, aviones, automóviles y la mayoría de otros productos estadounidenses es sustancialmente mayor que hace veinte años. Más bien, esta percepción de un grave problema de calidad se debe a la creciente competencia externa.

Cottle (1991) al ser consultado sobre esta variable calidad del servicio nos manifestó lo siguiente:

82

En el nivel de evaluación, se analiza las opiniones de los clientes sobre la calidad de los servicios. Estas opiniones son el resultado del contraste entre lo que ellos esperaban antes de recibir el servicio, y su experiencia real. En otras palabras, la satisfacción del cliente es igual a sus percepciones sobre lo que recibieron menos sus anteriores expectativas.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que las percepciones y expectativas de los clientes son totalmente subjetivas. Cuando la expectativa de los clientes se ven satisfechas, las percepciones y las expectativas son iguales y, en consecuencia, ellos califican el servicio como satisfactorio. Por el contrario, si tales expectativas son más altas que el servicio que realmente se les ofreció, la calificación será negativa y el cliente calificará el servicio como no satisfactorio. Y si el servicio sobre pasa las expectativas de los clientes, la calificación será positiva y el cliente calificará su servicio como satisfactorio.

Con frecuencia es difícil establecer buenos controles de calidad de servicio, pues el nivel de calidad estará determinado por la conducta del personal de la organización que está en contacto con los clientes.

En algunos servicios, la participación del consumidor es importante, lo que afecta al proceso y se torna vital para el logro de niveles adecuados de calidad. En los servicios no existe la posibilidad de una devolución en caso de que alguien se equivoque. A veces se puede repetir el servicio, pero si eso no es posible, las únicas opciones son la enmienda, las excusas o, en última instancia, la indemnización.

En la mayoría de los servicios, la calidad se produce durante todo el proceso de interacción entre el cliente y el personal de la organización. En consecuencia, el nivel de calidad depende del desempeño o performance de sus empleados.

Feigenbaum (2000) indica que las demandas de calidad de los compradores han establecido creciendo rápidamente para el número creciente de servicios que se adquieren en el mercado de hoy.

Estos servicios pueden variar desde asistencia médica y educación especializada y transporte urbano hasta ventas por correo, restaurantes de comida

rápida e instalaciones de recreo. Hoy, corresponden a casi las dos terceras partes de la fuerza laboral privada y no gubernamental.

Lo que asido llamado industrias de servicios, representa uno de los aspectos con crecimiento más rápido de las economías nacionales. De la misma forma, la satisfacción de los compradores de servicio representa uno de los determinantes más importantes de la calidad en los mercados nacionales e internacionales de hoy, y el grado de esta satisfacción tiene progresivamente efectos cruzados más importantes con la satisfacción de la calidad y las actitudes hacia la calidad de los compradores de bienes manufacturados.

Las actividades de servicio representan un área principal creciente de la atención de los programas de control de la calidad. Los principales, enfoque y tecnología de control total de la calidad han sido aplicados con éxito a un abanico muy amplio de servicios. Por tradición, una característica principal de las actividades de servicio ha consistido en que son probablemente muy dependientes de las habilidades, actitudes y entrenamiento humanos, y la importancia de las aplicaciones pertinentes del control total de la calidad lo han reflejado.

Además, como los servicios se han organizado en una escala más amplia, llegando a ser más profesionales y más mecanizados, las aplicaciones del control total de la calidad para los servicios están siendo cada vez más y más similares en muchos aspectos a las de los productos manufacturados.

Los restaurantes son un ejemplo. Anteriormente una industria de establecimientos pequeños, con orientación a un servicio individualizado, y de un solo propietario o muy pocos; los restaurantes de hoy son grandes cadenas básicas para la calidad de los servicios proporcionados a los compradores. La comida puede ser comprada bajo estándares de calidad que son medio y controlados en toda la cadena; la preparación de la comida puede llevarse a cabo de acuerdo con planes y programas que están cuidadosamente organizados; los administradores del local y los empleados de mostrador pueden estar enfrentados para servicio completo al cliente; los cliente son encuestados regularmente sobre la calidad del servicio que recibieron.

Todos los comentarios de los huéspedes desde cartas y cuestionarios así como una línea telefónica para quejas instalada en cada cuarto, son medidos y analizados cuidadosamente para determinar si se está desarrollando una tendencia negativa en cualquier área de actividad, como el área de limpieza, recepción, ciencias empresariales, seguridad y servicio de restaurante.

Además de la acción correctiva, el programa de calidad está explícitamente orientado hacia la acción preventiva. Por ejemplo, un banco de trabajo rodante para mantenimiento - totalmente equipado para reparaciones menores y con una lista de revisión de ochenta puntos - viaja regularmente por cada hotel, visitando cada cuarto una vez cada tres meses. Esta innovación simple pero eficiente a reducido mucho el número de llamadas de los huéspedes a ciencias empresariales debido a que las reparaciones se efectúan antes de que los huéspedes emitan quejas.

Enfoque similar al aseguramiento de la calidad de los servicios es reconocer las intensas demandas de calidad del comprador de servicio que son características de empresas exitosas en las industrias de servicio.

Aburto (2001) con relación a la temática calidad de servicios, también nos hace referencia sobre la sensibilización, capacitación y desarrollo de la persona:

Es muy importante la preparación del cambio así como hacer conscientes a los involucrados de que en estos tiempos y circunstancias es indispensable realizar las cosas de manera diferentes.

El proceso debe iniciarse en la cumbre donde los hechos comprueban que se encuentra el cuello de botella. Por ello, la concienciación y la capacitación deben empezar en el grupo directivo para que éste sirva de ejemplo, ya que debe demostrar con hechos y actitudes su fe en el sistema y apoyo para el mismo. Los miembros de este grupo deben ser los promotores más entusiastas. No cometa el error de empezar por otros niveles o estratos de la organización, ya que resulta muy costoso.

A hora bien el programa de capacitación directiva puede tener muchas variantes, pero en general deberá proporcionar una cultura de calidad; además, de él puede emanar proyectos importantísimos para la empresa. Los directivos no necesitan

participar en círculos de calidad, pero deben ocuparse de su información. Recuerde que nadie sabe más del trabajo que el que lo está haciendo.

La capacitación masiva en todos los niveles es una estrategia indispensable si nuestra intención es sostener y mejorar la calidad de los productos que hacemos y/o servicios que brindamos.

Además, el personal debe comprender los fundamentos del sistema, el uso de herramientas estadísticas y tener muy claro que el cliente es el más importante. Esto se refiere tanto al cliente interno como externo; al hecho que tenemos que llegar a eliminar la inspección, esto es trabajar con ceros defectos, bien, siempre a la primera. No hay otro camino que ser competitivos.

Recordemos que la calidad empieza por las personas y que ellas son las que, finalmente, construyen la calidad en el producto o servicio. Luego entonces, toda inversión en su capacidad redundará en efectividad, cero errores y satisfacción en el trabajo, calidad en diversos aspectos, incluyendo el personal y el familiar.

Alexander (1999) quien nos explica lo relacionado al aseguramiento de la calidad:

Para asegurar la calidad, es necesario primero constatar que se conocen todos los requerimientos de la presentación final del producto o del servicio. El requerimiento del cliente debe estar lo suficientemente detallado para que pueda ser entendido por el proveedor. Los requisitos básicos de todo esquema de aseguramiento de calidad son:

- Recolectar la información requerida para elaborar el producto o servicio requerido.
- Planificar internamente las actividades necesarias para asegurar que se podrá fabricar el producto o servicio requerido.
- Detallar las instrucciones requeridas para que las respectivas actividades necesarias se ejecuten.

El aseguramiento de la calidad necesita de la integración total y el control de todos los elementos de determinado área de operaciones.

48

El aseguramiento de la calidad es un medio no solamente para dar confianza que el producto o servicio cumplirá con ciertas especificaciones. También permite bajar los costos operativos. Todo modelo de aseguramiento de la calidad busca que las cosas se hagan bien la primera vez, y de esta manera se crea una cultura organizacional que minimiza el despilfarro, evita los reprocesos y optimiza el uso de los insumos. El aseguramiento de la calidad se convierte no sólo en un medio para reducir costos, sino también en el impulsor del aumento de la productividad en las organizaciones.

### **2.2.3. LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

La Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, basada en el marco de la gestión administrativa, la primera responsabilidad que tiene con la sociedad es que utilizan nuestra producción de profesionales, de conocimientos, de bienes y servicios. Lo que producimos deberá ser de alta calidad.

Debemos de incrementar permanentemente nuestros niveles de eficiencia, eficacia y efectividad. Debemos de identificar las necesidades y las demandas de la sociedad hacia nuestros productos, atendiéndolas con prontitud.

Debemos ser responsables para la comunidad donde vivimos y trabajamos, así como para la comunidad regional, nacional y mundial. Debemos ser buenos ciudadanos y cooperar con obras de interés social proyectando la tecnología a la comunidad. Debemos conservar en un buen estado la infraestructura que tenemos; asimismo, proteger el medio ambiente.

Debemos ser responsables con nuestros estudiantes, docentes y administrativos, a quienes consideramos, individualmente, como personas, respetando su dignidad y valorando sus méritos, para que sientan seguridad en sus estudios y en su trabajo respectivamente. La remuneración de los trabajadores debe ser legal, justa y adecuada. Los ambientes de trabajo deberán estar en orden, con limpieza y seguridad.

Los miembros de la comunidad universitaria deben sentirse libres para efectuar sugerencias y reclamos. Debe haber igual oportunidad de empleo, desarrollo y promoción, incentivando a los más calificados. Debemos contar con una

47

administración competente y moderna cuyas acciones deben ser justas y transparentes.

Debemos experimentar nuevas ideas, coadyuvándolas con investigaciones de aplicación práctica, con programas innovadores, aceptando y enmendando los errores que se cometan.

Debemos equipar los laboratorios, dotar de materiales de enseñanza a las dependencias académicas, los centros de producción y de servicios.

De esta manera el profesional egresado de la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales y por ende de la Universidad Nacional de Huancavelica será un especialista en su rama, pero también atento al carácter sistémico de su entorno.

Deberá usar estratégicamente sus fortalezas para aprovechar las oportunidades que le brinda el entorno a fin de generar su propio empleo para su desarrollo personal, mejorar su calidad de vida, de la región y del país.

