

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**



**Administración Estratégica y Calidad de Servicio de eventos Mí**  
**Alexa La Peña – Querecotillo - Sullana**

**Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en**  
**Administración**

**Autora**

Carreño Cavero, Sally Skariet

**Asesor**

Cruz Cruz, Oscar Porfirio

Código ORCID – 0000-0002-4478-8894

**Piura – Perú**

**2017**

## Índice general

INDICE.....	i
PALABRAS CLAVE.....	ii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD.....	iii
TÍTULO.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	1
METODOLOGÍA.....	18
RESULTADOS.....	20
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	35
CONCLUSIONES .....	45
RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	48
ANEXOS Y APÉNDICES - .....	54

## Palabras Clave

Tema: Administración Estratégica y Calidad de Servicio

Especialidad: Administración

## Línea de Investigación

<b>Universidad</b>	Universidad San Pedro
<b>Facultad</b>	Ciencias Económicas y Administrativas
<b>Área OCDE</b>	5. Ciencias Sociales
<b>Sub área</b>	5.2 Economía y Negocios
<b>Disciplina</b>	Negocios y Management
<b>Sub Línea</b>	Gestión de Personas

## Keywords

Theme: Strategic management and quality of service

Specialty: Administration

## Investigation line

<b>College</b>	San Pedro University
<b>Faculty</b>	Economic and Administrative Sciences
<b>OECD área</b>	5. Social Sciences
<b>Sub área</b>	5.2 Economy and Business
<b>Discipline</b>	Business and Management
<b>Sub line</b>	People Management



**USP**  
UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

### HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "**Administración Estratégica y Calidad de Servicio de eventos Mí Alexa La Peña - Querecotillo - Sullana**" del (a) estudiante: **CARREÑO CAVERO SALLY SKARIET**, identificado(a) con Código N° **2112000025**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **30%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 23 de enero de 2024

UNIVERSIDAD SAN PEDRO  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
  
Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN  
VICERRECTOR



**NOTA:** Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

**Título**

**Administración Estratégica y Calidad de Servicio de eventos Mí  
Alexa La Peña – Querecotillo - Sullana**



## **Resumen**

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito analizar cómo la administración estratégica influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa; esta investigación utilizó un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal, descriptivo y la recolección de datos, se realizó mediante la técnica de la encuesta a 90 clientes y 20 colaboradores. Entre los resultados un 75% de los colaboradores tienen conocimiento de la misión y visión de la empresa; en un 50% siempre se sienten comprometidos con los objetivos y valores de la empresa; en un 85% siempre cumplen con las metas propuestas por la empresa, para la consecución de los objetivos. En un 60% los clientes siempre conocen que las metas que plantea la empresa brindan seguridad para la realización de su evento; contribuyendo al aprovechamiento de las oportunidades y enfrentar los desafíos del entorno. En 55% de los colaboradores están totalmente de acuerdo que al no contar con herramientas estratégicas, ocasionaría que la empresa pierda tiempo y exceso de costos; constituyendo una desventaja competitiva que le impide mejorar la calidad de servicio y desarrollar eficientemente sus funciones y un 97% los colaboradores están de acuerdo que la evaluación de los factores tanto internos, como externos permiten que la empresa actúe con rapidez ante cualquier problema que se le presente; por lo tanto es favorable que los directivos de la empresa conozcan cuales son las oportunidades amenazas a los cuales está expuesto la organización y evitar que se den cambios bruscos que afecten el desarrollo de las actividades de la empresa. Según lo observado e investigado los clientes y colaboradores de la empresa están totalmente de acuerdo que la administración estratégica si incide en la calidad de servicio de la empresa.

---

**Palabras Clave: Administración estratégica y Calidad de servicio**

## **Abstract**

The present research has the objective to analyze how the strategic administration influences in the quality of service of the event company My Alexa; This research used a quantitative focus, non-experimental, crosssectional, descriptive and data collection, it was done by the survey technique to 90 clients and 20 collaborators.

Among the results, 75% of the collaborators are aware of the mission and vision of the company; 50% of them always feel committed to the objectives and values of the company; 85% always accomplished with the goals proposed by the company, to achieve the objectives.

60% of customers always know the goals the company poses to provide security for the performing of the event; Contributing to take advantage of the opportunities and face the challenges of the environment.

55% of the collaborators are totally agree that without having strategic tools, would cause the company to lose time and excess costs; Constituting a competitive disadvantage which prevents the improving of service quality and develops its functions efficiently and 97% of collaborators agree the evaluation of both internal and external factors allow the company to act quickly in any problems presented; Therefore, it is favorable for company executives to know the opportunities that the organization is exposed to and to avoid abrupt changes that affect the development of the company's activities.

According to the observed and investigated the clients and collaborators of the company totally agree that the strategic administration affects the quality of Company service.

---

**Keywords: Strategic management and quality of servic**

## 1. Introducción

Entre los antecedentes que se han trabajado en esta investigación se presenta:

Urbina (2015) menciona en términos generales, los usuarios experimentan el servicio como uno de nivel medio en cuanto a calidad, destacando factores como la seguridad y la empatía. Es relevante mencionar que la evaluación de la calidad del servicio está a tan solo 0.005 puntos de alcanzar el nivel considerado como alto. Cabe resaltar que a esta empresa le faltaba muy poco para poder brindar un servicio de calidad alta. Es de suma importancia que la empresa ponga énfasis en lo que concierne al buen desempeño de los colaboradores para que logre brindar un servicio óptimo, permitiéndoles a todos sus clientes sentirse satisfecho por lo que le brindan. No dejando desapercibido que, si las empresas de hoy brindan seguridad y empatía a sus clientes, lograrán que se fidelice y garantice su próximo retorno.

Además, Pérez (2012) señala que la apariencia de la infraestructura tiene un impacto visual en las elecciones de los clientes. La impresión de un entorno limpio y bien mantenido establece una conexión positiva entre la empresa y sus usuarios. Aunque la compañía recibió una satisfacción positiva por parte de los clientes en cuanto a la infraestructura, aún necesita mejorar la organización del personal para llevar a cabo una limpieza más efectiva. Los costos asociados con el mantenimiento de este entorno limpio son notables, pero ejercen influencia en las decisiones de los usuarios, contribuyendo así a mejorar la calidad del servicio al cliente. Es indispensable que, en toda empresa de servicio, el ambiente se encuentre en buenas condiciones que le permita a los clientes sentirse satisfechos; para ello la empresa debe de organizar muy bien a su personal, no importándole los gastos que esto pueda ocasionar, lo único importante que deben tener presente es que el servicio que este brindando sea eficiente.

Asimismo, Vela y Zavaleta (2014) consideran que la valoración de las distintas facetas de la calidad del servicio, que abarcan desde una infraestructura moderna

hasta la confiabilidad, empatía y respuesta, genera una influencia positiva en los clientes. Esta influencia surge de la confianza que los clientes depositan en los productos ofrecidos y de la atención recibida por parte de los promotores de ventas, quienes están dispuestos a atender cualquier pregunta o inquietud que puedan tener respecto a los productos, se puede decir que la calidad de servicio, se relaciona de manera directa con el nivel de ventas que se obtiene; también lo que influye es como el promotor de ventas trata al cliente, como este interactúa y a la vez informa del producto que brinda, por consiguiente la infraestructura también repercute en la calidad porque es el cliente quien visualiza toda la comodidad que se brinda ; desde sus instalaciones hasta como es tratado y si el servicio es tan bueno le generará beneficios rentables como en este caso aumentar el nivel de ventas.

Según, Pachuca (2005) la administración estratégica es y será por siempre, la mejor herramienta para aumentar la rentabilidad y disminuir desperdicios, todos los integrantes de la empresa deberán adaptarse a las prácticas y modelos, si es que quieren ser trabajadores y empresarios con éxito. Sin duda alguna la conclusión que nos brinda Pachuca es la realidad porque si las empresas de hoy no aplican herramientas que les ayuden a cumplir con sus objetivos planteados, no obtendrán beneficios financieros y no financieros. Para ello es importante que tanto los directivos como empleados participen en las actividades de formulación, implementación y evaluación de las estrategias de la empresa.

Por último, Jara (2005) refiere que la implementación de la Dirección Estratégica demanda un líder que, además de fundamentar su liderazgo en valores y principios y poseer carisma, sea esencialmente eficaz. Esto es crucial para alcanzar los objetivos estratégicos de la organización y obtener la aprobación de la sociedad. Todo gerente de una empresa debe cumplir con principios éticos. Al mismo tiempo es indispensable que tanto los líderes como directivos estén pendientes de los cambios internos como externos, si pretenden lograr que las metas y objetivos

propuestos sean cumplidos. Puesto que si no están atentos de los cambios que pueden presentarse no les garantizará el éxito de la empresa.

**Como parte de la fundamentación científica de la variable administración estratégica se menciona a Fred (2013)** quien la describe como la habilidad tanto artística como científica de concebir, implementar y evaluar decisiones interdisciplinarias que posibilitan que una empresa alcance sus metas. Su enfoque se centra en la integración de la gestión, el marketing, las finanzas, la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y desarrollo, así como los sistemas de información, con el propósito de garantizar el éxito organizacional. En este contexto, el término administración estratégica se emplea de manera intercambiable con la expresión planeación estratégica, siendo un concepto frecuentemente utilizado en el ámbito empresarial. Wheelen y Hunger (2007) la administración estratégica se concibe como un conjunto de decisiones y acciones administrativas que definen el desempeño a largo plazo de una corporación.

*Modelo de la A.E.* Fred (2013) La mejor manera de estudiar y aplicar el proceso de administración estratégica es a través de la utilización de un modelo globalmente aceptado. Aunque no asegura el éxito, dicho modelo presenta un enfoque claro y práctico para desarrollar, ejecutar y evaluar estrategias. En la elaboración de un plan estratégico, es esencial abordar tres interrogantes fundamentales: ¿Cuál es nuestra posición actual? ¿Cuál es nuestro objetivo? ¿Cómo lograremos dicho objetivo? Cualquier modificación en los elementos principales del modelo afecta a uno o varios de los demás. Se subraya la relevancia de la ética empresarial, la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental, ya que impactan en todas las actividades en el marco de la administración estratégica.

*Etapas de la A.E.* Se compone de tres fases: formulación, ejecución y evaluación de estrategias.

1) La formulación de estrategias: Implica la creación de una visión y misión, la identificación de oportunidades y amenazas externas, la evaluación de fortalezas y debilidades internas, el establecimiento de objetivos a largo plazo, la generación de diversas estrategias y la selección de aquellas específicas a seguir. Dado que los recursos de cualquier empresa son limitados, los estrategas deben determinar qué estrategias ofrecen mayores beneficios. Las decisiones tomadas en la formulación de estrategias comprometen a la organización con productos, mercados, recursos y tecnologías durante un período prolongado. Las estrategias son fundamentales para establecer ventajas competitivas a largo plazo.

a) Declaración de la visión y misión: La elaboración de una declaración de visión responde a la pregunta fundamental sobre la dirección futura de la organización y sirve como base para formular una declaración de misión detallada. La visión, preferiblemente concisa y enriquecida con aportes de diversos directivos, adquiere una importancia crucial según la perspectiva de Drucker, quien establece una equivalencia entre la pregunta sobre el negocio y la misión. La declaración de misión, que representa la expresión perdurable del propósito distintivo de la organización, juega un papel esencial en la definición de objetivos y la formulación de estrategias efectivas. Es esencial que abarque nueve componentes, tales como clientes, productos, mercados, tecnología, supervivencia, crecimiento, rentabilidad, filosofía, autoconcepto, imagen pública y consideración por los empleados, centrándose en la ventaja competitiva. En el marco del modelo de administración estratégica, es imperativo contar con una declaración clara de visión y misión antes de emprender estrategias alternativas, destacando la participación activa de gerentes y directivos como un factor vital para el compromiso de las personas con la organización.

b) Auditoría externa: Las influencias externas desempeñan un papel en la elaboración de estrategias, decisiones de adquisiciones y ventas, así como en la oferta de servicios. Para comprender y comprometerse con la administración estratégica, es esencial que la auditoría externa involucre a gerentes y empleados. Estas influencias se dividen en categorías como fuerzas económicas, sociales,

culturales, demográficas, ambientales, políticas, gubernamentales, legales, tecnológicas y competitivas. Mientras que las fuerzas económicas afectan las estrategias, las sociales y culturales impactan en productos, servicios y mercados. Los cambios en políticas y legislación incluyen aspectos como patentes y tasas de impuestos. Las fuerzas tecnológicas influyen en productos, procesos y competencia. La identificación y evaluación de competidores son fundamentales en la auditoría externa, dado que la industria adquiere un papel vital en la gestión estratégica. La movilización y empoderamiento de gerentes y empleados resultan cruciales para anticipar oportunidades y amenazas, evitando estrategias ineficaces y la pérdida de oportunidades.

c) Auditoría Interna: El procedimiento de una auditoría interna guarda similitudes con el de una auditoría externa al centrarse en identificar fortalezas y debilidades, requiriendo la participación de gerentes y empleados de toda la empresa. La auditoría interna implica recopilar y asimilar información sobre diversas áreas como gerencia, marketing, finanzas, contabilidad, producción, operaciones, investigación y desarrollo (I&D), y sistemas de administración de información. En comparación con la auditoría externa, brinda mayores oportunidades para que los participantes comprendan cómo sus roles y divisiones se integran en la organización. Este proceso resulta beneficioso, ya que mejorar el desempeño de los empleados y gerentes al comprender sus impactos en otras áreas y actividades de la empresa.

