FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

SÍLABO

GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIO

I. DATOS GENERALES

1. Departamento Académico : Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2. Escuela Profesional : Administración
3. Programa : Pregrado
4. Semestre Académico : 2025 – II
5. Tipo de asignatura : Obligatoria
6. Modalidad de asignatura : Presencial
7. Código de asignatura : 02429905030
8. Ciclo : Quinto
9. Créditos : 3
10. **Horas semanales totales** : 5.5
    Horas lectivas teoría : 2
    Horas lectivas practica : 2
    Horas lectivas totales : 4
    Horas no lectivas de teoría : -
    Horas no lectivas de práctica : -
    Horas no lectivas totales : -
    Horas de Trabajo Independiente : 1.5
11. Requisito : Estadística Aplicada a la Gestión Empresarial
12. Docentes : Minaya Flores, Mario Ever / Donayre Paiva, Augusto Alberto

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados, tiene como propósito diseñar y gestionar las actividades de servicio mediante métodos, técnicas y fundamentos que permitan optimizar los procesos y decisiones, considerando los cambios en el entorno organizacional y/o social y dentro de una economía colaborativa.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Importancia y elementos de los servicios. 2. Diseño y planeación de la experiencia del servicio. 3. La creación de valor y servicio en un mercado competitivo, colaborativo y los costos del servicio. 4. Evaluación y medición del servicio.

La asignatura exige del estudiante la elaboración y presentación de un informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente, considerando las variables de contexto, sus resultados y la experiencia con el simulador

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Gestión de modelos de negocios

Crea modelos de negocios viables y factibles en un escenario competitivo

3.2. Componentes

Capacidades

- Valora los marcos normativos de la constitución, organización y gestión de empresas de bienes y servicios, con criterio de sostenibilidad.
- Define estrategias que se utilizarán para alcanzar el logro de los objetivos comerciales de la empresa, con enfoque de responsabilidad social.
- Establece las bases y estructura del diseño organización de la empresa, con uso pertinente de instrumentos propios de la organización.
- Aplica estrategias de análisis de la gestión y evaluación de procesos, productos y servicios, tomando en consideración el procedimiento del análisis estratégico en las organizaciones.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona
- Trabajo en equipo
- Liderazgo (académico, tecnológico y otros)
- Integridad (honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 IMPORTANCIA Y ELEMENTOS DE LOS SERVICIOS								
CAPACIDAD: Valora los marcos normativos de la constitución, organización y gestión de empresas de bienes y servicios, con criterio de sostenibilidad.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
1	• Los servicios y sus principales enfoques en la economía. • La economía colaborativa. **(ODS 12 y 13)**	• Comprende los alcances del silabo: Competencia, capacidades y contenidos, así como las normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. • **Taller 1:** Diseña un cuadro comparativo de los enfoques de los servicios en la economía. (CPC: d, f, h).	Sesión N°1 Evaluación diagnóstica Exposición dialogada Actividad aplicativa	2	2	-	-	1.5
		• **Actividad 1:** Elabora una línea de tiempo de la evolución de la industria y servicios señalando los hitos enfoques teóricos. • **Organiza el trabajo de investigación formativa (**informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente, considerando variables de contexto, sus resultados y la experiencia con el simulador). • **Presenta la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa.** (CPC: d, h).	Sesión N°2 Taller Trabajo en pares					
2	• Elementos del servicio, sus sistemas de producción (partes, funciones) y sus tipos.	• **Taller 2:** Grafica las partes de un sistema de producción. (CPC: d, j, l).	Sesión N°3 Taller Trabajo en pares	2	2	-	-	1.5
		• Identifica la estructura del informe para el plan de mejora. • **Actividad 2: Simulación:** Presenta el entorno del simulador INNOVA HOTEL y del manual de la compañía a simular. (CPC: d, j, l).	Sesión N°4 Taller Simulador					
3	• La servucción, sus elementos y relaciones, las implicancias gerenciales del sistema.	• **Taller 3:** Elabora un gráfico de articulación de los elementos de servucción del hotel asignado para la simulación. • Lectura de artículo: ¿A su servicio? Las economías en desarrollo apuestan por el sector de servicios para crecer. (Banco mundial Blogs). https://bit.ly/3LIbtRY (CPC: d, j)	Sesión N°5 Exposición problematizadora Taller Recensión de lectura	2	2	-	-	1.5
		• Discute la estructura y contenido del plan de investigación • **Actividad 3: Simulación:** Analiza las variables empresariales y la cadena de valor del caso propuesto del entorno de simulación. • Responde el **cuestionario de evaluación online** sobre el caso de simulación a desarrollar y realiza simulación de prueba 1. • Presenta el Plan de Investigación Formativa (estructura del informe para el Plan de Mejora del caso presentado en el simulador). **Monitoreo I** (CPC: m).	Sesión N°6 **Simulación de prueba**					
4	• Gestión de clientes, personal de contacto, soporte físico y gestión estratégica de la empresa.	• **Taller 4:** Utilizando una herramienta IA establece criterios de evaluación del sistema de servucción y el resultado de la experiencia del cliente. • Desarrolla un caso didáctico sobre la servucción. (CPC: a, d, g, l).	Sesión N°7 Uso de Gemini u otra Taller	2	2	-	-	1.5
		• Expone avance del plan de investigación. • **Actividad 4: Simulación:** Revisa simulación de prueba 2 y revisa resultados. (CPC: a, d, l).	Sesión N°8 Exposiciones efectivas **Trabajo grupal resultados simulación**					