## **2.3. HIPÓTESIS**

### **2.3.1. HIPÓTESIS ALTERNA (Ha)**

El planeamiento estratégico influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

### **2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS (Ho)**

- Las fortalezas y debilidades internas influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.
- Las oportunidades y amenazas externas influye significativamente en la calidad de servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.
- La satisfacción del usuario influye significativamente en la calidad de servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.

- La mejora continua influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.
- La capacitación constante influye significativamente en la calidad de servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.

**2.4. VARIABLES DE ESTUDIO**

**2.4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE (X):**

Planeamiento Estratégico (X)

**2.4.2. VARIABLE DEPENDIENTE (Y):**

Calidad del Servicio (Y)

**2.4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES**

Variables	Dimensiones
<b>Independiente: (X)</b>	Visión y Misión
Planeamiento Estratégico.	Fortalezas y Debilidades. Oportunidades y Amenazas.
<b>Dependiente: (Y)</b>	Satisfacción al cliente.
Calidad del Servicio	Mejora continua. Capacitación constante.

**2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS**

- **Calidad:** Superioridad, excelencia de alguna cosa. También se define como el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas o implícitas preestablecidas.
- **Calidad total:** Propuesta de sistema total y una parte integral de la estrategia de alto nivel.

MS

- **Diagnóstico:** Es la identificación de la situación para el conocimiento de la realidad, parte indispensable del proceso de la planificación.
- **Estrategia:** Se define como un plan amplio y general de desarrollo para alcanzar objetivos a largo plazo.
- **Innovación:** es una nueva función de producción.
- **Planificación:** Es el término derivado del manejo del plan, corresponde a la acción administrativa de los planes.
- **Planeamiento:** acción y efecto de planear. Proyectar. Organizar.
- **Planificar:** establecer un plan. Organizar conforme a un plan.
- **Planeación estratégica:** Proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo.
- **Plan:** Es el instrumento o modelo alternativo para la toma de decisiones de los organismos de gestión empresarial.
- **Programa:** Es la medida desagregada del plan, para el nivel de las instituciones descentralizadas. Ejemplo: el Programa de Desarrollo Sectorial.
- **Proyecto:** Es la medida desagregada de la actividad para el cumplimiento fundamental de todo el proceso de la planificación Ejemplo: el proyecto de Desarrollo Local.
- **Pronóstico:** Es el instrumento de previsión de los resultados o alcances de la planificación contiene la cuantificación de los fines, objetivos generales, objetivos específicos, metas y tareas.
- **Productividad:** Producto de una unidad de factor de producción en un periodo determinado.
- **Producción:** Conjunto de bienes y servicios obtenidos en un ciclo productivo.
- **Servicio:** Acción y efecto de servir, domesticidad. Beneficio, favor, gracia.
- **Sistema de calidad:** Estructura organizacional, conjunto de recursos, responsabilidades y procedimientos establecidos para asegurar que los productos,

44

procesos o servicios cumplan satisfactoriamente con el fin al que están destinados y que están dirigidos hacia la administración de la calidad.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. ÁMBITO DE ESTUDIO**

- Distrito : Huancavelica
- Provincia : Huancavelica
- Región : Huancavelica

#### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Según Restituto Sierra Bravo (2002) el tipo de estudio de la presente investigación es aplicada, porque "en éstos estudios se deben determinar y definir previamente las variables, luego se formulan hipótesis, los mismos que deben probarse por métodos estadísticos, trabajándose con muestras representativas y llegando al final a conclusiones".

#### **3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

El nivel de investigación es el descriptivo-explicativo. Según el mismo Restituto Sierra Bravo (2002) "las investigaciones explicativas buscan especificar las propiedades importantes de los hechos y fenómenos que son sometidos a una experimentación de laboratorio o de campo".

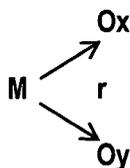
42

### 3.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

- Método General.- En la presente investigación, se utilizó el Método Científico como método general. Método Científico según Van Dalen (1986) “es el modo ordenado de proceder para el conocimiento de la verdad, en el ámbito de determinada disciplina científica.”
- Métodos Específico.- Se utilizó el Método Análítico-Sintético que según Van Dalen “Es un proceso lógico, sistemático que responde a la incógnita: ¿Si esto es dado bajo condiciones cuidadosamente controladas; qué sucederá?. Frente a este requerimiento, el investigador, para obtener una respuesta lo más acertada posible, manipulará ciertas variables y observará como se aceptan o cambia la conducta o conducción de los sujetos o del sujeto”.

### 3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Fue el descriptivo - correlacional cuyo modelo es:



**Donde:**

- M: Muestra seleccionada.
- O : Observación.
- x : Planeamiento Estratégico.
- y : Calidad del servicio.
- r : Relación.

### 3.6. POBLACIÓN, MUESTRA, MUESTREO

#### 3.6.1. POBLACIÓN

La población objetivo de estudio, estuvo constituida por estudiantes, personal docente y público usuario.

Ámbito	Total	%
Estudiantes	788	100%
Docentes	30	100%
Usuarios	50	100%

Fuente: Dirección Universitaria de Servicios Académicos.

### 3.6.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra en cuanto a los alumnos se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{E^2}$$

**Donde:**

Z : Valor estándar de la distribución

p, q : Probabilidad de ser seleccionado y no ser seleccionado.

E : Error máximo tolerable.

Reemplazando en la Ecuación anterior:

$$n_0 = \frac{1,64^2 \times 0,8 \times 0,2}{0,05^2} = 172$$

Para realizar el ajuste de la muestra se verificó la veracidad del factor  $n_0 / N > E$ . Así pues se tiene:

$$\frac{n_0}{N} = \frac{172}{788} = 0,22 > 0,05$$

Luego aplicando el Factor de Corrección, el tamaño de la muestra final será:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} = \frac{172}{1 + \frac{172}{788}} = 141$$

Ámbito	Total
Estudiantes	141
Docentes	30
Usuarios	50

**3.6.3. Muestreo:** Se utilizará el muestreo aleatorio o probabilístico.

### 3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el trabajo de campos se utilizan las técnicas de las encuestas y la entrevista y para el trabajo de gabinete se usará la técnica del análisis documental

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Encuesta.	Ficha de encuesta.
Análisis documental.	Guía de análisis documental.
Entrevista.	Ficha de entrevista.

### 3.8. PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Se coordinó con el asesor del Proyecto de tesis para el diseño y capacitación de los instrumentos de medición.
- Se coordinó con las autoridades de la Facultad de Ciencias Empresariales a fin de pedirles permiso para aplicar el instrumento de medición.
- Se procederá a realizar el conteo de la información obtenida a fin de crear un MODELO DE DATOS para su respectivo procesamiento.

### 3.9. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis de la información obtenida mediante los instrumentos de medición se usaran básicamente dos técnicas:

#### a) Estadística Descriptiva

- Tablas de frecuencias.
- Tablas de doble entrada.
- Tabla de respuestas múltiples.
- Medidas de tendencia central.

**b) Estadística Inferencial**

- Prueba de Independencia Chi Cuadrado para determinar relaciones causales, es decir para determinar las relaciones de la variable y sus elementos o dimensiones, además se tendrá en cuenta que el nivel de medición de la variable es de tipo ordinal, para lo cual el nivel de significancia considerado será de 0,05.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

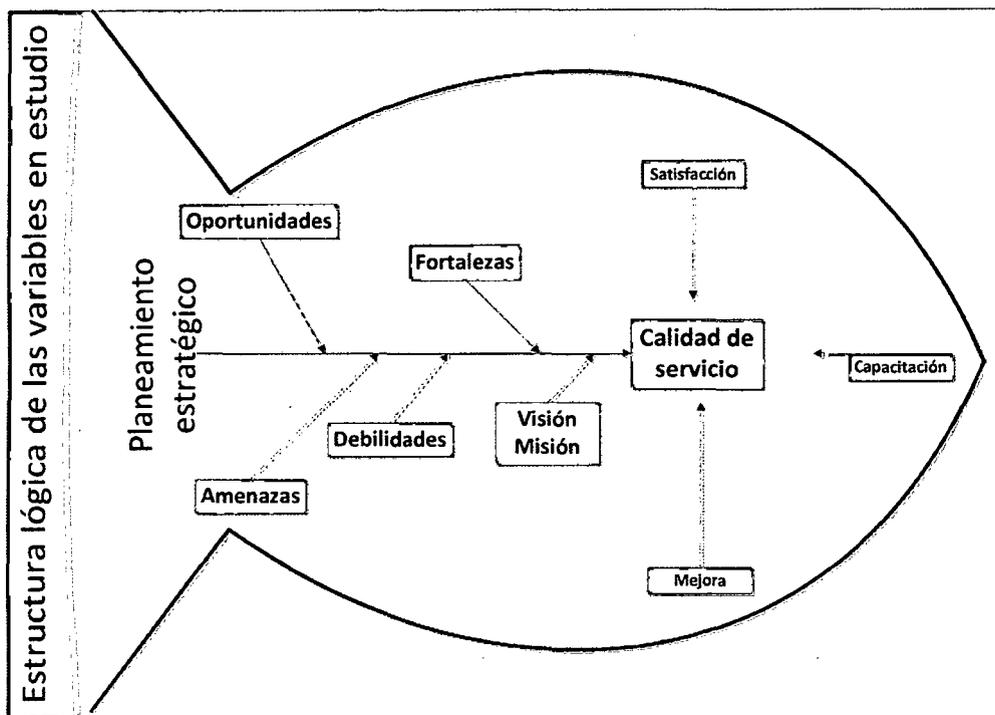
Para la obtención de los resultados, se ha aplicado el respectivo instrumento de medición en los alumnos, docentes y usuarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de Universidad Nacional de Huancavelica.

Posteriormente con la información obtenida, se ha procedido a recodificar las respectivas variables en estudio, con lo cual se ha generado el respectivo *MODELO DE DATOS* (matriz de información distribuido en variables y casos) a partir del cual se ha realizado el análisis de la información a través de las técnicas de la estadística descriptiva, tales como: tablas de resumen simple, tablas de contingencia, diagrama de barras, diagrama de sectores y medidas de tendencia central; así como de la estadística inferencial para la contrastación de la significancia estadística de la hipótesis, mediante la prueba de bondad de ajuste Chi Cuadrado a fin de obtener la significancia de la relación de influencia de la primera variables sobre la segunda variable.