d) Establecer objetivos a largo plazo: Los objetivos deben ser cuantitativos, medibles, sensatos, claros, retadores, escalonados, asequibles y coherentes entre las diversas unidades organizacionales, cada uno con su propio plazo. Establecer objetivos de manera clara prioriza, reduce la incertidumbre, minimiza conflictos, estimula el esfuerzo y facilita la asignación de recursos y el diseño de tareas. Los objetivos financieros incluyen aumentar ingresos, utilidades, dividendos, márgenes de utilidad, rendimientos sobre la inversión, utilidades por acción, precio por acción y flujo de efectivo. Por otro lado, los objetivos estratégicos abarcan una mayor participación de mercado y tiempos de entrega más rápidos que la competencia.

e) Generación, evaluación y selección de las estrategias: La personalización y valoración de estrategias alternativas deben incluir a muchos directivos y empleados que participaron en la formulación de declaraciones de visión y misión, así como en las auditorías interna y externa. Todos los participantes en el análisis estratégico deben tener información de ambas auditorías. Una vez que las estrategias se han presentado y comprendido, los participantes deben clasificarlas en términos de su atractivo: No implementar, considerar implementar, o implementar. Este proceso resulta en una lista jerarquizada de las mejores estrategias, reflejando las perspectivas del grupo.

f) Ejecución de la estrategia (Temas de administración): La implementación estratégica demanda que la empresa establezca metas anuales, elabore políticas, motive al personal y destine recursos para ejecutar las estrategias formuladas. Implica instaurar una cultura que respalde la estrategia, establecer una estructura organizacional efectiva, dirigir esfuerzos de marketing, elaborar presupuestos, desarrollar sistemas de información y vincular la remuneración al rendimiento organizacional. Es la fase más desafiante de la administración estratégica, exigiendo disciplina, compromiso y sacrificio. Estrategias formuladas, pero no implementadas carecen de utilidad. Wheelen y Hunger (2007) La implementación de estrategias ejecuta estrategias y políticas mediante programas, presupuestos y procedimientos. La formulación de estrategias se concentra en preparar fuerzas antes de la acción, mientras que la implementación se encarga de gestionarlas durante la acción. La formulación busca la efectividad, siendo un proceso intelectual que requiere habilidades intuitivas y analíticas. Por otro lado, la implementación se centra en la eficiencia, siendo un proceso operacional que exige habilidades especiales de motivación y liderazgo. La formulación coordina a pocos individuos, mientras que la implementación implica la coordinación de muchos.

2. *Implementación de la estrategia (Temas de Marketing, finanzas, contabilidad y I & D)*: El triunfo o fracaso en la ejecución de estrategias está condicionado por diversas variables de marketing, aunque este texto no permite explorar todas ellas. Algunos ejemplos de decisiones de marketing que podrían necesitar políticas

incluyen cómo mejorar la eficacia mediante anuncios interactivos, aprovechar las interacciones en redes sociales como Facebook o Twitter, emplear concesiones exclusivas o diversos canales de distribución, optar por publicidad televisiva abundante, ligera o nula, restringir o no la cantidad de negocios con un solo cliente, asumir el papel de líder o seguidor en precios, proporcionar garantías extensas o limitadas, y remunerar a los vendedores con salario, comisiones o una combinación de ambos.

*Adquirir capital para implementar estrategias:* Para lograr una implementación exitosa de estrategias, a menudo se requiere capital adicional. Además de las utilidades netas de las operaciones y las ventas de activos, las dos fuentes principales de capital para una organización son la deuda y el capital social. El análisis de utilidades por acción y utilidades antes de intereses e impuestos (EPS/EBIT) es la técnica más comúnmente utilizada para determinar si la deuda, las acciones o una combinación de ambas son la mejor alternativa para obtener el capital necesario para implementar las estrategias.

*Temas de I + D:* Puede ser una parte esencial de la implementación de estrategias. Estas personas generalmente se encargan de desarrollar nuevos productos y mejorar los existentes, facilitando así la ejecución efectiva de las estrategias. Las encuestas indican que las organizaciones más exitosas emplean una estrategia de I+D que conecta oportunidades externas con fortalezas internas, alineándose con los objetivos de la empresa.

*Temas de SIG:* Las compañías que recopilan, asimilan y evalúan de manera eficiente la información, tanto interna como externa, están obteniendo ventajas competitivas destacadas sobre sus competidores. La presencia de un sistema de información gerencial eficaz puede ser el factor más crucial que distinga a una empresa exitosa de otra que no lo sea. La etapa final es la evaluación de estrategias; los directivos necesitan determinar rápidamente si ciertas estrategias no están funcionando adecuadamente, siendo el medio principal para obtener esta información. Todas las tácticas están sujetas a modificaciones futuras debido a la constante variabilidad de los factores internos y externos.

3. *Medir y evaluar el desempeño*, la evaluación involucra tres actividades esenciales:

Examen de los fundamentos de las tácticas: Podría llevarse a cabo mediante el desarrollo de una matriz EFE y una EFI revisada, centrándose en los cambios en las fortalezas y debilidades en áreas como gerencia, marketing, finanzas, contabilidad, producción y operaciones, I&D y sistemas de información de la organización. Después de la revisión, se debe evaluar qué tan efectivas han sido las estrategias de la empresa en respuesta a las oportunidades y amenazas clave.

Medición del rendimiento: Otra actividad crucial en la evaluación de estrategias es la medición del desempeño organizacional. Este proceso implica comparar los resultados esperados con los reales, analizar desviaciones en los planes, evaluar el rendimiento individual y revisar el progreso hacia los objetivos establecidos.

Implementar acciones correctivas: La última fase de la evaluación de estrategias implica llevar a cabo medidas correctivas, lo que implica realizar cambios para reposicionar a una empresa competitivamente para el futuro. La aplicación de acciones correctivas puede generar ansiedad entre empleados y gerentes. La investigación indica que la participación en las actividades de evaluación de estrategias es una de las estrategias más efectivas para superar la resistencia al cambio en las personas. Wheelen y Hunger (2007) La evaluación y control constituyen un proceso mediante el cual se supervisan las actividades corporativas y los resultados del desempeño para comparar el rendimiento real con el rendimiento planificado. Para lograr la eficacia en la evaluación y control, los administradores necesitan obtener información clara, oportuna e imparcial del personal que se encuentra bajo su supervisión en la jerarquía corporativa.

El proceso de retroalimentación y aprendizaje, según Wheelen y Hunger (2007), implica que, al formular estrategias y programas, una empresa debe examinar y corregir elecciones previas. La globalización y el comercio electrónico, como indican Wheelen y Hunger (2007), han alterado la forma en que las compañías llevan a cabo sus operaciones. La globalización ha motivado a las empresas a contemplar mercados globales para mantener su competitividad, mientras que el

comercio electrónico, que implica el uso de internet para realizar transacciones comerciales, ha redefinido el mercado global y modificado la dinámica entre clientes, proveedores y empresas. La toma de decisiones estratégicas, en un entorno complejo y en constante cambio, se torna más compleja a medida que las organizaciones crecen. Wheelen y Hunger (2007) destacan tres atributos de las decisiones estratégicas: son infrecuentes, significativas y demandan un proceso de toma de decisiones perfeccionado. Proponen un procedimiento que incorpora la evaluación de resultados, revisión del gobierno corporativo, análisis del entorno externo e interno, evaluación FODA, formulación y elección de estrategias, implementación y evaluación continua. En resumen, Wheelen y Hunger (2007) resaltan la importancia de aprender de elecciones previas, ajustarse a la globalización y al comercio electrónico, y perfeccionar el proceso de toma de decisiones estratégicas para enfrentar la complejidad y la incertidumbre del entorno empresarial.

La gestión estratégica, según Wheelen y Hunger (2007), conlleva diversos beneficios. La investigación sugiere que las organizaciones que participan en este proceso superan en rendimiento a aquellas que no lo hacen. La gestión estratégica posibilita que una organización sea proactiva en la configuración de su futuro, tomando la iniciativa e influyendo en las actividades en lugar de simplemente reaccionar. El beneficio principal radica en asistir a las empresas en la formulación de estrategias más efectivas mediante un enfoque sistemático y lógico. El propio proceso, más que la decisión o el documento final, representa la contribución más relevante. La comunicación desempeña un papel crucial para el éxito de la gestión estratégica, ya que, a través del diálogo y la participación, tanto gerentes como empleados se comprometen a respaldar la organización. La comprensión y el compromiso destacan como beneficios clave, ya que cuando todos comprenden la misión y razón de ser de la organización, se integran en ella y se comprometen a contribuir. Un beneficio significativo es el empoderamiento, fortaleciendo el sentimiento de eficacia en los empleados, alentándolos a participar en la toma de decisiones y ejercer su iniciativa. Aunque la gestión estratégica no asegura el éxito

y puede resultar disfuncional si se lleva a cabo de manera desordenada, cada vez más empresas la emplean para tomar decisiones efectivas. La participación de gerentes y empleados en la formulación, implementación y evaluación de estrategias es crucial para lograr compromiso y realizar cambios necesarios.

En relación a la segunda variable: Calidad de servicio: Pizzo (2013) refiere que la gestión de la calidad de servicio implica abordar la complejidad integral de una organización, incluyendo políticas, capacitación del personal, relaciones laborales, sistemas, retroalimentación de clientes y diseño de servicios. Debido a esta complejidad, muchas organizaciones se ven paralizadas, sin saber cómo iniciar. Larrea (1991) señala que el servicio no es una concepción impreciso o inmaterial, a pesar de su intangibilidad; más bien, requiere manifestarse a través de acciones, operaciones y procesos específicos. Si la calidad percibida conduce a la satisfacción, esta última debería influir en el comportamiento del cliente, estimulando nuevas compras y fortaleciendo su lealtad. En el contexto de la "calidad de servicio", nos referimos a un conjunto definido de prestaciones accesorias, tanto cuantitativas como cualitativas, que acompañan a la prestación principal, ya sea esta un producto o un servicio

En el pasado, Paul Flipo identificó diez factores clave que influyen la percepción de un servicio de calidad, los cuales incluyen Fiabilidad (realizar las tareas correctamente desde el principio), Capacidad de respuesta, Tangibilidad, Cortesía, Competencia, Seguridad, Credibilidad, Accesibilidad, Comunicación, y Comprensión y conocimiento del cliente. Posteriormente, Parasuraman, Zeithmal y Berry sintetizaron estos elementos en cinco categorías: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Tangibilidad, Aseguramiento (que abarca cortesía, competencia, seguridad y credibilidad), y Empatía (que incluye accesibilidad, comunicación y conocimiento del cliente). La conexión entre la prestación principal y el servicio han sido centro de análisis exhaustivos, y algunas conclusiones destacadas incluyen: El servicio debe centrarse inherentemente en la prestación principal. Un servicio de calidad no puede mantenerse de manera sostenible si se basa en un producto o

servicio principal deficiente (aunque pueda disimularlo temporalmente). En mercados donde es difícil diferenciar productos o servicios, la diferenciación puede lograrse a través del servicio. Cuando la prestación principal es difícil de comprender o percibir para el cliente, la percepción del servicio tiende a influir en él. En general, la calidad de servicio es más difícil de controlar que la calidad del producto o servicio principal. La evidencia empírica respalda la idea de que las empresas que se esfuerzan por mejorar su servicio suelen destacar tanto en productividad como en calidad técnica o de prestación principal. En este punto, la definición de calidad de servicio es "la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas", y no requiere comentarios adicionales.

*La calidad de servicio como ventaja competitiva:* De acuerdo con otra clasificación posible, las ventajas competitivas se dividen principalmente en dos grandes categorías. La primera implica tener un dominio diferenciado en el mercado, entendido en un sentido amplio que abarca la capacidad para comprender las necesidades del mercado, comunicar de manera efectiva, demostrar capacidad de respuesta, proyectar una imagen de prestigio, ganarse la lealtad y fidelidad de los clientes, y tener una presencia establecida, entre otros aspectos. Esto se debe a que, en un mercado competitivo, las expectativas del cliente suelen ser elevadas y los productos o servicios principales carecen de diferenciación a los ojos del cliente.

*Relevancia de la calidad de servicio:* López (2013) El enfoque en el servicio al cliente ha crecido en consonancia con el aumento de la competencia. A medida que la competencia se intensifica, los clientes tienen más opciones para decidir dónde obtener el producto o servicio que necesitan. En este contexto, la relevancia radica en mejorar y ajustar continuamente el servicio al cliente para satisfacer las necesidades de los clientes, ya que son ellos quienes tienen la última palabra en la toma de decisiones. Keith (1991) menciona que los clientes, cada vez más críticos, tienen expectativas de un servicio mejor. La baja calidad del servicio suele atribuirse a empleados que no poseen habilidades fundamentales y carecen de interés en la

atención al cliente. La insatisfacción laboral, derivada de una compensación inadecuada y la falta de oportunidades de ascenso, se traduce en un servicio deficiente. Los trabajadores no se enorgullecen de empleos desagradecidos, donde la dirección proporciona escasa información y motivación, y la formación se enfoca más en aspectos mecánicos o técnicos que en la satisfacción del cliente.