UNIDAD 2 DISEÑO Y PLANEACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL SERVICIO								
CAPACIDAD: Define estrategias que se utilizarán para alcanzar el logro de los objetivos comerciales de la empresa, con enfoque de responsabilidad social.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
5	• Diseño de la experiencia del cliente. • El marketing de experiencias, su proceso y técnicas.	• **Taller 5:** Utilizando una herramienta IA elabora un esquema de la experiencia del cliente, su proceso y las estrategias de servicios. • **Desarrolla caso didáctico**: sobre la experiencia del cliente y sus estrategias. (CPC: a, d, g, k)	Sesión N°9 Exposición dialogada Uso de Gemini u otra Taller	2	2	-	-	1.5
		• Identifican los ciclos de servicios y sus fases en una empresa del rubro de servicios. • **Actividad 5: Simulación:** Elabora un plan de acción de acuerdo con el análisis inicial en simulador. (CPC: a, d, k)	Sesión N°10 Taller **Simulación** **Presentación plan de acción**					
6	• El ciclo de servicio, los momentos de la verdad, y sus fases dentro del diseño del sistema de servicio. • El Customer Jurney Map y su funcionalidad	• **Visiona el video:** Momentos de verdad y el ciclo de servicios. https://www.youtube.com/watch?v=gS_bamwpuhM • **Taller 6:** Grafica el ciclo de servicio, los momentos de la verdad y fases del diseño de la empresa estudiada en el simulador, utiliza el Customer Jurney Map. (CPC: d, l)	Sesión N°11 Exposición problematizadora Taller	2	2	-	-	1.5
		• **Dilema ético** Enmascara la estructura del servicio planificado de la empresa y sus costos, para presentar un servicio distorsionado. • Reflexiona los valores institucionales de la USMP • **Actividad 6: Simulación:** Ingresa la primera toma de decisión en el simulador. (CPC: g)	Sesión N°12 Informe sobre dilema y reflexión de los valores institucionales Simulación					
7	• Planificación estratégica de la experiencia del servicio.	• Formula los objetivos estratégicos de un sistema de servicios. • **Taller 7:** Elabora un cuadro comparativo de los elementos que intervienen en el servicio. (CPC: d, j)	Sesión N° 13 Exposición dialogada Taller	2	2	-		1.5
		• Presenta el reporte de recopilación y análisis de la información para la elaboración del informe del plan de mejora sobre la base de los resultados obtenido en el simulador**. Monitoreo II.** (CPC: m)	Sesión N°14 Tutoría **Presentación efectiva resultados simulación**					
8	• El posicionamiento de los servicios en marcados competitivos, la ventaja competitiva, la demanda y la productividad, los recursos físicos para la prestación de servicios.	• Elabora una propuesta sobre la ventaja competitiva de la empresa • **Actividad 7:** Simulación Prepara decisiones para toma de decisión 2 en el simulador. (CPC: d, l)	Sesión N° 15 Exposición dialogada Taller	2	2	-		1.5
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje. (CPC: m)		Sesión N°16 Evaluación					