Posteriormente se hizo la respectiva discusión de los resultados que se ha obtenido, para lo cual se ha tenido presente la estructura de la variable de estudio ya sea a nivel general y a nivel de sus dimensiones; para lo cual se ha tomado como referencia el marco teórico y los respectivos antecedentes del estudio; a partir del cual se han obtenido las respectivas conclusiones del trabajo de investigación.

Como herramienta de apoyo, se ha utilizado el programa IBM SPSS Versión 21.0 (Programa Estadístico para las Ciencias Sociales) con lo cual se contrasto la veracidad de los resultados, asimismo se realizó las simulaciones de los modelos estadísticos.

**Gráfico 1.** Diagrama de pescado de la relación lógica de la variable en estudio.



*Elaboración propia.*

En el gráfico N° 01 se observa la estructura lógica de la variable en estudio; observamos que las dimensiones de la variable referida al Planeamiento Estratégico.

#### **4.1. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

##### **4.1.1 RESULTADOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA**

En primer lugar se presentara los resultados del nivel de Planeamiento Estratégico y la Calidad de Servicios en la Universidad Nacional de Huancavelica, posteriormente se realizara el estudio a nivel de sus dimensiones y/o indicadores para la determinación dela relación de influencia entre las mencionadas variables referidas a determinar la relación.

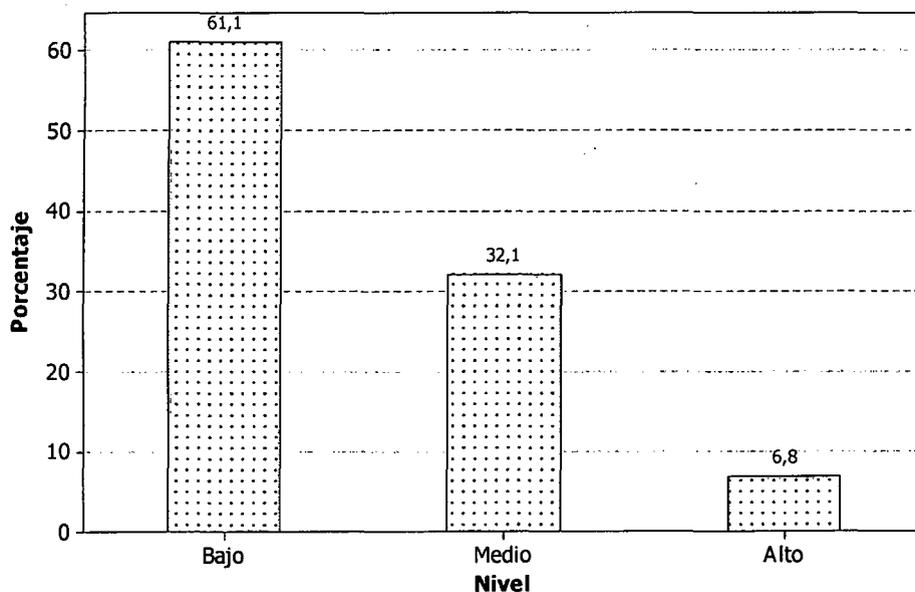
36

**Tabla 1.** Resultados del nivel de Planeamiento Estratégico en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Planeamiento Estratégico	f	%
Malo	135	61,1
Regular	71	32,1
Bueno	15	6,8
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 2.** Resultados % del nivel de Planeamiento Estratégico en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.



Fuente: Tabla 1.

En la tabla N° 1 observamos los resultados de los niveles del Planeamiento Estratégico en la Facultad de Ciencias Empresariales. En general en el 61,1% (135) de los casos el nivel es malo; en el 32,1% (71) el nivel del Planeamiento Estratégico es regular y en el 6,8% (15) de los casos el nivel del Planeamiento Estratégico es

35

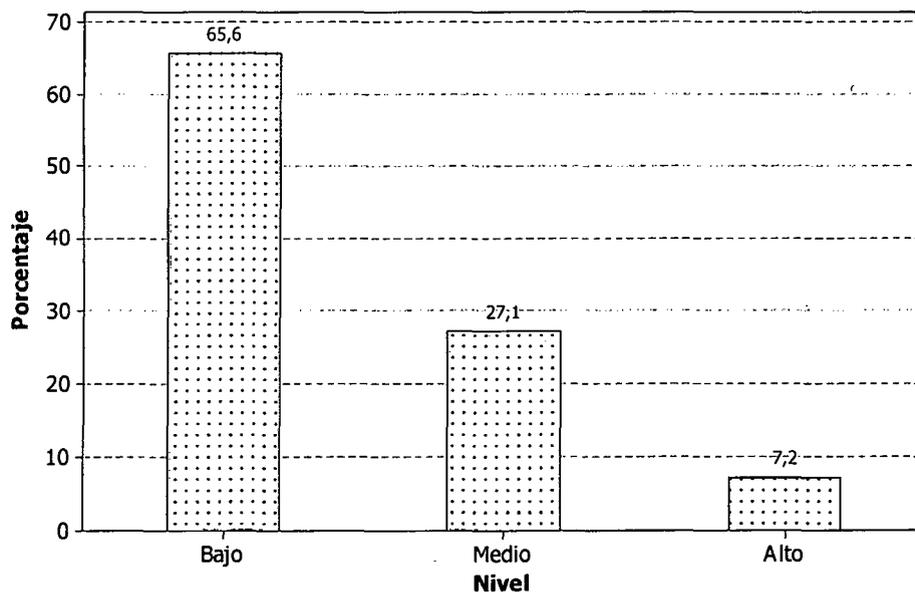
bueno. De la cual podemos percibir que el nivel malo tiene una prevalencia muy significativa, lo mismo que nos refleja la perspectiva negativa en cuanto al Planeamiento que tienen los alumnos, docentes y usuarios de la Facultad de Ciencias Empresariales.

**Tabla 2.** Resultados del nivel de Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Calidad de servicio	f	%
Malo	145	65,6
Regular	60	27,1
Bueno	16	7,2
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 3.** Resultados % del nivel de Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.



Fuente: Tabla 2.

34

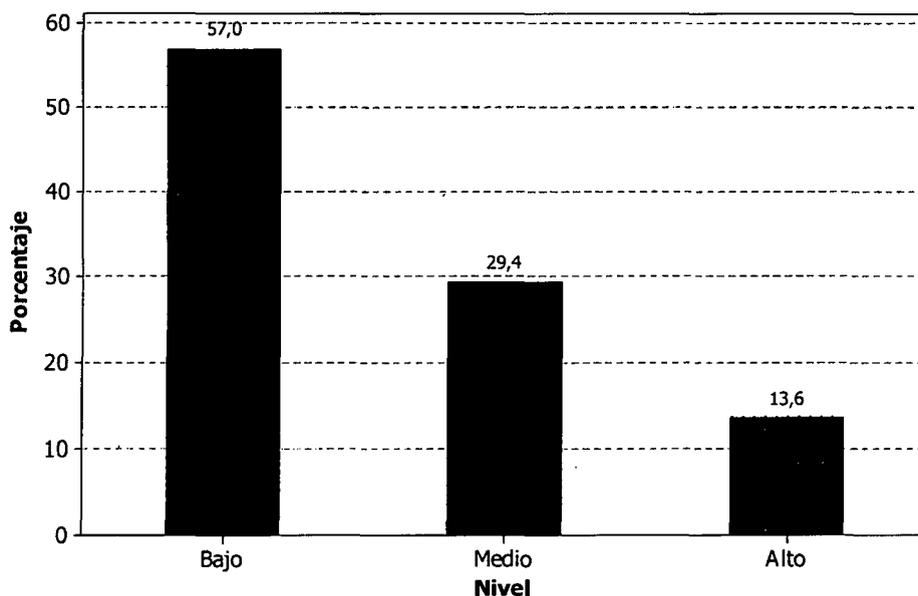
En la tabla N° 2 podemos observar los resultados de los niveles de la Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales, observamos que en el 65,6% (145) la calidad de servicio es mala, en el 27,1% (60) de los casos el nivel de Calidad de Servicios es regular y el 7,2% (16) consideran que el nivel es bueno.

**Tabla 3.** ¿Según su opinión, las fortalezas como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	74	52,5	15	50,0	37	74,0	126	57,0
Medio	51	36,2	8	26,7	6	12,0	65	29,4
Alto	16	11,3	7	23,3	7	14,0	30	13,6
Total	141	100,0	30	100,0	50	100,0	221	100,0

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 4.** ¿Según su opinión, las fortalezas como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad?



Fuente: Tabla 3.

En la tabla N° 3 observamos los resultados de las fortalezas como componente del Planeamiento Estratégico y su incidencia en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para el grupo de los estudiantes observamos que el 52,5% (74) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 36,2% (51) consideran que el nivel de influencia es medio y el 11,3% (16) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los docentes observamos que el 50,0% (15) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 26,7% (8) consideran que el nivel de influencia es medio y el 23,3% (7) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los usuarios observamos que el 74,0% (37) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 12,0% (6) consideran que el nivel de influencia es medio y el 14,0% (7) consideran que el nivel de influencia es alta.

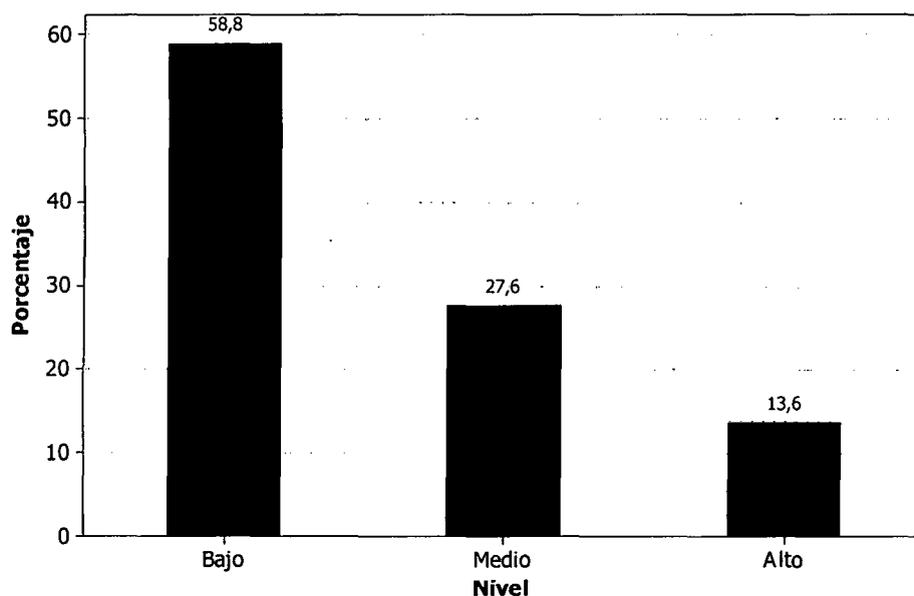
La misma tabla nos muestra los resultados generales de la influencia de las fortalezas como componente del Planeamiento Estratégico en la Calidad de Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales, notamos que el 57% (126) de los casos consideran que el nivel de influencia es bajo, en el 29,4% (65) el nivel de influencia es medio y en el 13,6% (30) de los casos el nivel de influencia es alto.