*Modelo Servqual:* un método de evaluación de factores clave que cuantifican la calidad de los servicios, se fundamenta en un modelo clásico. Este modelo postula que los clientes generan expectativas previas a la recepción del servicio, y luego, al recibirlo, evalúan diversos factores o dimensiones para formar su percepción. La discrepancia entre expectativas y percepciones del cliente determina el Índice de Satisfacción del Cliente, obtenido mediante el procesamiento de la información recopilada por SERVQUAL. Este método examina los resultados para evaluar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, aplicándose tanto en el enfoque nórdico como en el norteamericano. Inicialmente concebido para medir desviaciones en servicios del sector terciario, SERVQUAL considera diversas fuentes que influyen en las expectativas del cliente. Proporciona un Índice de Calidad del Servicio y clasifica defectos de calidad, destacándose como el principal método de medición, con otras evaluaciones de satisfacción del cliente basadas en ajustes de SERVQUAL.

Indicadores conocidos como métricas de calidad dimensional se dividen en elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los elementos tangibles abordan la apariencia de instalaciones, equipos, empleados y materiales de comunicación. La fiabilidad se centra en la capacidad de cumplir con el servicio prometido sin errores. La capacidad de respuesta se refiere a la disposición para ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de manera rápida y eficiente. La seguridad implica el conocimiento del servicio, la cortesía del personal y la habilidad para transmitir confianza al cliente. La empatía destaca la

atención individualizada al cliente y la habilidad para comprender sus pensamientos y deseos.

SERVQUAL emplea un cuestionario diseñado para recopilar información del cliente sobre estas dimensiones de calidad del servicio, evaluando percepciones frente a expectativas, la relevancia de las dimensiones y las intenciones de comportamiento. Cada dimensión se desglosa en subdimensiones que influyen en la percepción del cliente, y estas subdivisiones generan las preguntas del cuestionario en SERVQUAL. Las preguntas se centran en los aspectos más significativos de cada dimensión que definen la calidad del servicio del proveedor.

El cuestionario SERVQUAL está organizado en cinco dimensiones, cada una con preguntas específicas diseñadas para evaluar diversos aspectos del servicio:

**Elementos tangibles:** Se evalúa la apariencia moderna de equipos, la atractividad visual de las instalaciones, la pulcritud de los empleados y el atractivo visual de materiales.

**Fiabilidad:** Se valora la capacidad de la empresa para cumplir con promesas de tiempo, demostrar un interés auténtico en resolver problemas, ejecutar el servicio correctamente desde la primera vez, concluir el servicio según lo prometido y mantener registros sin errores.

**Capacidad de respuesta:** Se examina la comunicación sobre la conclusión del servicio, la rapidez en ofrecer el servicio, la disposición constante para ayudar y la disponibilidad para responder preguntas.

**Seguridad:** Se evalúa el comportamiento que genera confianza, la sensación de seguridad en las transacciones, la amabilidad de los empleados y sus conocimientos suficientes para responder preguntas.

**Empatía:** Se analiza la atención individualizada, la conveniencia de los horarios, la atención personalizada, la preocupación por los intereses del cliente y la comprensión de necesidades específicas.

El cuestionario emplea una escala de medición Likert del 1 al 7, donde el valor 1 indica "totalmente insatisfecho" y el 7 "totalmente satisfecho". El rango de

satisfacción del cliente se determina en función del porcentaje obtenido en la escala, que va desde 0-20% hasta 80-100%.

**En relación a la justificación** de la investigación, el presente trabajo de estudio se enfocó en estudiar la administración estratégica y la calidad de servicio, ya que, debido a los constantes cambios, las empresas se ven sometidas a aplicar herramientas que le accedan brindar una superioridad competitiva en el mercado laboral.

Justificación Teórica, la presente indagación buscó por medio de la aplicación de la teoría y las nociones básicas de la teoría de los dos factores de administración estratégica y calidad de servicio, han permitido encontrar explicaciones internas con respecto a las fallas en el ambiente laboral, relaciones interpersonales, clima laboral, la comunicación, y problemas relacionados con la calidad del servicio de la sociedad de eventos, que pueden afectar en el provecho de los objetivos de la compañía en estudio. Esto permitió al investigador contrastar diferentes conceptos de las variables de investigación y se obtuvieron resultados reales de la situación de la empresa de eventos mi Alexa.

Justificación práctica, la investigación es importante porque de acuerdo con los objetivos de estudio los resultados servirán como aporte para mejorar la administración estratégica y calidad de servicio de eventos mi Alexa la Peña Querecotillo – Sullana ; lo cual permitirá encontrar soluciones concretas a problemas por falta de una buena administración estratégica y lograr mejorar la calidad del servicio, para poder lograr las metas propuestas por la empresa y que el trabajador se sienta a gusto y alcancen los mejores resultados, Puesto que con los resultados la investigación también se tiene posibilidades de proponer cambios en algunos procedimientos, haciendo que la empresa sea más competitiva y se desenvuelva de manera exitosa en el mercado.

Para la investigación se utilizaron técnicas como el cuestionario y su procesamiento en Excel, que permitieron describir los indicadores de la administración estratégica y calidad del servicio de la empresa de eventos mi Alexa la Peña Querecotillo Sullana, lo que permitió lograr los objetivos del estudio. Además de echar de ver la correspondencia que existe entre la administración estratégica con respecto a sus dimensiones en la Calidad del Servicio, además los resultados de la investigación es la situación real en la que se

encuentra la empresa apoyada por la técnica e instrumento de investigación validadas por expertos en el tema de estudio.

Justificación científica, la investigación sirve para que los investigadores tengan conocimiento de que se han hecho investigaciones en este ámbito, y puedan utilizarla como antecedente a los estudiantes para realizar futuros estudios más profundos de estas variables. La gestión estratégica se ha revelado como un valioso recurso al facilitar la formulación de estrategias más eficaces en las organizaciones mediante un enfoque sistemático y lógico. La carencia de administración estratégica en la actualidad deja a las empresas sin una dirección clara. Este proceso garantiza que las empresas cuenten con una estrategia organizacional apropiada, fomentando la comunicación integral, la ética y la responsabilidad social. Facilita la detección y aprovechamiento de oportunidades, proporciona una visión objetiva de los problemas, coordina y controla eficientemente las actividades, minimiza las consecuencias de cambios adversos, asigna recursos de manera efectiva, respalda decisiones importantes, reduce el tiempo y los recursos dedicados a corregir errores, mejora la comunicación interna, delimita responsabilidades individuales, promueve el razonamiento y una actitud positiva ante los cambios, y añade disciplina a la administración empresarial.

En relación al problema; ¿Cuál es el efecto de la Administración Estratégica en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa la Peña Querecotillo - Sullana?

En relación a la conceptualización y operacionalización de variables; se presenta el marco conceptual de la administración estratégica: Fred (2003) la describe como la combinación de habilidades artísticas y científicas para concebir, implementar y evaluar decisiones que guíen a una empresa hacia el logro de sus metas. Esta disciplina se enfoca en la integración efectiva de diversas áreas, como gerencia, mercadotecnia, finanzas, contabilidad, producción, operaciones, investigación y desarrollo, así como sistemas de información por computadora, con el fin de asegurar el éxito empresarial. Su objetivo fundamental radica en descubrir y generar oportunidades innovadoras para el futuro, en contraste con la planificación a largo plazo, que busca optimizar las tendencias actuales hacia el futuro.

Enunciación de la estrategia: Fred (2003) engloba la formulación de la visión y misión, el análisis de oportunidades y amenazas externas, la evaluación de las fortalezas y debilidades internas, y la definición de estrategias específicas. Implica la toma de decisiones acerca de la entrada o salida de negocios, la asignación de recursos, la expansión o diversificación de operaciones, así como la consideración de incursiones en mercados internacionales o fusiones con otras empresas.

Ejecución de la estrategia: Fred (2003) Comúnmente denominada como la fase de implementación de estrategias, implica movilizar a empleados y gerentes para ejecutar las estrategias formuladas. Este proceso dependerá en gran medida de la habilidad de los gerentes para motivar a los empleados, siendo más un arte que una ciencia.

Valoración de la estrategia: Fred (2003) implica la evaluación de la efectividad de las estrategias y constituye la principal vía para obtener información al respecto.

Calidad de servicio: Rosander (1994) la interacción entre el cliente y el vendedor en una situación cara a cara constituye el servicio. La calidad de servicio se refiere a lo que el cliente experimenta durante esta interacción. El objetivo de la calidad de servicio es cumplir con las expectativas del cliente al eliminar aspectos que no cumplen con los estándares de calidad.

Infraestructura: United Nations Impulsa el crecimiento económico y crea condiciones propicias para el desarrollo económico y social mediante mejoras en la productividad de los factores y la competitividad de las economías.

Gestión del talento humano: Veras y Cuello. (2005) se refiere al proceso mediante el cual la organización desencadena, emplea, desarrolla, motiva e involucra todas las habilidades y el potencial de su personal, con el objetivo de lograr una mejora sistemática y continua tanto en el individuo como en la propia organización.

Atención al cliente: Brown (1989) Se trata de un conjunto de individuos, no de objetos. Implica la integración exitosa de dos conjuntos de personas: los empleados y los clientes. Al lograr esta conexión, la empresa adquirirá una ventaja competitiva.

Operacionalización de las variables: Administración estratégica y Calidad de servicio.

Hipótesis: La administración estratégica influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa la Peña Querecotillo – Sullana.

Objetivo general: Describir como la administración estratégica influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La peña Querecotillo – Sullana.

Objetivos específicos:

Analizar como la formulación de la estrategia influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La peña Querecotillo – Sullana.

Analizar como la implementación de la estrategia influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La peña Querecotillo – Sullana.

Analizar como la evaluación de la estrategia influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La peña Querecotillo – Sullana.

## Metodología

### Tipo y Diseño de investigación.

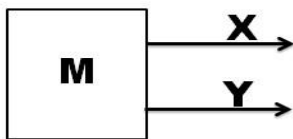
#### Tipo de investigación:

La investigación fue de naturaleza cuantitativa y correlacional, ya que describió operativamente las variables y tuvo como objetivo entender la relación o grado de asociación específico entre ambas variables en un contexto particular (De Eventos Mi Alexa la Peña, Querecotillo - Sullana).

#### Diseño de Investigación:

Correlacional, no experimental, porque no se manejaron las variables y de corte transversal porque la aplicación del cuestionario y la obtención de la información se realizó en un solo momento

#### Dónde:



M= 20 colaboradores

90 clientes

X= Administración estratégica

Y= Calidad de servicio

#### Población - muestra

Estuvo conformado por 20 Colaboradores y 90 Clientes durante los meses de Enero – Setiembre.

### **Técnicas e instrumento de investigación**

Los instrumentos fueron validados a través de un juicio de expertos y una prueba piloto.

El procesamiento de los datos se llevó a cabo utilizando el programa Excel.

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

**Encuesta:** es una técnica, un procedimiento, una guía para la adquisición de la información.

Para llevarla a cabo se requerían las siguientes operaciones:

Desarrollo de una estrategia, elección de los participantes, selección y capacitación de los encuestadores, y diseño y elección del instrumento - implementación del instrumento.

**Cuestionario:** Es la herramienta, ya sea en formato físico o digital, empleada para documentar los datos provenientes de individuos que forman parte de un cuestionario. El instrumento se encuentra en proceso de validación mediante el juicio de expertos, que es un proceso previo al levantamiento de la información.

### **Procesamiento y análisis de la información.**

Para el procesamiento y análisis de la información se realizó mediante la recopilación de datos de la encuesta tanto a clientes como colaboradores.

### **Técnicas de procesamientos y análisis de datos**

**Procesamiento:** Se asignó pesos a las alternativas de cada Ítem, considerando la escala de Likert, es decir el menor y mayor peso según corresponda a un indicador negativo o positivo respectivamente. Luego fueron procesados en Excel.

**Método de análisis de datos:** Estadística descriptiva, se hizo uso para describir los resultados en la base de tablas de frecuencia y Gráficos de barras.

## Resultados

Resultados de la formulación de la estrategia y su incidencia en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa la Peña Querecotillo - Sullana.

1. ¿Usted como colaborador tiene conocimiento acerca de la misión y visión de la empresa?

Tabla N° 01: conoce Misión y visión

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente de acuerdo	20%
De acuerdo	55%
En desacuerdo	20%
Totalmente en desacuerdo	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 1 nos muestra la correspondencia de la formulación de la estrategia en la calidad de servicio y se presenta de la siguiente manera: Apreciamos que en un 55% los colaboradores están de acuerdo en que conocen la misión y visión de la empresa, en un 20% están totalmente de acuerdo, un 20% en desacuerdo y un 5% totalmente en desacuerdo.

2. ¿Piensa usted, que tiene mucha influencia el ambiente externo, con respecto a la inversión que hace eventos Mí Alexa?

Tabla N° 02: influencia el ambiente externo, con respecto a la inversión

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente de acuerdo	50%
De acuerdo	45%
Totalmente en desacuerdo	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 2 nos muestra la relación de la enunciación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se presenta de la siguiente manera: Apreciamos que en un 50% está totalmente de acuerdo en que el ambiente externo tiene mucha influencia con respecto a la inversión que hace eventos mi Alexa, un 45% está de acuerdo y un 5% está totalmente en desacuerdo.

3. ¿Conoce usted, si sus proveedores logran entregarle a tiempo sus materiales y equipos que se les pide?