UNIDAD 3 LA CREACIÓN DE VALOR Y SERVICIO EN UN MERCADO COMPETITIVO, COLABORATIVO Y LOS COSTOS DEL SERVICIO								
CAPACIDAD: Establece las bases y estructura del diseño organización de la empresa, con uso pertinente de instrumentos propios de la organización								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
9	• Tecnología y estrategia en las empresas de servicio	• Lectura de artículo: ¿Cómo el Big Data y los CRM mejoran la relación con los consumidores? https://www.marketdatamexico.com/es/article/bigdata-mejora-relacion-consumidores • Taller 9: Elabora recensión sobre la lectura. (CPC: a, d, j, l)	Sesión N° 17 Trabajo en pares Recensión de lectura	2	2	-	-	1.5
		• **Actividad 8: Simulador** Ingresa la segunda toma de decisión en el simulador. (CPC: a, d, j, l)	Sesión N° 18 **Simulador decisión 2**					
10	• La creación de valor y servicio en un mercado competitivo, Estrategias de fijación de precios efectivos para los servicios • Los costos del servicio y sus componentes, La reducción de costos sin afectar la calidad. El Outsourcing y el BPO como herramientas de apoyo.	• Desarrolla la creación de valor y grafica el ciclo de servicio tomando en cuenta sus fases y los clústeres donde se desarrollan. • **Taller 10:** Desarrolla un caso didáctico: sobre la creación de valor en las empresas de servicios. • Recibe orientaciones para la redacción del informe de investigación en proceso. (CPC: a, b, c, d, k, l)	Sesión N°19 Exposición dialogada Taller Desarrollo de caso didáctico	2	2	-	-	1.5
		• Define los aspectos que integran la creación de valor de un servicio en un mercado competitivo, formula la estrategia de precios a aplicarse en un servicio. • Visionado de video: La historia de Dell y el outsourcing - Qué es Outsourcing. https://youtu.be/I1IMzGVWlB4?si=EZx9rpPotON8VAb6 • **Actividad 9:** Simulador: Analiza caso de simulación con los resultados obtenidos, elabora informe (CPC: a, b, c, d, k, l)	Sesión N° 20 Taller **Resultados simulación**					
11	• XIX Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios	• **Actividad 10:** Elabora reportes de participación en la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios. (CPC: m).	Sesión N°21 Conferencias y seminarios de discusión Elaboración de reportes	2	2	-	-	1.5
			Sesión N° 22 Conferencias y seminarios de discusión Elaboración de reportes					
12	• La atención al cliente, sus tipos, el manejo de las quejas y reclamos, la creación de la lealtad de los clientes, su generación y los indicadores de medición del servicio.	• **Taller 12:** Formula KPI para medir el desempeño de la calidad del servicio al cliente y su fidelización. • Elabora propuesta de alternativas de mejora de los servicios observados. (CPC: d, l)	Sesión N°23 Exposición dialogada Taller	2	2	-		1.5
		• Presenta un esquema de redacción del informe final: Plan de Mejora de la Calidad mejora sobre la base de los resultados obtenido en el simulador. **Monitoreo III.** • **Actividad 11:** Análisis de los indicadores claves del simulador y los objetivos para la tercera toma de decisión. Ingresa tercera toma de decisión. (CPC: m)	Sesión N° 24 **Presentación efectiva simulación** **Decisión 3**					