**Tabla 4.** ¿Según su opinión, la visión y misión como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	81	57,4	20	66,7	29	58,0	130	58,8
Medio	39	27,7	8	26,7	14	28,0	61	27,6
Alto	21	14,9	2	6,7	7	14,0	30	13,6
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>221</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 5.** *¿Según su opinión, la visión y misión como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?*



Fuente: Tabla 4.

En la tabla N° 4 observamos los resultados de la visión y misión como componente del Planeamiento Estratégico y su incidencia en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para el grupo de los estudiantes observamos que el 57,4% (81) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 27,7% (39) consideran que el nivel de influencia es medio y el 14,9% (21) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los docentes observamos que el 66,7% (20) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 26,7% (8) consideran que el nivel de influencia es medio y el 6,7% (2) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los usuarios observamos que el 58,0% (29) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 28,0% (14) consideran que el nivel de influencia es medio y el 14,0% (7) consideran que el nivel de influencia es alta.

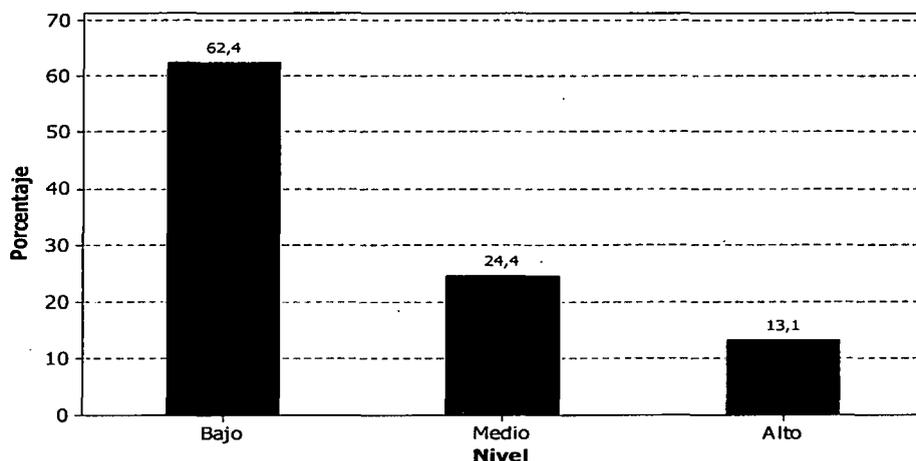
La misma tabla nos muestra los resultados generales de la influencia de la visión y misión como componente del Planeamiento Estratégico en la Calidad de Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales, notamos que el 58,8% (130) de los casos consideran que el nivel de influencia es bajo, en el 27,6% (61) el nivel de influencia es medio y en el 13,6% (30) de los casos el nivel de influencia es alto.

**Tabla 5.** ¿Según su opinión, la identificación de las debilidades como componente del planeamiento estratégico cree que, influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	79	56,0	22	73,3	37	74,0	138	62,4
Medio	42	29,8	6	20,0	6	12,0	54	24,4
Alto	20	14,2	2	6,7	7	14,0	29	13,1
Total	141	100,0	30	100,0	50	100,0	221	100,0

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 6.** ¿Según su opinión, la identificación de las debilidades como componente del planeamiento estratégico cree que, influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?



Fuente: Tabla 5.

En la tabla N° 5 observamos los resultados de las debilidades como componente del Planeamiento Estratégico y su incidencia en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para el grupo de los estudiantes observamos que el 56,0% (79) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 29,8% (42) consideran que el nivel de influencia es medio y el 14,2% (20) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los docentes observamos que el 73,3% (22) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 20,0% (6) consideran que el nivel de influencia es medio y el 6,7% (2) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los usuarios observamos que el 74,0% (37) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 12,0% (6) consideran que el nivel de influencia es medio y el 14,0% (7) consideran que el nivel de influencia es alta.

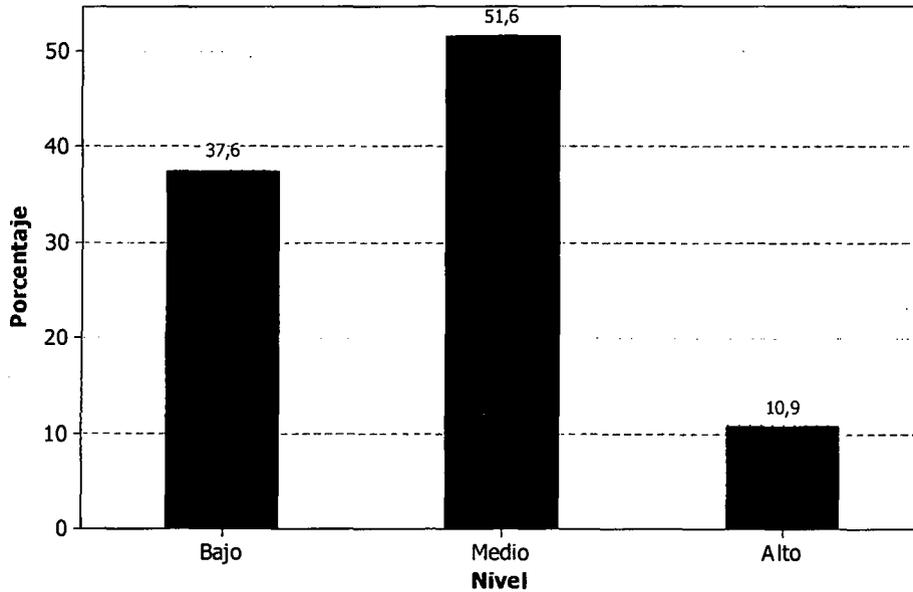
La misma tabla nos muestra los resultados generales de la influencia de las debilidades como componente del Planeamiento Estratégico en la Calidad de Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales, notamos que el 62,4% (138) de los casos consideran que el nivel de influencia es bajo, en el 24,4% (54) el nivel de influencia es medio y en el 13,6% (29) de los casos el nivel de influencia es alto.

**Tabla 6.** *¿Según su opinión, las oportunidades como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?*

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	51	36,2	13	43,3	19	38,0	83	37,6
Medio	79	56,0	15	50,0	20	40,0	114	51,6
Alto	11	7,8	2	6,7	11	22,0	24	10,9
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>221</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 7.** ¿Según su opinión, las oportunidades como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?



Fuente: Tabla 6.

En la tabla N° 6 observamos los resultados de las oportunidades como componente del Planeamiento Estratégico y su incidencia en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para el grupo de los estudiantes observamos que el 36,2% (51) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 56,0% (79) consideran que el nivel de influencia es medio y el 7,8% (11) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los docentes observamos que el 43,3% (13) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 50,0% (15) consideran que el nivel de influencia es medio y el 6,7% (2) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los usuarios observamos que el 38,0% (19) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 40,0% (20) consideran que el nivel de influencia es medio y el 22,0% (11) consideran que el nivel de influencia es alta.

La misma tabla nos muestra los resultados generales de la influencia de las oportunidades como componente del Planeamiento Estratégico en la Calidad de

28

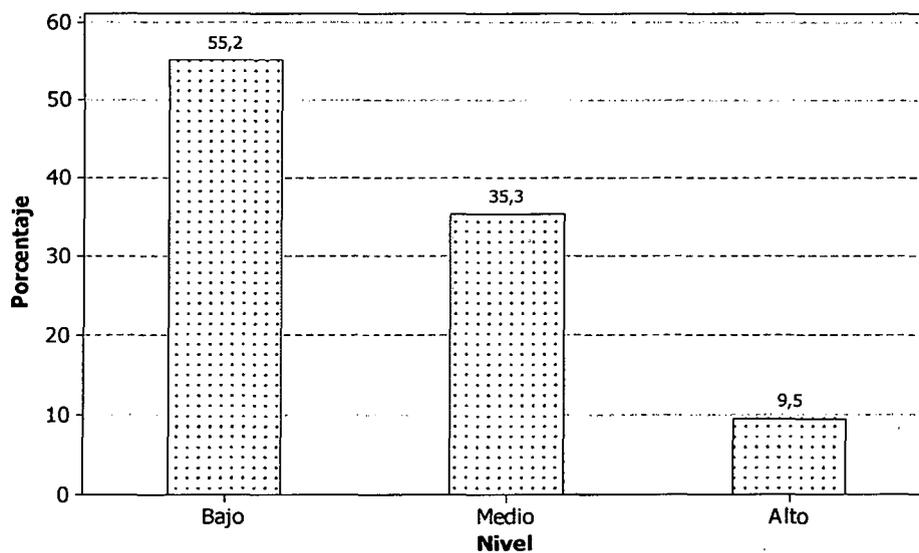
Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales, notamos que el 37,6% (83) de los casos consideran que el nivel de influencia es bajo, en el 51,6% (114) el nivel de influencia es medio y en el 10,9% (24) de los casos el nivel de influencia es alto.

**Tabla 7.** ¿Según su opinión, las amenazas como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	84	59,6	17	56,7	21	42,0	122	55,2
Medio	48	34,0	13	43,3	17	34,0	78	35,3
Alto	9	6,4	-	-	12	24,0	21	9,5
Total	141	100,0	30	100,0	50	100,0	221	100,0

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 8.** ¿Según su opinión, las amenazas como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad?



Fuente: Tabla 7.

27

En la tabla N° 8 observamos los resultados de las amenazas como componente del Planeamiento Estratégico y su incidencia en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para el grupo de los estudiantes observamos que el 59,6% (84) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 34,0% (48) consideran que el nivel de influencia es medio y el 6,4% (9) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los docentes observamos que el 56,7% (17) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 43,3% (13) consideran que el nivel de influencia es medio y el 0,0% (0) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los usuarios observamos que el 42,0% (21) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 34,0% (17) consideran que el nivel de influencia es medio y el 24,0% (12) consideran que el nivel de influencia es alta.