Tabla N° 03 Cumplimiento de proveedores

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
A veces	60%
Con frecuencia	30%
Siempre	10%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 3 nos muestra la relación de la formulación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se presenta de la siguiente manera: Apreciamos que en un 60% de los colaboradores a veces conocen que los proveedores de eventos Mí Alexa logran entregarle a tiempo los materiales y equipos, en un 30% con frecuencia y en un 10% siempre.

4. ¿Al no contar con herramientas estratégicas, ocasionaría que la empresa pierda tiempo y exceso de costos?

Tabla N° 04 herramientas estratégicas

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente de acuerdo	55%
De acuerdo	45%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 4 nos muestra la relación de la formulación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se presenta de la siguiente manera: Se aprecia

que un 55% está totalmente de acuerdo que, al no contar con herramientas estratégicas, ocasionaría que la empresa pierda tiempo y exceso de costos y en un 45% está de acuerdo.

5 ¿Se siente comprometido con los objetivos y valores de la empresa?

Tabla N° 05 compromiso con los objetivos y valores

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	50%
Casi siempre	30%
Siempre	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 5 nos muestra la relación de la formulación de la estrategia en la calidad de servicio y se da de la siguiente forma: Apreciamos que el 50% algunas veces se sienten en compromiso con los objetivos y valores de la empresa, en un 30% casi siempre y en 20% siempre.

6. ¿Ustedes como colaboradores cumplen con las metas propuestas por la empresa, para la consecución de los objetivos?

Tabla N° 06 cumplimiento de las metas

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	15%
Casi siempre	70%
Siempre	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 6 nos muestra la relación de la enunciación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Apreciamos que un 70% casi siempre cumplen con las metas propuestas por la compañía, para la obtención de los objetivos, en un 15% siempre y en un 15% algunas veces.

7. ¿Los materiales y equipos que le ofrece la empresa de eventos Mí Alexa están a la vanguardia con la tecnología?

Tabla N° 07 materiales y equipos modernos

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	37%
Casi siempre	30%
Siempre	33%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 7 nos muestra la incidencia de la enunciación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Apreciamos que un 37% algunas veces los materiales y equipos que le ofrece la empresa de eventos mi Alexa están a la vanguardia con la tecnología, en un 33% siempre y en un 30% casi siempre.

8. ¿Conoce usted si las metas que plantea la empresa brindan seguridad para la realización de su evento?

Tabla N° 08 Seguridad

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	40%
Casi siempre	29%
Siempre	31%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 8 nos muestra la relación de la enunciación estratégica en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Observamos que en un 40% los clientes algunas veces conocen que las metas que plantean la empresa brindan seguridad para la realización de su evento, en un 31% siempre y 29% casi siempre.

**Resultados de la ejecución de la estrategia y su incidencia en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La peña Querecotillo - Sullana.**

9. ¿Los sistemas de trabajo que emplea la empresa logran brindar eficiencia y orden desde el inicio hasta el final del trabajo que realizan?

Tabla N° 09 Eficiencia

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas Veces	35%
Casi Siempre	35%
Siempre	30%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 09 nos muestra la relación de la implementación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y que se da de la siguiente forma. Apreciamos que un 35%, algunas veces los sistemas de trabajo que emplea la empresa logran brindar eficiencia y orden desde el inicio hasta el final trabajo que realizan, en un 35% casi siempre y un 30% siempre.

10. ¿Eventos Mí Alexa logra distribuir eficientemente los recursos tangibles, en la realización de cada evento?

Tabla N° 10 Recursos tangibles

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	55%
Casi siempre	40%
Siempre	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 10 nos muestra la relación de la implementación de la estrategia en la calidad del servicio de la empresa y que se da de la siguiente forma. Apreciamos

que un 55% algunas veces eventos mi Alexa logra distribuir eficientemente los elementos tangibles, en la realización de cada evento, en un 40% casi siempre y en 5% siempre.

11. ¿Considera que las inversiones que suele hacer, implica cambios organizacionales?

Tabla N° 11 Inversiones

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente de acuerdo	50%
De acuerdo	30%
En desacuerdo	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En tabla N° 11 nos muestra la relación de la implementación de la estrategia en la calidad de servicio y que se da de la siguiente forma. Apreciamos que un 50% están totalmente de acuerdo en considerar que las inversiones que suelen hacer implican cambios organizacionales, en un 30% están de acuerdo, en un 20% están en desacuerdo.

12. ¿La información que brinda la empresa logra distribuirse de la manera más adecuada posible de acuerdo a sus objetivos?

Tabla N° 12 Información

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente de acuerdo	30%
De acuerdo	65%
En desacuerdo	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 12 nos muestra la relación de la implementación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y que se da de la siguiente forma. Apreciamos

que un 65% están de acuerdo que la información que brinda la empresa logra distribuirse de la manera más adecuada posible de acuerdo a sus objetivos, en un 30% de acuerdo y en 5% en desacuerdo.

13. ¿Conoce usted, si la empresa logra acceder a créditos financieros, para la inversión de sus materiales y equipos?

Tabla N° 13 Créditos financieros

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Casi siempre	50%
Siempre	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 13 nos muestra la relación de la implementación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Se aprecia un 50% casi siempre y en un 50% siempre conocen si la empresa logra acceder a créditos financieros, para la inversión de sus materiales.

14. ¿Los colaboradores de eventos Mí Alexa logran transmitir confianza cuando están realizando su trabajo?

Tabla N° 14 Confianza

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	2%
A veces	14%
Con frecuencia	24%
Siempre	60%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 14 nos muestra la incidencia de la Implementación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Apreciamos que los clientes piensan que en un 60% siempre. Los colaboradores nunca logran

transmitir confianza cuando están realizando su trabajo, en un 24% con frecuencia, un 14% a veces y en un 2% nunca.

15. ¿Los colaboradores demuestran profesionalismo en el momento de realizar su trabajo?

Tabla N° 15 Profesionalismo

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	12%
Casi siempre	28%
Siempre	60%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 15 nos muestra la relación de la implementación de la estrategia, en la calidad de servicio, dándose de la siguiente forma. Apreciamos que un 60% siempre los colaboradores demuestran profesionalismo en el momento de realizar su trabajo, en un 28% casi siempre y en un 12% algunas veces.

16. ¿Los Diseños de decoraciones, la música, el show infantil cumplen con sus expectativas?

Tabla N° 16 Expectativas

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	21%
Casi siempre	31%
Siempre	48%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 16 nos muestra la relación de la implementación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y que se da de la siguiente forma. Apreciamos que un 48% siempre piensan que los diseños de decoraciones, la música, el show infantil cumplen con sus expectativas, en un 31% casi siempre y en un 21% algunas veces.

17. ¿Cómo califica el efecto del proceso de administración estratégica en atención a los factores siguientes de la empresa de eventos Mí Alexa - La Peña Querecotillo - Sullana?

Tabla N° 17 Evaluación de la estrategia

<b>Factores</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Total</b>
	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Infraestructura	37	43	20		100
Tecnología	37	42	21		100
Gestión del Talento					
Humano	52	31	17		100
Atención al cliente	58	30	11	2	100
<b>Promedio</b>	<b>46</b>	<b>37</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la empresa de eventos Mí Alexa la Peña Querecotillo – Sullana

En la tabla y figura N° 17 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y que se da de la siguiente forma. Apreciamos un 46% es excelente, en un 37% es bueno, regular 16% y malo en un 1% en el efecto del proceso de administración estratégica.

18. ¿Cómo califica el efecto del proceso de administración estratégica en atención a los factores siguientes de la empresa de eventos Mí Alexa?

Tabla N° 18 Evaluación de la estrategia

<b>Factores</b>	<b>Excelente</b> %	<b>Bueno</b> %	<b>Regular</b> %	<b>Total</b> %
Infraestructura		40	60	100
Tecnología		75	25	100
Gestión del Talento	15	65	20	100
Atención al cliente	25	55	20	100
<b>Promedio</b>	<b>10</b>	<b>59</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

En la tabla N° 18 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y que se da de la siguiente forma. Apreciamos que, en los factores de la infraestructura, tecnología, gestión del talento humano y atención al cliente en promedio de un 10% es excelente, en un 59% es bueno y regular un 31% en el efecto del proceso de administración estratégica.

19. ¿Diga usted, si los objetivos y metas de la empresa son medibles y se comunican de manera adecuada a sus colaboradores?

Tabla N° 19 Objetivos y metas

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nunca	5%
A veces	75%
Con frecuencia	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 19 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio y se da de la siguiente forma. Se aprecia un 75% a veces los objetivos y metas, son medibles y se comunican de manera adecuada a sus colaboradores, en un 20% con frecuencia y en 5% nunca

20. Diga usted ¿Los objetivos establecidos por la empresa están orientados para la mejora tanto de la empresa como de sus intereses?

Tabla N° 20 Mejora de la empresa

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	15%
Casi siempre	60%
Siempre	25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 20 nos muestra la incidencia de la formulación de la estrategia en la calidad de servicio y se da de la siguiente forma. Apreciamos que un 60% casi siempre los objetivos establecidos por la empresa están orientados para la mejora de la empresa como de sus intereses, en un 25% siempre y un 15% algunas veces.

21. ¿La empresa de eventos Mí Alexa – La Peña Querecotillo – Sullana, cuenta con un plan estratégico?

Tabla N° 21 Plan estratégico

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	10%
No	90%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 21 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio y se da de la siguiente forma. Encontramos que el 90% no cuenta con un plan estratégico y 10% de los colaboradores piensan que la empresa si cuenta con un plan.

22. ¿Cómo califica el proceso del desarrollo de la administración estratégica en la empresa eventos Mí Alexa?

Tabla N° 22 Proceso de desarrollo

<b>Procesos</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Total</b>
	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Formulación de la estrategia	20	65	15	100
Implementación de la Estrategia	25	55	20	100
Evaluación de la estrategia	10	30	60	100
<b>Promedio</b>	<b>18</b>	<b>50</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

En la tabla N° 22 nos muestra la relación de la administración estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Apreciamos que en el proceso de la formulación de la estrategia, implementación y evaluación un promedio de un 18% es excelente, en un 50% es bueno, regular 32% en el efecto del proceso de administración estratégica.

23. ¿La evaluación de los factores tanto internos, como externos permiten que la empresa actué con rapidez ante cualquier problema que se le presenté?

Tabla N° 23 Factores internos - externos

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente de acuerdo	40%
De acuerdo	57%
En desacuerdo	2%
Totalmente en desacuerdo	1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla y figura N° 23 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Observamos que un 57% de acuerdo, en un 40% está totalmente de acuerdo con la evaluación de los factores internos, como externos permiten que la empresa actúe con rapidez ante cualquier problema, en un 2% en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo.

24. ¿La empresa planifica con anticipación la realización de su evento para cubrir sus expectativas?

Tabla N° 24 Planificación

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Poco	5%
A Veces	28%
Normalmente	39%
Permanentemente	28%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 24 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Observamos que un 39% de clientes piensan que normalmente planifican con anticipación la realización de su evento para que cubra con sus expectativas, en un 28% a veces, un 28% permanentemente y un 5% poco.

25. ¿Las estrategias que utiliza eventos Mí Alexa están acordes a sus necesidades?

Tabla N° 25 Estrategias acordes

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente De Acuerdo	43%
De Acuerdo	51%
En Desacuerdo	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 25 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Observamos que un 51% están de acuerdo, un 43% están totalmente de acuerdo con las estrategias que utiliza eventos mi Alexa están acordes a sus necesidades y un 6% en desacuerdo.

26. ¿Cómo calificaría el desempeño de los colaboradores de la empresa de eventos Mí Alexa?

Tabla N° 26 Desempeño del personal

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Bueno	81%
Regular	19%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 26 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Observamos que un 81% de los clientes piensan que es bueno el desempeño de los colaboradores de la empresa y un 19% regular.

27. ¿En el momento que la empresa termina de hacer su trabajo, usted como cliente cómo calificaría el servicio?

Tabla N° 27 Calidad de servicio

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Bueno	87%
Regular	13%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 27 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Observamos que un

87% es bueno en el momento que la empresa termina de hacer su trabajo y un 13% es regular.

28. ¿En la empresa existen buenas coordinaciones con lo que respecta a la señalización de materiales y equipos para la realización de su evento?

Tabla N° 28 Coordinación

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Algunas veces	31%
Casi siempre	31%
Siempre	38%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

En la tabla N° 28 nos muestra la relación de la evaluación de la estrategia en la calidad de servicio de la empresa y se da de la siguiente forma. Observamos que un 38% siempre existen buenas coordinaciones por parte de la empresa en la realización de su evento, un 31% casi siempre y un 31% algunas veces

## **Análisis y discusión**

### **Análisis y discusión de la formulación de la estrategia y su incidencia en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa.**

- En un 75% los colaboradores tienen comprensión de la misión y visión de la sociedad (véase tabla N°01). En un 50% siempre se sienten comprometidos con los objetivos y valores de la empresa (véase tabla N° 05). En un 85% siempre cumplen con las metas propuestas por la empresa, para la obtención de los objetivos (véase tabla N° 06). En un 60% los clientes siempre conocen que las metas que plantea la empresa brindan seguridad para la realización de su evento (véase tabla N° 08). Fred (2013). Afirmó que “Conocer la misión y visión crea una conexión que puede surgir de la rutina diaria laboral y transportar a las personas a un ámbito de desafíos y posibilidades. Dar a conocer y socializar la visión, misión, objetivos, valores y metas en el entorno interno y externo del negocio permite el direccionamiento estratégico y el mejoramiento del desempeño de los colaboradores de la empresa.
- En un 95% los colaboradores piensan que el ambiente externo influye en la inversión que hace eventos Mí Alexa (véase tabla N°02). Fred (2013), afirmó que “Las influencias externas inciden en la variedad de productos que se crean, la índole de las estrategias para posicionamiento y segmentación del mercado, la tipología de servicios proporcionados, así como en las decisiones corporativas relativas a adquisiciones y ventas.”. En la actualidad, la globalidad funciona en un contexto que, en cierta medida, puede preverse, aunque es bien sabido que los elementos externos de una empresa pueden transformarse velozmente, afectando las actividades diarias de la organización y, en última instancia, conduciendo incluso a su desaparición en el mercado.