UNIDAD 4 EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DEL SERVICIO								
CAPACIDAD: Aplica estrategias de análisis de la gestión y evaluación de procesos, productos y servicios, tomando en consideración el procedimiento del análisis estratégico en las organizaciones.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
13	• Sistemas de calidad en empresas de servicios, medición y evaluación. • La mejora continua en empresas de servicios. La reingeniería de los procesos y la creación de nuevos servicios.	• Propone acciones para la implantación de sistemas de calidad, en base a la mejora continua, su reingeniería de los procesos y la creación de nuevos servicios. • **Taller 13:** Análisis de los indicadores claves del simulador y los objetivos para la cuarta toma de decisión (simulación). (CPC: a, d, h, k)	Sesión N°25 Exposición dialogada Taller Análisis de indicadores	2	2	-		1.5
		• **Actividad 12:** Presenta un informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente, considerando las variables de contexto, sus resultados y la experiencia con el simulador**.** • Ingresa cuarta toma de decisión. (CPC: a, d, h, k)	Sesión N° 26 Presentación efectiva del informe **Simulador decisión 4**					
14	• Evaluación y medición del servicio, sus instrumentos o herramientas para medir la satisfacción del cliente, El modelo Servqual. • Certificaciones y Normas de calidad (series ISO 9000:2000; HACCP)	• Compara las técnicas e instrumentos para medir la satisfacción de clientes. • **Taller 14:** Desarrolla un caso didáctico sobre la evaluación del servicio. (CPC: a, d, e, h, k, l)	Sesión N°27 Exposición dialogada Desarrolla un caso didáctico	2	2	-		1.5
		• Compara las certificaciones y Normas de calidad series ISO 9000:2000; y HACCP • **Actividad 13: Simulación:** Presentación final del análisis de los resultados de la simulación realizada. (CPC: d, e)	Sesión N° 28 Taller **Informe Final Simulador - Trabajo Grupal**					
15	• Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración de informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente a base de resultados obtenidos en el simulador.	• **Actividad 14:** Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración del informe realizado. • Presenta el informe final de Investigación Formativa **(**informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente, considerando variables de contexto, sus resultados y la experiencia con el simulador). **Monitoreo IV**.(CPC: i)	Sesión N°29 Sustentaciones individuales de los resultados de la investigación Realimentación docente	2	2	-		1.5
			Sesión N° 30 Sustentaciones individuales de los resultados de la investigación Realimentación docente					
16	**Examen final:** Tiene carácter integrador y evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje. (CPC: i, m).		Sesión N° 31 Evaluación	2	2			1.5
			Sesión N° 32 Reporte					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.

- Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, portafolios, videos tutoriales, blogs, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, herramientas de IA, entre otros

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen a l emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. ***Evalúa preferentemente el saber hacer*** y ***las actitudes*** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: EP = (EP1 x 0.25) + (EP2 x 0.25) + (EP3 x 0.25) + (EP4 x 0.25).
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), ***examinándose preferentemente el saber conceptual*** y ***el saber hacer*.** Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: ER = (Ep x 0.4) + (Ef x 0.6).

El **Promedio final (PF) r**esulta de la aplicación de la siguiente fórmula: $PF = \frac{EP+ER}{2}$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Martín (2018). *Fundamentos de dirección de operaciones de empresas de servicios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Lovelock.C & Jochen.W. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. Sexta edición. Pearson Educación, México.
- Domínguez, H. (2006). *El servicio invisible. Fundamento de un buen servicio al cliente*. Colombia: Universidad Sergio Arboleda. ECOE Ediciones
- Blanco, A. (2005). *Atención al cliente*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- D¨Andrea, G. Huete, L. y Reynoso, J. (2004). *Administración de Servicios*. México: Editorial Pearson Education S.A.

Cobertura del Componente Profesional Común (CPC) por áreas (expresadas en horas durante el semestre)

a) Marketing	b) Finanzas	c) Contabilidad	d) Gestión	e) A. Legal	f) Economía	g) Ética	h) D. Global	i) Comunicación en Negocios	j) Sis. Información	k) Cuantitativo	l) Política	m) Integradora	Carga total del estudiante
4	0.5	0.5	43	0.5	1	3	1.5	9	3	2	4.5	15.5	88

Sistematizado por: Luis Guillermo Arbulú Rivera/ Graciela Girón Franco / Hugo Álvarez Aranzamendi	**Fecha:** 25 de julio de 2025	**Revisión pedagógica:** René Del Águila Riva