La misma tabla nos muestra los resultados generales de la influencia de las amenazas como componente del Planeamiento Estratégico en la Calidad de Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales, notamos que el 55,2% (122) de los casos consideran que el nivel de influencia es bajo, en el 35,3% (75) el nivel de influencia es medio y en el 9,5% (21) de los casos el nivel de influencia es alto.

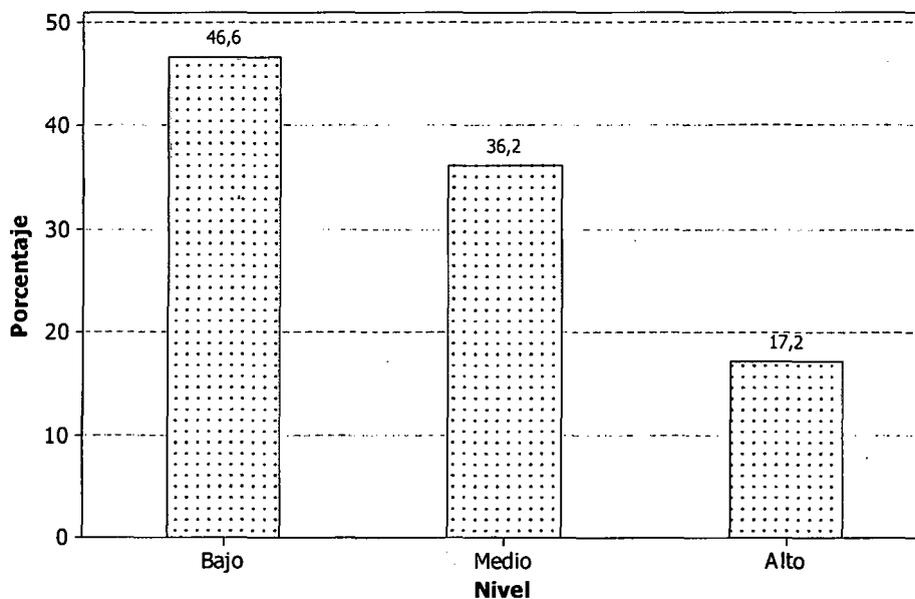
**Tabla 8.** *¿Según su opinión, la satisfacción del usuario cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?*

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	70	49,6	13	43,3	20	40,0	103	46,6
Medio	51	36,2	13	43,3	16	32,0	80	36,2
Alto	20	14,2	4	13,3	14	28,0	38	17,2
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>221</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

26

**Gráfico 9.** ¿Según su opinión, la satisfacción del usuario cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?



Fuente: Tabla 8.

En la tabla N° 8 observamos los resultados de los niveles de la Satisfacción del usuario y su incidencia en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para el grupo de los estudiantes observamos que el 49,65% (70) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 36,2% (51) consideran que el nivel de influencia es medio y el 14,2% (20) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los docentes observamos que el 43,3% (13) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 43,3% (13) consideran que el nivel de influencia es medio y el 13,3% (4) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los usuarios observamos que el 40,0% (20) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 32,0% (16) consideran que el nivel de influencia es medio y el 28,0% (14) consideran que el nivel de influencia es alta.

25

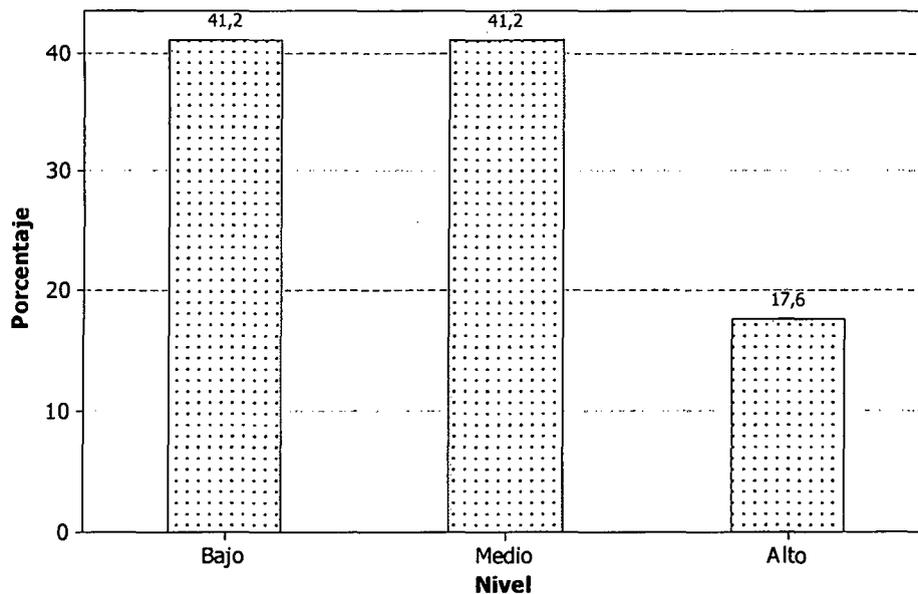
La misma tabla nos muestra los resultados generales de la influencia de la Satisfacción del usuario en la Calidad de Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales, notamos que el 46,6% (103) de los casos consideran que el nivel de influencia es bajo, en el 36,2% (80) el nivel de influencia es medio y en el 17,2% (38) de los casos el nivel de influencia es alto.

**Tabla 9.** ¿Según su opinión, la mejora continua, cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	60	42,6	12	40,0	19	38,0	91	41,2
Medio	60	42,6	14	46,7	17	34,0	91	41,2
Alto	21	14,9	4	13,3	14	28,0	39	17,6
Total	141	100,0	30	100,0	50	100,0	221	100,0

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

**Gráfico 10.** ¿Según su opinión, la mejora continua, cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?



Fuente: Tabla 9.

En la tabla N° 9 observamos los resultados de la mejora continua y su incidencia en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para el grupo de los estudiantes observamos que el 42,6% (60) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 42,6% (60) consideran que el nivel de influencia es medio y el 14,9% (21) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los docentes observamos que el 40,0% (12) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 46,7% (14) consideran que el nivel de influencia es medio y el 13,3% (4) consideran que el nivel de influencia es alta.

Para el grupo de los usuarios observamos que el 38,0% (19) consideran que el nivel de influencia es bajo; en el 34,0% (17) consideran que el nivel de influencia es medio y el 28,0% (14) consideran que el nivel de influencia es alta.

La misma tabla nos muestra los resultados generales de la influencia de la mejora continua en la Calidad de Servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales, notamos que el 41,2% (91) de los casos consideran que el nivel de influencia es bajo, en el 41,2% (91) el nivel de influencia es medio y en el 17,6% (39) de los casos el nivel de influencia es alto.

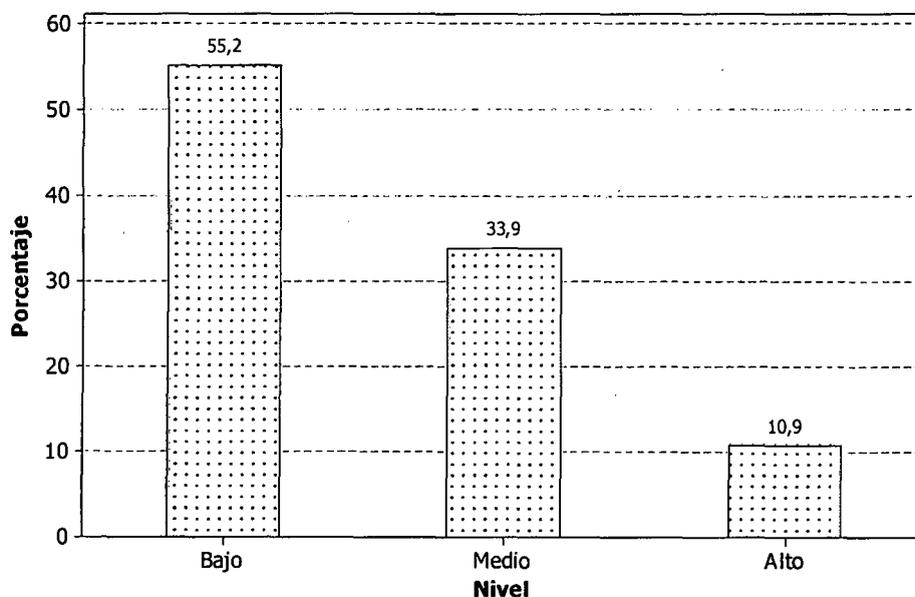
**Tabla 10.** ¿Según su opinión, la capacitación constante cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?

Nivel	Estudiantes		Docentes		Usuarios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	75	53,2	19	63,3	28	56,0	122	55,2
Medio	52	36,9	8	26,7	15	30,0	75	33,9
Alto	14	9,9	3	10,0	7	14,0	24	10,9
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>221</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

23

**Gráfico 11.** ¿Según su opinión, la capacitación constante cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?



Fuente: Tabla 10.

#### 4.1.2. PRUEBA DE SIGNIFICANCIA ESTADÍSTICA DE LA HIPÓTESIS

Para la prueba de la significancia de la hipótesis haremos uso de la relación de influencia a nivel general, las que se obtienen al relacionar las tablas N° 1 y 2, cuyos resultados se muestran en la tabla N° 11.

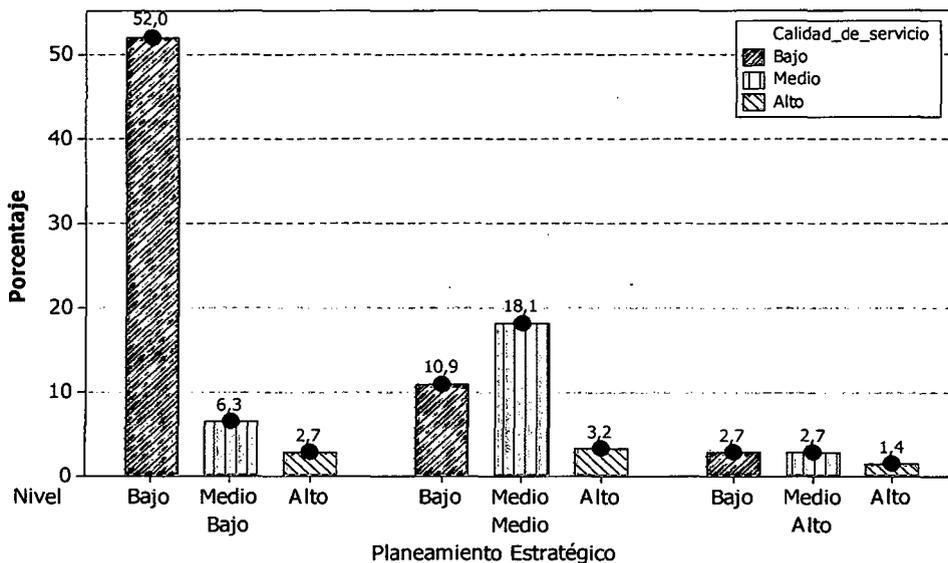
**Tabla 11.** Resultados de la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Calidad de servicio	Planeamiento Estratégico						Total	
	Bajo		Medio		Alto		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Bajo	115	52,0	24	10,9	6	2,7	145	65,6
Medio	14	6,3	40	18,1	6	2,7	60	27,1
Alto	6	2,7	7	3,2	3	1,4	16	7,2
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>61,1</b>	<b>71</b>	<b>32,1</b>	<b>15</b>	<b>6,8</b>	<b>221</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Ficha de encuesta aplicada.