- En un 60% los colaboradores conocen que solo a veces sus proveedores logran entregarle a tiempo sus materiales y equipos que se les pide (véase tabla N° 03). Coyle, Novack y Gibson (2013), afirmó que “En el entorno de los negocios de la actualidad exige que los productos no sólo se entreguen a tiempo y en el destino correcto, sino también en cantidades correctas a fin de minimizar el costo de inventarios y prevenir el agotamiento de existencias”. Al respecto alguno de los proveedores con los que cuenta la empresa no son tan responsables como debería de serlo; puesto que ellos logran entregar los pedidos fuera de la fecha establecida y muchas veces en una calidad que no se le indicó. Es importante que la empresa fomente una búsqueda de nuevos proveedores responsables que le garanticen el cumplimiento de entrega de lo que solicita, que le permita poder quedar bien con sus clientes, reducir costos y prevenir las existencias que se presenten.
  
- El 55% de los colaboradores están totalmente de acuerdo que al no contar con herramientas estratégicas, ocasionaría que la empresa pierda tiempo y exceso de costos (véase tabla N°04). Según Fred (2013), afirmó que “Las estrategias representan potenciales planes de acción que demandan decisiones por parte de los líderes ejecutivos y considerables recursos empresariales para su ejecución.”. Las herramientas estratégicas ayudan a que la empresa pueda alcanzar los objetivos que se propone, disminuyendo la cantidad de recursos y tiempo destinados a rectificar decisiones tomadas de manera improvisada.
  
- En un 63% los clientes piensan que los materiales y equipos que ofrece la empresa están a la vanguardia con la tecnología (véase tabla N° 07). Según Oslo (2005) “Define la innovación como la introducción en el mercado y la sociedad de un producto (bien o servicio) nuevo o significativamente mejorado, de un proceso innovador, de un nuevo enfoque de comercialización o de un método organizativo novedoso”. Si las empresas de hoy invierten en productos modernos para la presentación de sus servicios lograrán tener una ventaja competitiva del resto de negocios que no lo emplea, permitiendo que los clientes los clientes los contraten

por el uso de recursos modernos en la realización de sus eventos Para ello las empresas antes de implementar el uso de las nuevas eras es indispensable que capacite a sus colaboradores sobre el funcionamiento de cada uno de ellos para evitar que no se les dé un buen uso.

### **Análisis y discusión de la implementación de la estrategia y su incidencia en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa.**

- En un 65% los colaboradores manifiestan siempre los sistemas de trabajo que emplea la empresa logran brindar eficiencia y orden desde el inicio hasta el final del trabajo (véase tabla N° 09). Según Cañas (2013), afirmó que “En un sistema laboral, podemos observar la interacción entre una o varias personas y uno o varios artefactos (máquinas) en un entorno determinado, con el objetivo de lograr un resultado establecido por la organización empresarial. Este proceso se desarrolla conforme a elementos específicos y en cumplimiento de protocolos, normativas y leyes establecidos por organismos empresariales, sindicales y legislativos tanto nacionales como internacionales.”. Los sistemas de trabajo que empleen las empresas son de mucha índole para que los colaboradores realicen más fácil sus tareas que desempeñan y desarrollen nuevos mecanismos que contribuyan a mejorar el servicio que se brinda. Para que la empresa logre obtener un resultado favorable en sus eventos es necesario que desarrolle una metodología de PHVA (planear, hacer, verificar y actuar), permitiéndoles desarrollar y normalizar todos los procedimientos de trabajo para que el resultado que obtenga el cliente sea siempre conocido y por supuesto extraordinario.
- En un 55% la empresa logra distribuir a veces eficientemente los elementos tangibles en la realización de cada evento (véase tabla N° 10). Fred (2103), afirmó que “La gestión estratégica facilita la asignación de recursos de acuerdo con las prioridades establecidas por los objetivos anuales”. El óptimo uso de los recursos constituye una técnica valiosa, ya que se fundamenta en la eficacia y la eficiencia

para lograr importantes metas empleando la menor cantidad posible de recursos, ya sean financieros o humanos. Las empresas deben establecer prioridades para abordar de manera más ágil los puntos críticos que impactan su crecimiento o evaluar cómo podrían beneficiarse de esas prioridades.

- En un 80% los colaboradores piensan que las inversiones que suele hacer la empresa implican cambios organizacionales (véase tabla N° 11). Según Salgado (2012) afirmó que “La inversión se refiere a cualquier activo que sea propiedad de un inversionista o esté bajo su control, de forma directa o indirecta. Esto abarca tanto bienes muebles como inmuebles, así como cualquier otro derecho de propiedad. Además, incluye acciones, obligaciones de empresas o participaciones en su propiedad”. Al respecto muchas de las empresas al obtener buenas utilidades no saben en que invertir las y tratan de malgastarlas en cosas personales que no van con su negocio. Uno de los aspectos que las empresas de hoy deben considerar, es que antes de realizar cualquier inversión reúnan a todos sus colaboradores e informen de lo que se piensa comprar para que luego no provoque ninguna incomodidad de su parte y estar pendientes de lo que se va hacer y lograr con respecto a ello.
  
- En un 95% la información que brinda la empresa se logra distribuir de la manera más adecuada posible de acuerdo a sus objetivos (véase tabla N° 12). Según Fred (2013), Afirmó que “Es necesario que la razón de los objetivos sea claramente comunicada y entendida por toda la organización”. El trabajo por parte de la empresa es favorable porque sin lugar a duda permite que tanto los directivos como los empleados conozcan con claridad cuáles son sus tareas a realizar para contribuir al logro de sus objetivos de la empresa. Además de ello los colaboradores deben de conocer cómo se encuentra la empresa y si existe alguna anomalía tomar las medidas Correctivas para mejorarlas y que contribuyan al mejoramiento de la empresa.

- En un 100% siempre la empresa logra acceder a créditos financieros, para la inversión de sus materiales y equipos (véase tabla N° 13). Según Masse (1963) “Definió a la inversión como el acto de invertir es que mediante el mismo tiene lugar el cambio de una satisfacción inmediata”. Es una gran oportunidad que muchas de las entidades financieras brinden esa facilidad a las empresas de poder adquirir créditos financieros que les permite poder invertir en materiales y equipos que se necesitan en su negocio. Ello contribuirá a que la empresa siga funcionando exitosamente.
  
- En un 84% logran transmitir confianza cuando realizan su trabajo (véase tabla N° 14). Berry (1995) afirmó que “La confianza es percibida como un beneficio independientemente de las relaciones a largo plazo”. La confianza es uno de los pilares clave de la fidelidad de los clientes en una empresa; Sin confianza no hay lealtad. La empresa de eventos Mí Alexa tiene que tener en claro que la confianza es la seguridad que el cliente tiene en los beneficios de su servicio. La confianza la irá ganando a medida que realice cada evento puesto que ahí es donde existe una relación recíproca entre ambos.
  
- En un 88% casi siempre demuestran profesionalismo en el momento de realizar su trabajo (véase tabla N° 15). Según Chiavenato (2000) “El desempeño se define como las acciones o comportamientos observados en los empleados que son pertinentes para el logro de los objetivos de la organización. En esencia, sostiene que un rendimiento laboral positivo constituye la fortaleza más crucial de una organización”. El profesionalismo siempre va demostrar la capacidad y a la preparación que tienen los colaboradores para el desempeño de sus tareas, obteniendo un buen resultado. Implica también el grado de compromiso con las tareas que va realizar. Es por ello que para que los colaboradores sigan desempeñándose bien la empresa tiene que brindarles motivación tanto extrínseca como intrínseca que les permita desenvolverse eficientemente con sus tareas que desempeñarán.

- En un 79% siempre los diseños de decoraciones, la música, el show infantil cumplen con sus expectativas (véase tabla N° 16). Según Salvador (2008) afirmó que, “No basta con proporcionar un servicio simplemente bueno, al igual que ofrecer un servicio percibido como superior al de los demás no es suficiente. Se trata más bien de superar las expectativas del cliente, logrando que perciba un servicio personalizado”. Al respecto las empresas no siempre deben tratar de brindar un buen servicio si no que deben de tratar superar las expectativas que tienen los clientes sobre su servicio; Lo cual contribuirá a que el cliente sea un primer promotor de su negocio y a la vez se fidelice con la empresa.

#### **Análisis y discusión de la evaluación de la estrategia y su incidencia en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa.**

- En un promedio de 83% el efecto del proceso de la administración estratégica en atención de los factores siguientes infraestructura, tecnología, gestión de talento humano y atención al cliente lo califican excelentemente (véase tabla N° 17). En un promedio de 69% el efecto del proceso de la administración estratégica en atención de los factores siguientes infraestructura, tecnología, gestión de talento humano y atención al cliente lo califican excelentemente (véase tabla N° 18).Según Chiavenato (2000) afirmó que “La función de la administración radica en integrar y coordinar los recursos organizacionales con el fin de lograr los objetivos establecidos de la manera más eficaz y eficiente posible”. Al respecto la buena administración conlleva a que la mayoría de las empresas promuevan el buen funcionamiento con respecto a infraestructura, tecnología, gestión del talento humano y la atención al cliente, garantizando el éxito de la empresa.
- En un 80% a veces los objetivos y metas de la compañía se pueden medir y se notifican de modo adecuado a sus colaboradores (véase tabla N° 19).En un 85% siempre los objetivos establecidos por la empresa están orientados para la mejora

tanto de la empresa como de sus intereses (véase tabla N° 20). Fred (2013), afirmó que “El grado en que los directivos y empleados se involucren en el desarrollo de la declaración de objetivos y metas hacen la diferencia del negocio.” Todas las empresas que den a conocer los objetivos y metas a sus colaboradores minimizan el riesgo a que se desempeñen eficientemente el logro de ellos, es importante que tengan en cuenta en sus objetivos a sus colaboradores; Puesto que ellos también forman parte de la empresa.

- En un 90% la empresa no cuenta con un plan estratégico (véase tabla N° 21). Según (Armijo, 2011) afirmó que “La Planificación Estratégica se basa en un proceso de formulación y establecimiento de objetivos prioritarios, destacándose por la definición de cursos de acción específicos destinados a alcanzar dichos objetivos”. El Plan Estratégico sirve como un medio para que los líderes de una organización delinear la dirección que desean para la empresa. Cuando este plan se comunica a toda la organización, se generan sinergias entre el personal para lograr los objetivos establecidos. Además, facilita que cada colaborador tenga conocimiento de la dirección deseada y se comprometa con ese destino.
- En un promedio de 50% del proceso de la administración estratégica: formulación, implementación y evaluación de la estrategia es bueno (véase tabla N° 22). Según Wheelen y Hunger (2007), afirmó que “La administración estratégica engloba un conjunto de decisiones y acciones administrativas que influyen en el rendimiento a largo plazo de una corporación. Este proceso abarca el análisis ambiental, tanto externo como interno, la formulación de la estrategia (a través de la planificación estratégica o a largo plazo), la implementación de la estrategia, así como la evaluación y control continuo”. Hoy en día las empresas se hallan en decididos cambios, por tanto, es ineludible contar con estrategias que les permitan a los directivos decidir qué hacer y cómo hacerlo, por lo que se enfrenta de mejor manera la incertidumbre del ambiente de la empresa. La administración de la empresa se puede apreciar que es buena pero no excelente como se espera de la empresa ello

hace hincapié a que la empresa tome las medidas necesarias para mejorar el proceso de la administración estratégica.

- En un 97% los factores tanto internos, como externos permiten que la empresa actúe con rapidez ante cualquier problema que se le presente (véase tabla N° 23). Según Fred (2013), afirmó que “factores internos es la identificación de las fortalezas y debilidades y en los factores externos como: Aspectos económicos, culturales, demográficos y ambientales, así como influencias políticas, gubernamentales y legales, junto con fuerzas tecnológicas y competitivas, requieren la participación de gerentes y empleados representativos de todos los niveles de la empresa.”. La importancia de evaluar los factores internos como externos les da la facilidad a la empresa de poder conocer, crear estrategias y evaluar cualquiera de sus factores que forman parte de ellos y al mismo tiempo tomar las medidas necesarias para evitar cualquier problema que se le presente.
  