VL

**Gráfico 12.** Resultados % de la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH.



Fuente: Tabla 11.

La tabla N° 11 muestra la relación general entre los niveles del Planeamiento Estratégico y los niveles de la Calidad de Servicio; observamos que el 52% (115) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico bajo y un nivel de Calidad de Servicio bajo, el 10,9% (24) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico medio y un nivel de Calidad de Servicio bajo, el 2,7% (6) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico alto y un nivel de Calidad de Servicio bajo, el 6,3% (14) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico bajo y un nivel de Calidad de Servicio medio, el 18,1% (40) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico medio y un nivel de Calidad de Servicio medio, el 2,7% (6) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico alto y un nivel de Calidad de Servicio medio, el 2,7% (6) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico bajo y un nivel de Calidad de Servicio alto, el 3,2% (7) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico medio y un nivel de Calidad de Servicio alto, el 1,4% (3) de los casos tienen un nivel de Planeamiento estratégico alto y un nivel de Calidad de Servicio alto.

21

Para realizar la prueba de la significancia estadística de la hipótesis, se procederá a seguir el esquema propuesto por Pearson (Sanchez Carlesi, 1998) que consta de cinco pasos. La prueba central de Hipótesis haremos uso de las herramientas de la estadística Inferencial y por la naturaleza de la variable en estudio los métodos de la estadística no paramétrica para datos nominales u ordinales. Específicamente la Prueba de Independencia Ajuste Chi Cuadrado.

#### a) SISTEMA DE HIPÓTESIS.

- **Hipótesis Nula (Ho):**

El planeamiento estratégico no influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

- **Hipótesis Alterna (H1):**

El planeamiento estratégico influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

#### b) NIVEL DE SIGNIFICANCIA

Representa el **error de tipo I**, es decir la probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

$$\alpha = 0,05 = 5\%$$

#### c) ESTADÍSTICA DE PRUEBA

La variable aleatoria "X" se distribuye según la variable aleatoria "Chi Cuadrado" con 4 grados de libertad.

Siendo para la tabla de contingencia:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

20

Así pues  $g=(3-1)(3-1)=4$  representan los respectivos grados de libertad del modelo Chi Cuadrado para el presente estudio.

#### d) CÁLCULO DEL ESTADÍSTICO

Luego de aplicar la fórmula N° 02 en los datos de la tabla N° 11, se han obtenido el valor calculado "Vc" de la prueba Chi Cuadrado:

$$\chi^2 = Vc = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e} = 63,03$$

Asimismo el Valor Tabulado (Vt) de la Chi Cuadrada para 4 grados de libertad es de  $Vt=9,49$  obtenido de las correspondientes tablas estadísticas.

#### e) TOMA DE DECISIÓN

Puesto que  $Vc > Vt$  ( $63,03 > 9,49$ ) decimos que se ha encontrado evidencia para rechazar la hipótesis nula; es decir el valor calculado se ubica en la región de rechazo de la Hipótesis Nula (RR/Ho). Concluimos que:

***El planeamiento estratégico influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica con un 95% de confianza.***

Estos mismos resultados podemos observar en la gráfica N° 13 respectiva de la distribución chi cuadrada para 4 grado de libertad. Notemos que el valor calculado se ubica en la región de rechazo de la hipótesis nula (RR/Ho).

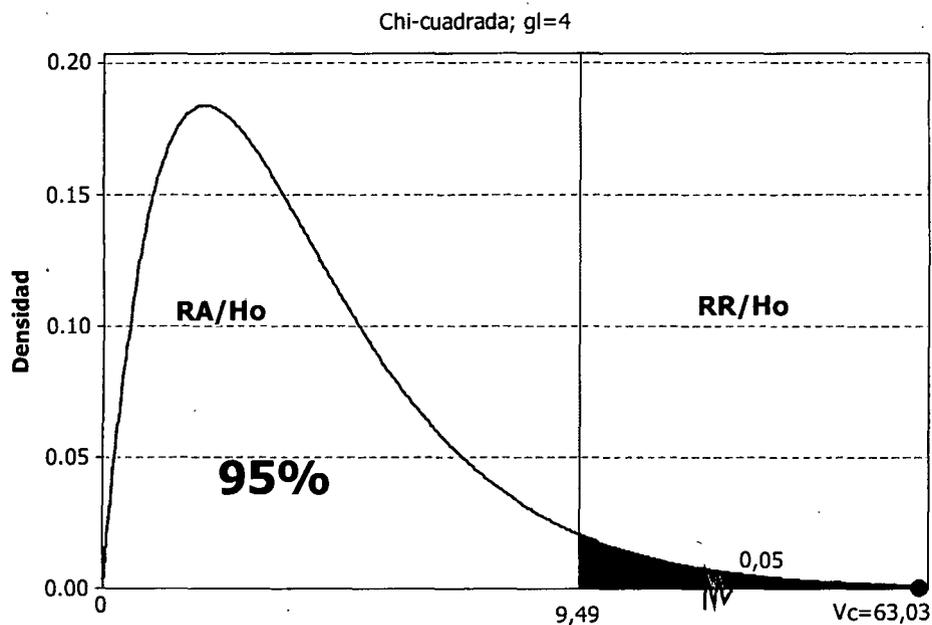
Asimismo podemos mostrar para la prueba la probabilidad asociada al estudio:

$$\text{Sig.} = P\left[\chi^2 > 63,03\right] = 0,00 < 0,05$$

Puesto que esta probabilidad es menor que 5% (0,05) se confirma en rechazar la hipótesis nula y acepta la alterna.

19

Gráfico 13. Diagrama de la función chi cuadrado para la toma de decisión.



Generado con el programa estadístico.

#### 4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De los resultados obtenidos, se ha evidenciado que existe una relación muy significativa entre los niveles del Planeamiento estratégico y los niveles de la Calidad de Servicio, ciertamente se ha encontrado que el 61,1% de los casos en estudio tienen una percepción negativa acerca del Planeamiento Estratégico en la Facultad de Ciencias Empresariales, y que de forma concatenada se ha determinado que el 65,6% de los casos en estudio consideran que la Calidad de Servicio es negativo en la Facultad de Ciencias Empresariales.

Así pues se está determinando que las relaciones negativas del Planeamiento Estratégico se relacionan con los bajos niveles de la Calidad de Servicio, la fuerza de la relación lo podemos determinar a través del Coeficiente de Contingencia cuyo valor es de

$$CC = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} = \sqrt{\frac{63,03}{63,03 + 221}} = 47,1\%$$

La misma que dentro del dominio probabilístico se tipifica como media. Además se ha verificado que las relaciones a nivel de las dimensiones siguen esa tendencia encontrada.

Los resultados obtenidos están en concordancia con Sanchez (2009) en el sentido de que es importante que las organizaciones elaboren sus respectivos Planes Estratégicos para orientar el rumbo de la organización.

De la misma manera corroboramos con los resultados de Carbajal (2005) en el sentido de que la competitividad de la organización tiene que ver con el cumplimiento del Plan Estratégico dentro de la Organización.

12

## CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que el Planeamiento Estratégico influye de manera significativa en la Calidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica. La prueba de independencia Chi Cuadrado tiene asociado un contraste de significancia de 0,0 que nos muestra que la relación hallada es significativa a nivel del 0,05.
2. Se ha identificado que en el 61,1% la efectividad del Planeamiento Estratégico es mala, en el 32,1% de los casos el nivel del Planeamiento Estratégico es regular y en el 6,8% es bueno.
3. Se ha identificado que en el 65,6% es mala la Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales, el 27,1% de los casos es regular y en el 7,2% de los casos es buena.
4. A nivel de componentes de la muestra se ha identificado que existe una relación de interdependencia entre los indicadores y la variable en general, de esta manera estamos en condiciones de asegurar que la relación general se sigue la tendencia.

## **SUGERENCIAS**

- 1) La Facultad de Ciencias Empresariales de Universidad Nacional de Huancavelica ha de implementar políticas a fin de dar cumplimiento al Plan Estratégico de la Facultad.
- 2) Capacitar a los docentes y estudiantes en las buenas prácticas de la calidad de servicio hacia los usuarios de la Facultad de Ciencias Empresariales.
- 3) La Facultad de Ciencias Empresariales ha de implementar actividades de sensibilización dirigidas a la comunidad de la Facultad de ciencias empresariales para concientizar de la necesidad de dar una buena atención a los usuarios.

13

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

1. ABURTO JIMENEZ, Manuel (2001) "Administración por Calidad". Compañía Editorial Continental S.A. p. 184
2. ALEXANDER SERVAT, Alberto G. (1999) "Manual para Documentar Sistemas de Calidad". Edición Prentice Hall Hispanoamericana S.A México. p.p. 271 -272
3. BUENDÍA SUAZO, Raquel Teodosia (2005). "Efectos del Comportamiento Organizacional en la Calidad del Servicio a Nivel Institucional". Trabajo de investigación. Editorial UPLA. Huancayo. pp.28 - 35
4. CABRERA RIOJA, Luis Alberto (2002) "Tesis de Magister en Administración". Docente en la UPLA. pp. 121 - 161
5. CERTO, Samuel C. (2001) "Administración Moderna". Edición Pearson de Colombia 8va .Edición Colombia. pp. 152 -158
6. COTTLE David (1991) "El servicio centrado en el cliente". Edición Díaz de Santos S.A. 6ta. Editorial México. p.450.
7. CUEVA BUENDIA, Luis Alberto (2005) " Efectos de la Eficacia Gerencial en la Gestión de los Recursos Humanos de una Organización Educativa" Tesis para optar el grado de Maestro en administración. La UPLA. pp. 44 -50
8. FEIGEBaum, Armond V. (2000) "Control Total de Calidad". Compañía Editorial Continental S. A. 6ta. Ed. México. pp. 332 - 337

124

9. HELLEBUST, Karsten; KRALLIGER, Joseph (1991). "Planeación Estratégica Práctica". Primera Edición. Pp. 320 - 321
10. HERNÁNDEZ, Roberto y otros (2003) "Metodología de la Investigación", Tercera Edición. 2003. México, 704 pp.
11. HOROVITZ, Jacques (1991). "La Calidad del Servicio". Primera Edición. p. 79
12. KAST, Freemant E. Y ROSENWEING, James(1988) "Administración de las Organizaciones". Ed. Mc Graw Hill, Interamericana de México S.A. 4ta. Edición México. pp. 280 -287.
13. KERLINGER, Fred y Lee. (2002). "Investigación del Comportamiento", Ed. Mc Dra. Hill. - 3da. Edic. México, 814 pp.
14. KOONTZ, Harold y WEHRICH, Heinz (1998) "Administración Una Perspectiva Global". Mc Graw Hill, Interamericana. Editores S.A. 11va. Edición. México. pp. 671 - 673
15. LABOUCHEIX, Vicent.( 1994) "Tratado de la Calidad Total". Tomo Ed. Limusa México. pp. 401 -406
16. MÜNCH, Lourdes y otros (1998) "Métodos y Técnicas de la Investigación", 2da Edición, México, Editorial Trillas, 166 pp.
17. PAGANO, Roberto. (1999) "Estadísticas para las Ciencias del Comportamiento", México, Universidad de Pittsburg, Editores Thomson, 548 pp.
18. ROBBINS, Stephen P.(1998) "La administración en el Mundo de Hoy". Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. 1ra. Edición México. pp. 289 -304
19. ROBLES Gloria y ALCERRECA, Carlos (2000) "Administración". Un Enfoque Interdisciplinario. Editorial Perarson Educación de México. Edición México. pp 431-435
20. ROBLES GUERRERO, Luis.(2000) "Planeamiento Estratégico en Gerencia Aplicado a Servicio de la Educación". UNMSM. pp. 57 -63
21. SANCHEZ SOTO Juan Manuel (2004) "Influencia de la Gestión Universitaria en el Clima Organizacional" Un Estudio Comparativo de Tres Universidades. Tesis para optar el grado académico en Administración. pp. 13 -18

22. STEINER, George (2000) "Planeación Estratégica lo que Todo Director Debe Saber". Editorial Grupo Patria Cultural S.A. Vigésima Quinta reimpresión. México. pp. 521 -527
23. THIERAUF, Roberto y GEEDING, Daniel (1983). "Principios y Aplicaciones de Administración"X. Editorial Dimusa S.A. 1ra. Edición México. pp. 241- 243

R

# ANEXOS

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	TIPO - NIVEL - DISEÑO	POBLACIÓN - MUESTRA	VARIABLES	INSTRUMENTOS
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNH	<p><b>GENERAL</b> ¿De qué manera el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica?</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera las fortalezas y debilidades internas influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias empresariales?</li> <li>• ¿De qué manera las oportunidades y amenazas externas, influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de</li> </ul>	<p><b>GENERAL</b> Determinar de qué manera el planeamiento estratégico influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar de qué manera las fortalezas y debilidades internas influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias empresariales.</li> <li>• Determinar de qué manera las oportunidades y amenazas externas influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias empresariales.</li> <li>• Determinar de qué manera la satisfacción del usuario influye en la calidad del servicio que brinda la</li> </ul>	<p><b>GENERAL</b> El planeamiento estratégico influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las fortalezas y debilidades internas influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.</li> <li>• Las oportunidades y amenazas externas influye significativamente en la calidad de servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.</li> <li>• La satisfacción del usuario influye</li> </ul>	<p><b>TIPO</b> APLICADA</p> <p><b>NIVEL</b> Descriptivo explicativo</p> <p><b>DISEÑO</b> Descriptivo - correlacional</p>	<p><b>POBLACIÓN</b> Alumnos, docentes, administrativos, usuarios de la Facultad de Ciencias Empresariales.</p> <p><b>MUESTRA</b> 258 sujetos</p>	<p>Ind. (X) Planeamiento Estratégico</p> <p>Dep. (Y) Calidad del Servicio.</p>	<p>Ficha de encuesta. Guía de análisis documental. Ficha de entrevista.</p>

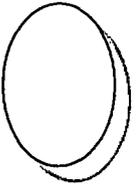
TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	TIPO – NIVEL – DISEÑO	POBLACIÓN – MUESTRA	VARIABLE S	INSTRUMENTO S
	Ciencias de Ciencias empresariales? • ¿De qué manera la satisfacción del usuario influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias de Ciencias empresariales? • ¿De qué manera la mejora continua influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales? • ¿De qué manera la capacitación constante influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales?	Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales. • Determinar de que manera la mejora continua influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales. • Determinar de qué manera la capacitación constante influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.	significativamente en la calidad de servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales. • La mejora continua influye significativamente en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales. • La capacitación constante influye significativamente en la calidad de servicio que brinda la Facultad de Ciencias de Ciencias empresariales.				



# FICHA DE ENCUESTA

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

9



**INSTRUCCIÓN: Por favor marque o complete con toda sinceridad los recuadros. La información es anónima y con fines solamente estadísticos.**

Edad [ ] Sexo [Masc] [Fem]

Señor (Srta), como usuario de esta facultad, Ud. ha sido seleccionado para desarrollar el siguiente cuestionario, que quiere conocer su opinión sobre EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH.

### ESCALA

TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5

Nº	Enunciado	Escala				
		-				+
<b>PRIMERA VARIABLE</b>						
1	¿Según su opinión, las fortalezas como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5
2	¿Según su opinión, la visión y misión como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5
3	¿Según su opinión, la identificación de las debilidades como componente del planeamiento estratégico cree que, influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5
4	¿Según su opinión, las oportunidades como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5

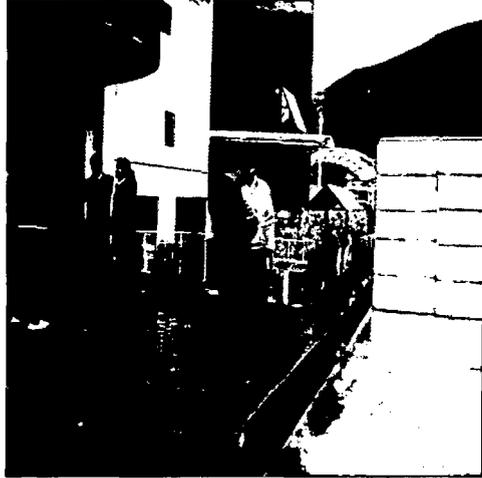
<b>SEGUNDA VARIABLE</b>						
<b>5</b>	¿Según su opinión, las amenazas como componente del planeamiento estratégico cree que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5
<b>6</b>	¿Según su opinión, la satisfacción del usuario cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5
<b>7</b>	¿Según su opinión, la mejora continua, cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5
<b>8</b>	¿Según su opinión, la capacitación constante cree usted que influye en la calidad del servicio que brinda la Facultad de Ciencias Empresariales de la UNH?	1	2	3	4	5

## GALERIA DE FOTOGRAFIA

Los investigadores en el momento de preparar el instrumento de medición



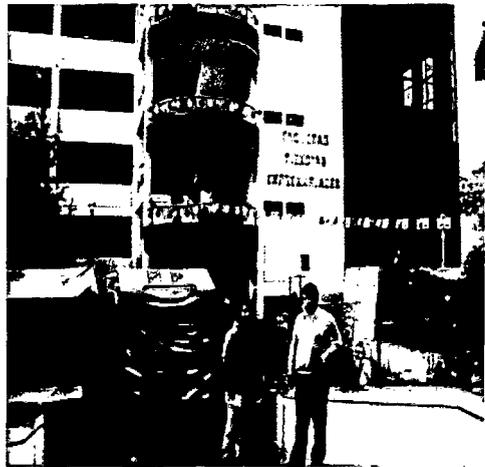
El investigador en el momento de aplicar el instrumento de investigación



El investigador observa a un encuestado



Momento en que el investigador terminan con la aplicación del instrumento de medición





**RESOLUCIÓN N° 0498-2012-FCE-COGUNH-ANR**

Huancavelica, 09 de Octubre del 2012.

**VISTO:**

El Proveído 1649 de fecha 09-10-2012; Oficio N° 0448-2012-EAPA-FCE-UNH, Informe N° 0015-2012-DAPI-EAPA-DFEC-UNH fecha 28-09-2012; Informe N° 048-2012-MJ/EAPA-FCE-UNH de fecha 05-10-2012; Informe N° 016-2012-WRA-JPT-EAPA-FCE/UNH de fecha 19-09-2012; Informe N° 012-2011-AASM-JPT-EAPA-FCE/UNH de fecha 19-06-2012 emitido por el docente asesor y miembros jurados Presidente Jurado, pidiendo Aprobación del Proyecto de Investigación presentado por los Bachilleres en Ciencias Administrativas **ABEL ALEJANDRO CRISPIN COLINA y HEBER PARODI CHOCCELAHUA**; y:

**CONSIDERANDO:**

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 22° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante Resolución N° 459-2003-R-UNH, modificado en Asamblea Universitaria el 27-12-2006-R-UNH las Facultades gozan de autonomía académica, normativa, gubernativa, administrativa y económica.

Que, el Artículo 172° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica prescribe que el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad.

Que, el Artículo 37° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académica Profesional estará integrado por tres docentes ordinarios de la especialidad o afin con el tema de investigación. El jurado será presidido por el docente de mayor categoría y/o antigüedad. La escuela comunicara al Decano d la Facultad para que este emita la resolución correspondiente.

Que, el Artículo 34° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe el Proyecto de Investigación aprobado, será remitido a la Decanato, para que esta emita Resolución de aprobación e inscripción; previa ratificación del consejo de facultad; el graduado procederá a desarrollar el trabajo de investigación, con la orientación del Profesor Asesor. El docente asesor nombrado es responsable del cumplimiento de la ejecución y evaluación del trabajo de investigación.