- En un 67% los clientes normalmente indicaron que la empresa planifica con anticipación la realización de su evento (véase tabla N° 24). Según Paris (2005). “la totalidad de las entidades y organizaciones experimentan un constante cambio en su entorno, metas, enfoques de actuación, expectativas y disponibilidad de recursos. Debido a estos factores, se ven cada vez más compelidas a reflexionar sobre la dirección a seguir en el futuro, determinar qué acciones emprender y decidir el rumbo a tomar. En otras palabras, las entidades se encuentran bajo la necesidad apremiante de realizar planificación”. Es importante que las empresas planifiquen con anticipación cualquier actividad que van realizar, para evitar disminuir tiempo, minimizar los costos e incluso tratar de hacer un buen trabajo la empresa que planifique con anticipación evitara que se le presente riesgos; Puesto que tomará las medidas necesarias para poderlas afrontar.
  
- En un 94% los clientes piensan que las estrategias que utiliza eventos Mí Alexa están acordes a sus necesidades (véase tabla N° 25). Hax y Majlut (2004), afirmó

que “Las estrategias funcionan como un instrumento para definir la misión de la organización mediante la especificación de sus objetivos a largo plazo, sus planes de acción y las prioridades en la asignación de recursos.”. Las estrategias permiten que una empresa logre alcanzar tanto los objetivos de la empresa como de sus clientes y tratar de desmontar las sociedades rivales para obtener una superioridad competitiva.

- En un 81% califican como bueno el desempeño de los colaboradores (véase tabla N° 26). Según Mondey y Noé (2005) afirmó que “La evaluación de desempeño consiste en un sistema formalizado de revisión y valoración del rendimiento laboral, tanto a nivel individual como de equipos”. El desempeño de cada colaborador depende de cuan bien estén los factores internos y externos, de los incentivos o ascensos que se les brinde, entre otros factores que muchas veces impiden que se desempeñen de la mejor manera.
- En un 87% los clientes califican como bueno el servicio finalizado (véase tabla N° 27). Según publicaciones el vértice (2008), afirmó que “Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad”. Al hablar de calidad de servicio es igual a satisfacción del cliente, brindar un buen servicio permitirá que el cliente sea redituable es decir que vuelva a solicitar de sus servicios por el simple hecho de haber superado las expectativas y necesidades de los clientes.
- En un 69% siempre existen coordinaciones por parte de la empresa en la realización de sus eventos (véase tabla N° 28). Según Lépiz (2003), Afirmó que la coordinación consiste en un esfuerzo para lograr una relación apropiada entre las distintas actividades requeridas para lograr los propósitos de la empresa”. La medida de coordinación dependerá de la naturaleza de las tareas realizadas y del nivel de interdependencia entre las personas de diferentes áreas encargadas de

llevarlas a cabo. Una coordinación significativa probablemente beneficie el desempeño en trabajos no rutinarios ni predecibles, especialmente aquellos en los que los factores ambientales son cambiantes y existe una alta interdependencia. Además, las organizaciones que buscan alcanzar objetivos ambiciosos en sus resultados demandan un nivel más elevado de coordinación.

## **Conclusiones y recomendaciones**

### **Conclusiones**

En un 75% los colaboradores tienen conocimiento de la misión y visión de la empresa; en un 50% siempre se sienten comprometidos con los objetivos y valores de la empresa; en un 85% siempre cumplen con las metas propuestas por la empresa, para la consecución de los objetivos. En un 60% los clientes siempre conocen que las metas que plantea la empresa brindan seguridad para la realización de su evento; contribuyendo al aprovechamiento de las oportunidades y enfrentar los desafíos del entorno.

En un 95% los colaboradores piensan que el ambiente externo influye en la inversión que hace eventos Mí Alexa; esto contribuye a que los colaboradores conozcan cuales son las oportunidades y amenazas a los cuales está expuesto la empresa.

El 55% de los colaboradores están totalmente de acuerdo que al no contar con herramientas estratégicas, ocasionaría que la empresa pierda tiempo y exceso de costos; constituyendo una desventaja competitiva que le impide mejorar la calidad de servicio y desarrollar eficientemente sus funciones.

En un 55% la empresa logra distribuir los elementos tangibles en la realización de cada evento; esto indica que la empresa no está llevando correctamente una buena distribución, originando contratiempos, malas organizaciones en los eventos, costos excesivos y hasta insatisfacción de los clientes.

En un 95% la información que brinda la empresa se logra distribuir de la manera más adecuada posible de acuerdo a sus objetivos; por lo tanto se muestra que existen buenos canales de comunicación entre los colaboradores y la empresa, dando como resultado que los colaboradores sepan que hacer en las actividades que van a desempeñar en la realización de cada evento.

En un 90% la empresa no cuenta con un plan estratégico; esto indicó que la empresa no cuenta con una dirección fija de lo que realmente quiere lograr en el mercado laboral.

En un 97% los colaboradores están de acuerdo que la evaluación de los factores tanto internos, como externos permiten que la empresa actúe con rapidez ante cualquier problema que se le presente; por lo tanto, es favorable que los directivos de la empresa conozcan cuales son las oportunidades amenazas a los cuales está expuesto la organización y evitar que se den cambios bruscos que afecten el desarrollo de las actividades de la empresa.

La administración estratégica influye en un 73% que la calidad de servicio de eventos Mí Alexa la Peña. Por lo tanto indica que si la empresa lleva acabo una buena administración permitirá que la empresa tome buenas decisiones y acciones administrativas que determinen el desempeño a largo plazo de la organización; Sin embargo existe una diferencia de 27% que indicó que la administración estratégica no influye en la calidad de servicio de la empresa, para erradicar este negativo porcentaje se ha planteado un plan de mejora para un mediano plazo, que contribuya a mejorar la calidad del servicio para la satisfacción de los clientes (véase anexo 4).

## **Recomendaciones**

- Los directivos deberán reunirse con los colaboradores para evaluar periódicamente los factores internos y externos de la empresa y tomar decisiones sensatas y lógicas.
- Los directivos de la empresa deberán de establecer estímulos ya sea extrínsecos o intrínsecos que contribuyan a que puedan desempeñarse eficientemente en sus tareas.
- Los directivos junto con su personal deben de implementar la herramienta de PHVA que le permita contribuir a la mejora continua del servicio (véase anexo 4).

## Referencias Bibliográficas

- Aniorte (2013) *Gestión de los servicios socio sanitarios – servicio de calidad*.  
[http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_sanit\\_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)
- Armijo (2011) *Diagnóstico económico Financiero y planificación estratégica de tres centros de acopio de leche vinculados al centro de gestión de Paillaco, Región de los ríos, Chile, estudio de casos* (Conceptos de Planificación estratégica). Edición: Eumed.net (enciclopedia virtual).  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/planificacion-estrategica.html>
- Brown, A. (1989) *Customer Care Management*. Ediciones Díaz de santos, S.A. Madrid, España.  
<https://books.google.com.pe/books?id=634hBJasWI4C&printsec=frontcover&dq=ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiby77v3PAhXL7SYKHeWHC4gQ6AEIGjAA#v=onepage&q=ATENCION%20AL%20CLIENTE&f=true>
- Cañas, J. J. (2013) *Ergonomía en los sistemas de trabajo*. Grupo de ergonomía cognitiva. Universidad de Granada. Editorial. secretaria de salud laboral y medio ambiente UGT – CEC.  
<http://portal.ugt.org/saludlaboral/observatorio/publicaciones/new2013/GuiaErgonomia.pdf>
- Chiavenato, I. (2000) *Administración de recursos humanos*. Quinta Edición Santa Fé de Bogotá: Editorial McGraw-Hill.  
<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/viewArticle/617/1569>
- Coyle, J. J. y Novack, R. A., Gibson, B. J. (2013) *Administración de la Cadena de Suministro*. Una perspectiva logística. Novena edición. Editorial: Cengage Learning.  
[https://issuu.com/cengagelatam/docs/administracion\\_de\\_la\\_cadena\\_de\\_\\_suministro\\_9a\\_ed](https://issuu.com/cengagelatam/docs/administracion_de_la_cadena_de__suministro_9a_ed)
- Fred, D. (2003) *Concepto de administración estratégica*. Edición Pearson Educación, México.

- [https://books.google.com.pe/books?id=kpj-H4TukDQC&printsec=frontcover&dq=administraci%C3%B3n+estrategica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjCxKCRhv\\_PAhVE6SYKHSnlALQQ6AEIKDAA#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20estrategica&f=true](https://books.google.com.pe/books?id=kpj-H4TukDQC&printsec=frontcover&dq=administraci%C3%B3n+estrategica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjCxKCRhv_PAhVE6SYKHSnlALQQ6AEIKDAA#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20estrategica&f=true)
- Fred, D. (2013) *Concepto de administración estratégica* (Decimocuarta edición). Edición Pearson Educación, México.
- <http://es.slideshare.net/marcosdelg/conceptos-de-administracion-estrategicadecimocuarta-edicin-fred-r-david>
- Hax, C. y Majluf, N. (2004) *Estrategias para el liderazgo competitivo* (De la visión a los resultados)”. 1 era edición- Buenos Aires: Granica, 2004. Edición: Prentice – Hall.
- <https://books.google.com.pe/books?id=Y34I6turglkC&pg=PA23&dq=concepto+por+autores+de+estrategias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQsb34g6zRAhXB7yYKHePkDpYQ6AEIHTAB#v=onepage&q=concepto%20por%20autores%20de%20estrategias&f=true>
- Jara, H. E. (2005) *Dirección estratégica y saneamiento de empresas*. El caso de PETROPERU 2001-2005 (tesis de postgrado). Universidad nacional de san Marcos. Lima – Perú.
- [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2716/1/Jara\\_fh.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2716/1/Jara_fh.pdf)
- Keith, D. (1991) *Quality Service* (Calidad en el servicio a los clientes). Ediciones de santos, S.A. Madrid (España)
- <https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjUO2ak6HQAUhUH0iYKHfmECeMQ6AEIJzAD#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false>
- Masse, P. (1963) *La elección de las inversiones*. Criterios y métodos. Primera edición, editorial: Sagitario- Barcelona.
- <http://www.mailxmail.com/curso-formacion-gerencial-administracion/conceptoinversion-empresa>

Mondey, R.W y Noé, R.M. (2005) *Administración de recursos humanos*. Edición Pearson Educación, México.

[https://books.google.com.pe/books?id=UkWaAvHmBswC&pg=PA252&dq=desempe%C3%B1o+laboral&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOkIve-6\\_RAhUGKiYKHVtmDLsQ6AEIGDAA#v=onepage&q=desempe%C3%B1o%20laboral&f=true](https://books.google.com.pe/books?id=UkWaAvHmBswC&pg=PA252&dq=desempe%C3%B1o+laboral&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOkIve-6_RAhUGKiYKHVtmDLsQ6AEIGDAA#v=onepage&q=desempe%C3%B1o%20laboral&f=true)

Larrea, P. (1991) *Calidad de servicio* (Del marketing a la estrategia). Ediciones Díaz de santos, S.A. Madrid España.

<https://books.google.com.pe/books?id=hJVcH5nSp0C&pg=PA187&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT8si045fQAhVE7WMKHf7AjqEQ6AEIGTAA#v=onepage&q=calidad%20del%20servicio&f=true>

López, M. E. (2013) *Libro El buzón de Pacioli. Importancia de la calidad de servicio al cliente*. Instituto tecnológico de sonora.

<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Lépiz, C.H. (2003) *La administración y planificación como procesos – Administración por la educación*. 1era Edición EUNED – Costa Rica.

<https://books.google.com.pe/books?id=qgct9t0uCLQC&pg=PA4&lpg=PA4&dq=La+administraci%C3%B3n+y+planificaci%C3%B3n+como+procesos+%E2%80%93+Administraci%C3%B3n+por+la+educaci%C3%B3n.+1era+Edici%C3%B3n+EUNED+%E2%80%93+Costa+Rica.&source=bl&ots=AMNurcigZH&sig=CtxCngaGuwWyIVAABixFhPyFGH8&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjy07SIjLDRAhVBySYKHyzFDnoQ6AEIGjAA#v=onepage&q=La%20administraci%C3%B3n%20y%20planificaci%C3%B3n%20como%20procesos%20%E2%80%93%20Administraci%C3%B3n%20por%20la%20educaci%C3%B3n.%201era%20Edici%C3%B3n%20EUNED%20%E2%80%93%20C%20osta%20Rica.&f=false>

Pachuca, H. (2005) *Administración estratégica como la base de la calidad en el desarrollo empresarial* (tesis de pregrado). Universidad Autónoma del estado de hidalgo.

<https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icbi/licenciatura/documentos/Administracion%20estrategica.pdf>

Parasuraman, Zeithaml & Berry (198/). *Model of service quality and its implications for future research, the journal de marketing*. De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Primera edición: Madrid 2004

[https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA88&lpg=PA88&dq=definici%C3%B3n+de+confianza+a+los+clientes+por+autores&source=bl&ots=Pj1\\_gLgTSf&sig=87geKhqbFlrM9sQL32N2CIjMTP4&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiKmrj\\_0q7RAhWKTSYKHRvEDvEQ6AEIjAC#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20confianza%20a%20los%20clientes%20por%20autores&f=true](https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA88&lpg=PA88&dq=definici%C3%B3n+de+confianza+a+los+clientes+por+autores&source=bl&ots=Pj1_gLgTSf&sig=87geKhqbFlrM9sQL32N2CIjMTP4&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiKmrj_0q7RAhWKTSYKHRvEDvEQ6AEIjAC#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20confianza%20a%20los%20clientes%20por%20autores&f=true)

Paris, F. (2005) *La planeación estratégica en las organizaciones deportivas*. Cuarta edición. Editorial. Paidotribo. España.