En uso de las atribuciones conferidas por la Ley Universitaria N° 23733 y el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica y la Resolución de Consejo Universitario N° 0127-2012-COyG-UNH-ANR de fecha 19-09-2012 el Decano de la Facultad;

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1°.- APROBAR** el Proyecto de Investigación Científica titulado: **“PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA-2012”** presentado por las Bachilleres en Ciencias Administrativas **ABEL ALEJANDRO CRISPIN COLINA y HEBER PARODI CHOCCELAHUA** Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

**ARTÍCULO 2°.- Elévese** el presente documento a las instancias pertinentes.

**ARTÍCULO 3°.- Notifíquese** a los interesados para su conocimiento y demás fines.

“Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----”

HUANCAVELICA  
SECRETARIA DOCENTE

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
SECRETARIA DOCENTE

6



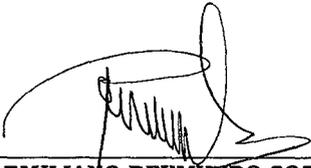
5

**RESOLUCIÓN N° 0498-2012-FCE-COGUNH-ANR**

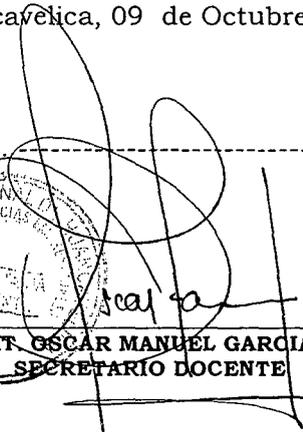
Huancavelica, 09 de Octubre del 2012.

“Regístrese, Comuníquese y Archívese.”



  
MG. CPCC. EMILIANO REYMUNDO SOTO  
DECANO (e)



  
LIC. MAT. OSCAR MANUEL GARCIA CAJO  
\* SECRETARIO DOCENTE

C.c.  
DFEC.  
INTERESADOS



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0295-2013-FCE-R-UNH

Huancavelica, 08 de Agosto del 2013.

**VISTO:**

El proveído N° 1928 de fecha 07-08-2013; Oficio N° 292-2013-EAPA-DFCE-VRAC/UNHCE-UNH de fecha 07-08-13, Informe N° 0015-2013-PJEPI-EAPAD-DFCE-UNH de fecha 25-07-2013; solicitud del Bachiller en Ciencias Administrativas; solicitando la Ratificación de los Miembros del Jurado, y;

**CONSIDERANDO:**

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 22° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante Resolución N° 459-2003-R-UNH, modificado en Asamblea Universitaria el 27-12-2006-R-UNH las Facultades gozan de autonomía académica, normativa, gubernativa, administrativa y económica.

Que, el Artículo 172° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica prescribe que el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad.

Que, el Artículo 36° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe una vez elaborada el informe y aprobado por el docente el asesor, el informe de investigación será presentado en tres ejemplares anillados a la Escuela Académico Profesional correspondiente, pidiendo revisión y declaración de apto para sustentación, por los jurados.

Que, el Artículo 37° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académico Profesional estará integrado por tres docentes ordinarios de la especialidad o afin con el tema de investigación. El jurado será presidido por el docente de mayor categoría y/o antigüedad. La escuela comunicara al Decano de la Facultad para que este emita la resolución correspondiente

Que, el Artículo 38° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe el Jurado nombrado después de revisar el trabajo de investigación dictaminara en un plazo no mayor de 10 días hábiles, disponiendo su pase a sustentación o devolución para su complementación y/o corrección.

Que mediante Informe N° 0015-2013-PJEPI-EAPAD-DFCE-UNH de fecha 25-06-2013 el docente asesor **Lic. Adm. ALBERTO VERGARA AMESZ** emite el resultado final de **APROBACIÓN** de la Tesis Titulado **"PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA"** presentado por los bachilleres **ABEL ALEJANDRO CRISPIN COLINA y HEBER PARODI CHOCCELAHUA.**

En uso de las atribuciones conferidas por la Ley Universitaria N° 23733 y el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica .

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1°.- RATIFICAR** a los Miembros de Jurado para la Revisión y Sustentación de la tesis titulado: **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA"** presentado por el Bachiller **ABEL ALEJANDRO CRISPIN COLINA y HEBER PARODI CHOCCELAHUA.**





SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0295-2013-FCE-R-UNH

Huancavelica, 08 de Agosto del 2013.

- |                                           |            |
|-------------------------------------------|------------|
| • Lic. Adm. Abad Antonio SURICHAQUI MATEO | Presidente |
| • Econ. Juan William RODAS ALEJOS         | Secretario |
| • Mg. Econ. Fredy RIVERA TRUCIOS          | Vocal      |

**ARTÍCULO 2°.- ELÉVESE** el presente documento a las instancias pertinentes.

**ARTÍCULO 3°.- NOTIFÍQUESE** a los interesados para su conocimiento y demás fines.

“Regístrese, Comuníquese y Archívese.-----”



*[Handwritten Signature]*  
Mg. CRCC. DRIS JULIO PALACIOS AGUILAR  
DECANO (e)



*[Handwritten Signature]*  
LIC. ADM. DANIEL QUISPE VIDALON  
SECRETARIO DOCENTE

C.c.  
DFEC.  
Interesados  
Archivo



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 462-2013-FCE-UNH

Huancavelica, 07 de Noviembre del 2013.

VISTO:

Que con el proveído N° 2741 de fecha 28-10-2013 y la Solicitud de los Bachilleres **ABEL ALEJANDRO CRISPIN COLINA y HEBER PARODI CHOCCELAHUA**; pidiendo reprogramación de fecha y hora para la Sustentación Vía Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y;

CONSIDERANDO:

Que, la Universidad Nacional de Huancavelica, es persona jurídica de derecho público interno, se rige por la Constitución Política del Perú, la Ley Universitaria N° 23733, su Ley de Creación 25265, EL Estatuto y sus Reglamentos Internos.

Que, en concordancia al Artículo N° 172 del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al Grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad. Asimismo en su Artículo 22° del mismo cuerpo legal, se establece que las Facultades gozan de autonomía académica, normativa, gubernativa, administrativa y económica.

Que, en virtud al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado con Resolución N° 574-2010-R-UNH, en su Artículo N° 39 si el graduado es declarado Apto para sustentación (por unanimidad o mayoría), solicitara al Decano de la Facultad para que fije lugar, fecha y hora para la sustentación. La Decanatura emitirá la Resolución fijando fecha hora y lugar para la sustentación, asimismo entregará a los jurados el formato del acta de evaluación.

Que, en virtud al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado con Resolución N° 574-2010-R-UNH, en su Artículo N° 46 el graduado, de ser desaprobado en la sustentación del Trabajo de Investigación, tendrá una segunda oportunidad después de 20 días hábiles para una nueva sustentación. En caso de resultar nuevamente desaprobado realizara un nuevo Trabajo de Investigación u optar otra modalidad.

En uso de las atribuciones conferidas por la Ley Universitaria N° 23733 y el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad;

RESUELVE:

**ARTÍCULO 1°.- REPROGRAMAR** la fecha y hora para la Sustentación Vía Tesis de los Bachilleres **ABEL ALEJANDRO CRISPIN COLINA y HEBER PARODI CHOCCELAHUA**, para el día jueves 14 de Noviembre del 2013, a horas 10:00 a.m. en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Empresariales

**ARTICULO 2° ENCARGAR** al Presidente del Jurado el cumplimiento de la presente Resolución y la remisión del acta y documentos sustentatorios al Decanato para su registro y trámite correspondiente



*[Signature]*  
MG. LUIS JULIO PALACIOS AGUILAR  
DECANO (e)



*[Signature]*  
LIE. ADM. DANIEL QUISPE VIDALON  
SECRETARIO DOCENTE

C.c.  
DFEC.  
JURADOS  
ARCHIVO



### ACTO DE SUSTENTACION DE TESIS

EN LA CIUDAD DE HUANCABELLO A LOS 14 DIAS DEL MES DE NOVIEMBRE A HORAS 10.00 AM REUNIDOS EN LA CIUDAD DE POTURUNPO EN LOS PABELLONES DEL ANO HABANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES SE REUNIERON LOS MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR DOCENTES:

- |                                           |            |
|-------------------------------------------|------------|
| Lic. ADM. ADON ANTONIO SURICHONQUI RIVERO | PRESIDENTE |
| ECON. JUAN WILSON RODAS ALFARO            | SECRETARIO |
| Mg. ECON. FREDY RIVERO TRUCCO             | YO CAL     |

NOMBRADOS CONFORME A LA RESOLUCION N° 0295-2013-PCG-R-UNH CON LA FINANCIA DE EVALUAR Y CALIFICAR LA SUSTENTACION DE TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LIC. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LOS BACHILLERES: ABEL DIEGO ANDRÉS CRISPIN COLLAO Y HEBEL PARODI CHOCCOLOHUA DE LA TESIS "PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABELLO" EL CUAL FUE DECIDIDO APTO PARA LA SUSTENTACION CON RESOLUCION N° 0168-2013-PCG-R-UNH EL CUAL SE FIJO LA FECHA Y HORA PARA LA SUSTENTACION.

ESTANDO PRESENTE LOS MIEMBROS DEL JURADO EN ABSENDA Y LOS BACHILLERES SUSTENTANTES SE DIO INICIO A LA SUSTENTACION, OTORGANDO 30' PARA EL DESARROLLO DE LA SUSTENTACION.

HABIENDO CULMINADO LA PRIMERA FASE SE PASO A LA FORMULACION DE PREGUNTAS POR LOS MIEMBROS DEL JURADO. CULMINADO ESTO PASO, EL PRESIDENTE INVITO AL PUBLICO PRESENTE Y A LOS SUSTENTANTES A RETIRARSE DEL PABILLO PARA PROCEDER A DECIBERAR.

DEPO DE HABER DECIBERADO, EL PRESIDENTE HIZO LAS PREGUNTAS DE ORDEN LLEGANDO DESPUES DE HABER DECIBERADO SE TOMO LA DECISION DE APROBADO POR UNANIMIDAD SE PUDO POR TERCERADO LA SUSTENTACION DE TESIS SIENDO LAS 11.45 AM DEL MISMO DIA. SE CIERRO POR CONCLUIDO EL ACTO.

FORMAN AL PIE DEL PASANTE.