[https://books.google.com.pe/books?id=qYKvdeXgbjgC&printsec=frontcover&dq=planificacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMoqnO\\_6vRAhXLPiYKHZ9zCzYQ6AEIPTA H#v=onepage&q=planificacion&f=true](https://books.google.com.pe/books?id=qYKvdeXgbjgC&printsec=frontcover&dq=planificacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMoqnO_6vRAhXLPiYKHZ9zCzYQ6AEIPTA H#v=onepage&q=planificacion&f=true)

Pizzo, M. (2013) *Calidad en el servicio*. Un plan de mejora simple, inmediato y con impacto en el cliente. Como servir con excelencia. Un sistema al alcance de su equipo de trabajo.

<http://comoservirconexcelencia.com/blog/calidad-en-el-servicio-un-plan-de-mejorasimple-inmediato-y-con-impacto-en-el-cliente/.html>

Pérez, C. K. (2012) *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC – Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012* (tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

[http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/287/1/TL\\_Perez\\_Rios\\_CynthiaKat terine.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/287/1/TL_Perez_Rios_Cynthia_Kat%20terine.pdf)

Publicaciones el vértice (2008) *Calidad en el servicio al cliente*. Editorial vértice.

<https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=ca>

alidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVwYispa7RAhXF8CYKHTc9  
BswQ6 AEIGDAA#v=onepage&q=calidad%20del%20servicio&f=true

Rosander, A C. (1994) *Los 14 puntos de Deming aplicados a los servicios*. Ediciones  
Díaz de santos SA. Madrid, España.

<https://books.google.com.pe/books?id=sBoWshpcZQAC&pg=PA3&dq=calidad+del+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjXtb63uoXQAhVK9mMKHUazAyk4FBD0AQgdMAE#v=onepage&q=calidad%20del%20servicio&f=false>

Salgado, C. (2012) *Definición de inversión*. La nueva generación de políticas de  
inversión y la solución de controversias inversionista – Estado.

<http://investmentpolicyhub.unctad.org/Upload/Documents/inversi%C3%B3n%20%5BCompatibility%20Mode%5D.pdf>

Salvador, C.M. (2008) *Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor*.  
Edición: Editorial Universidad De Almería – Almería.

[https://books.google.com.pe/books?id=CoNuAIj2X3oC&pg=PA116&dq=calidad+del+servicio+superar+las+expectativas+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUK EwiDgFag56\\_RAhVGTCYKHV-5C1cQ6AEIIDAB#v=onepage&q=calidad%20del%20servicio%20superar%20las%20expectativas%20del%20cliente&f=true](https://books.google.com.pe/books?id=CoNuAIj2X3oC&pg=PA116&dq=calidad+del+servicio+superar+las+expectativas+del+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUK EwiDgFag56_RAhVGTCYKHV-5C1cQ6AEIIDAB#v=onepage&q=calidad%20del%20servicio%20superar%20las%20expectativas%20del%20cliente&f=true)

United Nations (s.f) *Políticas integradas de infraestructura, transporte y logística: experiencias internacionales y propuestas iniciales*”.

[https://books.google.com.pe/books?id=cGJ73bf\\_DicC&pg=PA12&dq=INFRAESTRUCTURA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJIZjo74XQAhUFMGMKHeQbDDQQ6AEIRTAJ#v=onepage&q=INFRAESTRUCTURA&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=cGJ73bf_DicC&pg=PA12&dq=INFRAESTRUCTURA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJIZjo74XQAhUFMGMKHeQbDDQQ6AEIRTAJ#v=onepage&q=INFRAESTRUCTURA&f=false)

Urbina, S. J. (2015) *La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa: corporación Norte S.A.C. – ciudad Trujillo 2014*. (tesis de pregrado)  
Universidad Nacional de Trujillo.

[http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/973/urbinacabrera\\_susa.n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/973/urbinacabrera_susa.n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Vela, R. y Zavaleta, L. M. (2014) *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro Tottus - Mall, de la ciudad de Trujillo 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Antenor Orrego.  
[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA\\_RAFAEL\\_CALIDAD\\_SERVICIO\\_CLIENTE\\_VENTAS.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA_RAFAEL_CALIDAD_SERVICIO_CLIENTE_VENTAS.pdf)
- Veras y Cuello. (2005) *Prácticas de gestión humana*. República dominicana.  
[https://books.google.com.pe/books?id=L6IZd1ykjoAC&pg=PA14&dq=gestion+de+talento+humano+octava+edicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHoe\\_9\\_YXQAhURHGMMKHcr7BSUQ6AEINzAB#v=onepage&q=gestion%20de%20talento%20humano%20octava%20edicion&f=true](https://books.google.com.pe/books?id=L6IZd1ykjoAC&pg=PA14&dq=gestion+de+talento+humano+octava+edicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHoe_9_YXQAhURHGMMKHcr7BSUQ6AEINzAB#v=onepage&q=gestion%20de%20talento%20humano%20octava%20edicion&f=true)
- Wheelen, T. y Hunger, J. (2007) *Administración estratégica y políticas de negocios* (Décima Edición). Edición Pearson, México.  
<http://eva.sepyc.gob.mx:8383/greenstone3/sites/localsite/collect/ciencia1/index/assoc/HASH0194/f741dade.dir/33990012.pdf;jsessionid=D4B227FD25D7A1B448C5730A7F00FAE9>

## Anexos y apéndice

### ANEXO N° 01

#### MATRIZ DE CONSISTENCIA. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**TITULO:** Administración estratégica y la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo - Sullana.

**PROBLEMA:** ¿Cuál es el efecto de la administración estratégica en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo – Sullana.

**HIPÓTESIS GENERAL:** La administración estratégica influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo - Sullana.

**OBJETIVO GENERAL:** Describir como la administración estratégica influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo – Sullana.

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Subindicadores	Metodología
<p>Analizar como la formulación de la estrategia influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo – Sullana.</p> <p>Analizar como la implementación de la estrategia influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo - Sullana.</p>	<b>ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA</b>	Formulación de la estrategia	Elaboración de Misión y visión	<p>y</p> <p><b>1.-Tipo y diseño de de investigación</b></p> <p><b>Tiene el enfoque cuantitativo corresponde a un estudio transaccional o transversal descriptiva.</b></p> <p><b>El diseño se representa en la figura siguiente:</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> </div> <p><b>Dónde:</b></p> <p><b>M:110</b></p> <p><b>X: Administración estratégica</b></p> <p><b>Y: Calidad de servicio</b></p>
			Análisis externo	
			Análisis interno	
			objetivos	
			Valores	
			Metas	
			Proveedores	
		Tecnología		
		Implementación de la estrategia	Recursos humanos	
			Finanzas	
			Sistema de trabajo	
			Sistema de información	
		Evaluación	Factores internos y externos	
			Desempeño organizativo	
Estrategias				
Planes				
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	Infraestructura	Seguridad		
		Ampliación de las instalaciones		
		Señalización de materiales y equipos		

Analizar como la evaluación influye en la calidad de servicio de la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo – Sullana.

	Inversión	<b>2.- Población - Muestra</b>  <b>Muestra: 20 colaboradores</b> <b>90 clientes</b>
Tecnología	Materiales y equipos modernos	
	Diseño	
	Asesoramiento personalizado	
	Plataformas virtuales	
Gestión Del Talento Humano	Remuneración	<b>3.- Técnicas e instrumentos investigación</b>  <b>Técnica Instrumento</b> <b>Encuesta Cuestionario</b>
	Buen trato	
	Profesionalismo	
	Capacitación	
	Motivación	
Atención Al Cliente	Incentivos	
	Comprensión al cliente	
	Rapidez	
	Seguridad	
	Recursos tangibles	

### Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES
<b>Administración estratégica</b>	<b>Formulación de la estrategia</b>	Elaboración de la misión y visión
		Análisis externo
		Análisis interno
		objetivos
		Valores
		Metas
		Proveedores
	Tecnología	
	<b>Implementación de la estrategia</b>	Recursos humanos
		Finanzas
		Sistemas de trabajo
		Sistemas de información
	<b>Evaluación de la estrategia</b>	Factores internos y externos
Desempeño organizativo		
Estrategias		
Planes		
Objetivos		
<b>Calidad de servicio</b>	<b>Infraestructura</b>	Seguridad
		Ampliación de las instalaciones
		Señalización de materiales y equipos
		Inversión

<b>Tecnología</b>	Materiales y equipos modernos
	Diseño
	Asesoramiento personalizado
	Plataformas virtuales
<b>Gestión del talento humano</b>	Remuneración
	Buen trato
	Profesionalismo
	Capacitación
	Motivación
	Incentivos
<b>Atención al cliente</b>	Comprensión al cliente
	Rapidez
	Seguridad
	Recursos tangibles

## ANEXO N° 02

### ENCUESTA A COLABORADORES DE EMPRESA MI ALEXA LA PEÑA QUERECOTILLO-SULLANA

Estimado colaborador, la presente encuesta es de carácter anónima, contiene con un conjunto de datos que gracias a su colaboración con el marcado de respuestas (x) estará aportando en el mejoramiento de calidad del servicio de eventos Mí Alexa la Peña Querecotillo- Sullana.

#### I.- Datos generales:

##### 1.- Sexo:

Femenino

Masculino

Fecha:

1. ¿Usted como colaborador tiene conocimiento acerca de la misión y visión de la empresa?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

2. ¿Piensa usted, que tiene mucha influencia el ambiente externo, con respecto a la inversión que hace eventos Mí Alexa?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. En desacuerdo
- d. Totalmente en desacuerdo

3. ¿Conoce usted, si sus proveedores logran entregarle a tiempo sus materiales y equipos que se les pide?
- a. A veces
  - b. Con frecuencia
  - c. Siempre
4. ¿Al no contar con herramientas estratégicas, ocasiona que la empresa pierda tiempo y exceso de costos?
- a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) En desacuerdo
  - d) Totalmente en desacuerdo
5. ¿Se siente comprometido con los objetivos y valores de la empresa?
- a) Algunas veces
  - b) Casi siempre
  - c) Siempre
6. ¿Ustedes como colaboradores cumplen con las metas propuestas por la empresa, para la consecución de los objetivos?
- a. Algunas veces
  - b. Casi siempre
  - c. Siempre
7. ¿Los sistemas de trabajo que emplea la empresa logran brindar eficiencia y orden desde el inicio hasta el final del trabajo que realizan?
- a) Algunas veces

- b) Casi siempre
- c) Siempre

8. ¿Eventos Mí Alexa logra distribuir eficientemente los recursos tangibles, en la realización de cada evento?

- a) Algunas veces
- b) Casi siempre
- c) Siempre

9. ¿Considera que las inversiones que suele hacer, implica cambios organizacionales?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

10. ¿La información que brinda la empresa logra distribuirse de la manera más adecuado posible de acuerdo a sus objetivos?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

11. ¿Conoce usted, si la empresa logra acceder a créditos financieros, para la inversión de sus materiales y equipos?

- a) Algunas veces

- b) Casi siempre
- c) Siempre

12. ¿Cómo califica el efecto del proceso de administración estratégica en atención a los factores siguientes de la empresa de eventos Mí Alexa - La Peña Querecotillo - Sullana?

Factores	Excelente	Buena	Regular	Mal
Infraestructura				
Tecnología				
Gestión Del Talento Humano				
Atención Al Cliente				

13. ¿Diga usted, si los objetivos y metas de la empresa son medibles y se comunican de manera adecuada a sus colaboradores?

- a. Nunca
- b. A veces
- c. Con frecuencia
- d. Siempre

14. Diga usted ¿Los objetivos establecidos por la empresa están orientados para la mejora tanto de la empresa como de sus intereses?

- a) Algunas veces
- b) Casi siempre
- c) Siempre

15. ¿Las empresa de eventos Mí Alexa – la Peña Querecotillo – Sullana, cuenta con un plan estratégico?

Si (            )

No (            )

16. ¿Cómo califica el proceso del desarrollo de la administración estratégica en la empresa eventos Mí Alexa?

Procesos	Excelen te	Buen o	Regul ar	Mal o
Formulación del estrategia a				
Implementaci ón de la estrategia				
Evaluación estratégica				

### ANEXO N° 3

#### ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA DE EVENTOS MI ALEXA LA PEÑA QUERECOTILLO - SULLANA

Estimado cliente, la presente encuesta es de carácter anónima, contiene con un conjunto de datos que gracias a su colaboración con el marcado de respuestas (x) estará aportando en el mejoramiento de calidad del servicio de eventos Mí Alexa la Peña Querecotillo- Sullana.

#### I.- Datos generales:

##### 1.- Sexo:

Femenino

Fecha:

Masculino

1. ¿los materiales y equipos que le ofrece la empresa de eventos Mí Alexa están a la vanguardia con la tecnología?
  - a) Algunas veces
  - b) Casi siempre
  - c) Siempre
  
2. ¿Conoce usted si las metas que plantea la empresa brindan seguridad para la realización del evento?
  - d) Algunas veces
  - e) Casi siempre
  - f) Siempre

3. ¿los colaboradores de eventos Mí Alexa logran transmitir confianza cuando están realizando su trabajo?
- a) Algunas veces
  - b) Casi siempre
  - c) Siempre
4. ¿los colaboradores demuestran profesionalismo en el momento de realizar su trabajo?
- a) Algunas veces
  - b) Casi siempre
  - c) Siempre
5. ¿Los Diseños de decoraciones, la música, el show infantil cumplen con sus expectativas?
- a) Algunas veces
  - b) Casi siempre
  - c) Siempre
6. ¿Cómo califica el efecto del proceso de administración estratégica en atención a los factores siguientes en empres eventos Mí Alexa tiene?

Factores	Excelente	Bueno	Regular	Mal
Infraestructura				
Tecnología				
Gestión Del Talento Humano				
Atención Al Cliente				

7. ¿La evaluación de los factores tanto internos como externos permiten que la empresa actúe con rapidez ante cualquier problema que se le presente?
- a. Totalmente de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. En desacuerdo
  - d. Totalmente en desacuerdo
8. ¿La empresa planifica con anticipación la realización de su evento para que cubra con sus expectativas?
- a. Nunca
  - b. Poco
  - c. A veces
  - d. Normalmente
  - e. Permanentemente
9. ¿Las estrategias que utiliza eventos Mí Alexa están acordes a sus necesidades?
- a. Totalmente de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. En desacuerdo
  - d. Totalmente en desacuerdo
10. ¿Cómo calificaría el desempeño de los colaboradores de la empresa de eventos Mí Alexa?
- a) Bueno
  - b) Regular
  - c) Malo

11. ¿En el momento que la empresa termina de realizar su trabajo, usted como cliente cómo calificaría el servicio?

- a) Bueno
- b) Regular
- c) Malo

12. ¿Existen buenas coordinaciones por parte de la empresa en la realización de su evento?

- a) Algunas veces
- b) Casi siempre
- c) Siempre

## **ANEXO N° 04**

### **PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA EMPRESA DE EVENTOS MÍ ALEXA LA PEÑA QUERECOTILLO - SULLANA**

#### **MISIÓN**

El propósito de esta propuesta es que se logre dar un cambio innovador y efectivo para toda la empresa de eventos Mí Alexa La Peña Querecotillo - Sullana, permitiendo a los propietarios de la empresa contar con una herramienta que puede ser utilizada para lograr una mejor posición competitiva en el mercado existente.

El plan contribuirá a que los propietarios de la empresa apliquen esta herramienta para brindar un servicio de calidad, así como también le permitirá a los colaboradores desarrollarse eficientemente en sus funciones.

En la propuesta se describen los métodos y actividades para que los eventos de la empresa sean de calidad para los clientes, esto contiene explicaciones sobre como la satisfacción del cliente se convierte en una ventaja competitiva, también los factores esenciales que la empresa debe de poseer, para la administración estratégica y la calidad en el servicio de la empresa.

Se espera que la aplicación de la propuesta contribuya a que la empresa de eventos “Mí Alexa”, tengan una mayor rentabilidad y aumentar la fidelidad de los clientes que lleguen a obtener este servicio.

#### **VISIÓN**

Con esta propuesta lograré que la empresa lleve aplique esta herramienta de mejora continua como es el PHVA, lo cual va a contribuir a mejorar la competitividad del servicio, reduciendo precios, mejorando continuamente la calidad, reduciendo los costes, optimizando la productividad, reduciendo los precios, incrementando la participación del mercado y aumentando su rentabilidad de la empresa

## 1. **Objetivos**

### 1.1. **Objetivo General**

Establecer una serie de estrategias que contribuyan al logro de una posición competitiva en el mercado existente, para obtener mayor rentabilidad y fidelidad de los clientes.

### 1.2. **Objetivos Específicos**

- ✓ Contribuir al mejoramiento de los factores que presentaron resultados negativos en la calidad del servicio, según el diagnóstico realizado en la encuesta.
- ✓ Fortalecer los factores que presentaron resultados positivos en la calidad del servicio según el diagnóstico realizado en la encuesta.
- ✓ Dar a conocer a los propietarios del negocio, estrategias que logren brindar un buen servicio.

## 2. **Desarrollo**

Es importante que para el desarrollo de la metodología de PHVA se lleve a cabo el siguiente.

## 3. **Planificar**

El propietario del negocio ante el compromiso de cada evento, debe de planificar con anticipación lo siguiente:

- Si cuenta con todos los recursos tangibles e intangibles para la ejecución del evento.
- Desarrolla los objetivos necesarios y las estrategias para que brinde un direccionamiento a los colaboradores sobre las tareas que realizarán.
- Si cuenta con dinero suficiente para invertir en materiales o equipos faltantes.
- Tomar las medidas necesarias para evitar cualquier riesgo en cualquiera de las actividades que van a realizar.
- Deben crear técnicas de motivación como (premios, paseos, un dinero adicional al de su pago, hacerle una pequeña reunión para dar a conocer sus logros durante el mes, entre otros) , que motive a los colaboradores a desempeñarse eficientemente en sus tareas.
- Realizar una buena la distribución del personal de acuerdo a sus capacidades y habilidades de cada colaborador.

#### 4. **Hacer**

Los propietarios junto con sus colaboradores contribuirán a ejecutar su planificación que se mencionó anteriormente.

- Se determinará las responsabilidades que cada colaborador va a desempeñar en el evento a ejecutar.
- Los propietarios deberán dar a conocer con 10 días de anticipación que eventos se van a realizar.

- Es importante que los propietarios registren todas las acciones que se van a desarrollar durante la realización de los eventos.
- La empresa tiene que reunirse días antes del evento para que coordinen como lo van hacer y que se necesitará para llevarlo a cabo.
- Capacitar al personal si es necesario con respecto a equipos modernos de los cuales no tienen conocimiento.
- La empresa deberá de establecer estímulos que permitan que los colaboradores desempeñen con dedicación y esfuerzos su trabajo a realizar.
- Los propietarios tienen que tener presente, que en la realización de los eventos debe existir un comunicación reciproca que permita que los de alto nivel como ellos estén pendientes de como se están desarrollando las actividades.
- Los directivos deben establecer mecanismos para contribuir a que se cumplan los objetivos.

## **5. Verificar**

Esta es una etapa que permite establecer los mecanismos de seguimiento y verificación de lo que se quiere llevar a cabo.

- No solo los directivos deberán evaluar si las metas, objetivos o factores internos o externos están influyendo en el funcionamiento de la empresa como de sus tareas diarias, si no que los colaboradores deben evaluarse ellos mismos si están logrando cumplir con los objetivos establecidos por la empresa.

- La empresa antes de que se ejecute cualquier evento debe asegurarse de que sus proveedores le cumplan con la entrega de materiales a tiempo y precaver que sean de buena calidad.

## 6. **Actuar**

Los propietarios junto con su personal deben de actuar de inmediato si en el transcurso de la realización de sus tareas encontrasen alguna ineficiencia que impida que los objetivos planeados no se lleven a cabo y se logra detectar algún riesgo que logren afrontarlo.

Para que todo este proceso se cumpla los propietarios junto con su personal deben estar involucrados y a comprometerse a cumplir con todo lo que la empresa estipule, solo de esa manera contribuirán a que la empresa logre una ventaja competitiva del resto de negocios de eventos.

### ANEXO N° 05

#### Cantidad de eventos durante el mes de Enero – Setiembre

<b>EVENTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Enero	10
Febrero	10
Marzo	10
Abril	10
Mayo	10
Junio	10
Julio	10
Agosto	10
Setiembre	10
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>

#### Descripción de personal

<b>DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Decoraciones:</b>	3 5
• Decoradores	2 1 1
• Ayudantes de decoración	
• Lavado de telas	
• Electricista	
• Chofer	

<b>Animación de Show</b> <b>Infantil:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Payasos</li> <li>• Dalinas</li> <li>• Animadora</li> </ul>	2 2 1
<b>Sonido:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dj</li> <li>• Animador</li> <li>• Personal de instalación</li> </ul>	1 1 1
<b>Total</b>	<b>20</b>

## REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
Carreño Cavero, Sally Skariet		72520956	Sallyskariet02@gmail.com
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional <sup>1</sup>			
<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado
4. Título del Documento de Investigación			
Administración Estratégica y Calidad de Servicio de eventos Mí Alexa La Peña – Querecotillo - Sullana			
5. Programa Académico			
Administración			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Abierto o Público <sup>2</sup> ( <a href="http://info.eu-repo/semantics/openAccess/">info:eu-repo/semantics/openAccess/</a> )	<input type="checkbox"/> Acceso restringido <sup>4</sup> ( <a href="http://info:eu-repo/semantics/restrictedAccess/">info:eu-repo/semantics/restrictedAccess/</a> ) <sup>(*)</sup>		
(*) En caso de restringido sustentar motivo			

### A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

### B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS<sup>5</sup>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.<sup>6</sup>

Lugar	Día	Mes	Año
Chimbote	23	02	24

Huella Digital




Firma

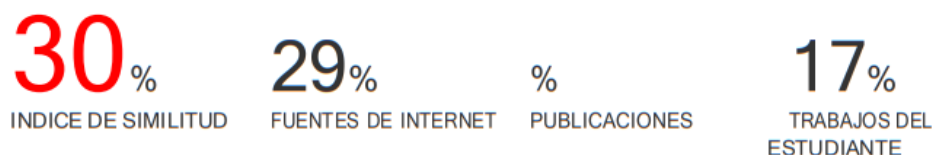
#### Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 033-2018-SUNEDU-CD, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, Art. 8, inciso 8.2.
- Ley N° 30035 Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 006-2015-PCM
- Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley RSE.
- En caso de que el autor elija la segunda opción, únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N° 004-2018-CONCYTEC-DEGC (Números 5.2 y 6.7) que norma el funcionamiento del Repositorio Institucional Digital.
- Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otros. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra.
- Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales-RENATI por universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente reclutados por el Repositorio Digital RENATI a través del Repositorio ALICIA.

Note: - En caso de falsedad en los datos, se procederá de acuerdo a ley (Ley 27444, art. 32, num. 32.3)

## Administración Estratégica y Calidad de Servicio de eventos Mí Alexa La Peña - Querecotillo - Sullana

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>dokumen.pub</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.usanpedro.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>publicaciones.usanpedro.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Estatal a Distancia</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>7</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>idoc.pub</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

9	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1 %
10	<a href="https://vdoc.pub">vdoc.pub</a> Fuente de Internet	1 %
11	<a href="https://1library.co">1library.co</a> Fuente de Internet	1 %
12	<a href="https://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	1 %
13	<a href="https://issuu.com">issuu.com</a> Fuente de Internet	1 %
14	<a href="https://repositorio.upao.edu.pe">repositorio.upao.edu.pe</a> Fuente de Internet	1 %
15	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1 %
16	Submitted to Carlos Test Account Trabajo del estudiante	<1 %
17	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="https://repositorio.unan.edu.ni">repositorio.unan.edu.ni</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="https://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Fuente de Internet	<1 %

21	<a href="http://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
22	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
23	<a href="http://edoc.pub">edoc.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1 %
25	<a href="http://www.liferay.com">www.liferay.com</a> Fuente de Internet	<1 %
26	<a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://pdffox.com">pdffox.com</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://repositorio.ufla.br">repositorio.ufla.br</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1 %
30	<a href="http://www.rte.espol.edu.ec">www.rte.espol.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
31	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="http://repobib.ubiobio.cl">repobib.ubiobio.cl</a> Fuente de Internet	<1 %

		<1 %
33	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	Submitted to Keiser University Trabajo del estudiante	<1 %
37	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1 %
38	www.item.org.uy Fuente de Internet	<1 %
39	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
40	Submitted to Universidad Privada Antenor Orrego Trabajo del estudiante	<1 %
41	Submitted to Universidad de San Buenaventura Trabajo del estudiante	<1 %
42	es.weforum.org Fuente de Internet	<1 %

43	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
44	virtual.urbe.edu Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
46	www.pinterest.com Fuente de Internet	<1 %
47	Submitted to BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA Trabajo del estudiante	<1 %
48	esemanal.com.mx Fuente de Internet	<1 %
49	Submitted to ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Trabajo del estudiante	<1 %
50	repositorio.ute.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
51	bdigital.dgse.uaa.mx:8080 Fuente de Internet	<1 %
52	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
53	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

54	<a href="https://sites.google.com">sites.google.com</a> Fuente de Internet	<1 %
55	Submitted to Institucion Universitaria Politecnico Grancolombiano Trabajo del estudiante	<1 %
56	Submitted to Universidad Militar Nueva Granada Trabajo del estudiante	<1 %
57	<a href="http://www.monografias.com">www.monografias.com</a> Fuente de Internet	<1 %
58	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1 %
59	<a href="https://de.slideshare.net">de.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
60	<a href="http://grial27.wixsite.com">grial27.wixsite.com</a> Fuente de Internet	<1 %
61	<a href="http://growthcenter.continental.edu.pe">growthcenter.continental.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
62	<a href="http://repo.sibdi.ucr.ac.cr:8080">repo.sibdi.ucr.ac.cr:8080</a> Fuente de Internet	<1 %
63	<a href="http://tecnopapaing.blogspot.com">tecnopapaing.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
64	<a href="http://www.ptolomeo.unam.mx:8080">www.ptolomeo.unam.mx:8080</a> Fuente de Internet	<1 %

65	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
66	elpais.com Fuente de Internet	<1 %
67	rdu.iua.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
68	repositorio.udes.edu.co Fuente de Internet	<1 %
69	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
70	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
71	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
72	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo