



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA
EMPRESA ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L.
LAMBAYEQUE**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO
EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA.**

AUTOR

Br. PEDRO RAMÓN PATAZCA ROJAS

ASESOR

Dr. CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN

CHICLAYO – PERÚ

2018

PÁGINA DE JURADO

Mg. Marcelino Callao Alarcón

PRESIDENTE

Mg. Oliver Vásquez Leyva

SECRETARIO

Dr. Cristian Abraham Dios Castillo

VOCAL

DECLARACIÓN JURADA

Yo, PEDRO RAMÓN PATAZCA ROJAS egresado del Programa de Maestría en Administración de Negocios – MBA de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° 45902345.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la tesis titulada: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. LAMBAYEQUE. La misma que presento para optar el grado de: Maestro en Administración de Negocios – MBA.
2. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Pimentel, 04 de marzo del 2018.

PEDRO RAMÓN PATAZCA ROJAS
DNI: 45902345

DEDICATORIA

A mi madre MODESTA ROJAS CÉSPEDES y mi difunto padre JORGE PATAZCA GUZMÁN; por sus consejos, comprensión, amor, y ayuda en los momentos difíciles. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, principios, carácter, empeño, perseverancia y coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos mayores PAÚL, MARÍA LUZ, Y JORGE ARMANDO; por permitirme con sus pensamientos e ideales, fortalecer aspectos de mi persona para una mejora continua.

Pedro Ramón Patazca Rojas

AGRADECIMIENTO

A NUESTRO PADRE CELESTIAL, por todos los momentos alegres, tristes y difíciles vividos día a día, lleno de aprendizajes y experiencias; que me motivan a no desfallecer en el desarrollo de mis ideales.

A la ESCUELA DE POST GRADO DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO - Chiclayo, en colaboración los DOCENTES DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS; en el desarrollo y fortalecimiento de mi formación académica y profesional.

A la empresa ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L., sus representantes y colaboradores; por brindarme las facilidades, para el desarrollo de la presente investigación.

El autor

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado

En cumplimiento con el Reglamento de Grados y Títulos, Guía de productos observables de las experiencias curriculares eje del modelo de investigación; y los lineamientos del programa de Maestría en Administración de Negocios MBA, escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo – Chiclayo. Presento la tesis titulada: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. LAMBAYEQUE; para optar el grado de: Maestro en Administración de Negocios – MBA.

Su estructura está conformada en ocho capítulos: I. INTRODUCCIÓN (comprende la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación al problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos); II. MÉTODO (comprende diseño de investigación, variables, operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y aspectos éticos); III. RESULTADOS; IV. DISCUSIÓN; V. CONCLUSIONES; VI. RECOMENDACIONES; VII. PROPUESTA; VIII REFERENCIAS. Finalmente se presenta los ANEXOS correspondientes.

Con los resultados deseados para su respectiva aprobación, la investigación servirá como base y estímulo, para que a posteriori, sea ejecutable por la institución competente, contribuyendo a su desarrollo y progreso en el ejercicio de su servicio especializado en el rubro de la ingeniería civil.

El autor.

ÍNDICE

Página de jurado	ii
Declaración jurada	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
Presentación.....	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resúmen	xi
Abstract	xii
I.INTRODUCCIÓN.....	13
1.1REALIDAD PROBLEMÁTICA	13
1.1.1.Internacional.....	13
1.1.2.Nacional.....	14
1.1.3.Regional	15
1.1.4.Institucional	16
1.2TRABAJOS PREVIOS	18
1.2.1.Internacional.....	18
1.2.2.Nacional.....	20
1.2.3.Regional	22
1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....	23
1.3.1.Variable independiente: Plan Estratégico	23
1.3.2.Variable dependiente: Calidad del servicio	28
1.4FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	31
1.5JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	31
1.5.1.Científica.....	31
1.5.2.Institucional	32
1.5.3.Social.....	33
1.6HIPÓTESIS	33
1.7OBJETIVO.....	33
1.7.1.General.....	33
1.7.2.Específicos	34
II.MÉTODO.....	35
2.1DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	35
2.2VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN.....	36
2.2.1.Definición Conceptual	36
2.2.2.Operacionalización de variables	37
2.3POBLACIÓN Y MUESTRA	39
2.4TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	40
2.4.1.Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.4.2.Validez y confiabilidad.....	40
2.5MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	41
2.6ASPECTOS ÉTICOS	41
III.RESULTADOS	43
3.1INSTRUMENTO 1: CUESTIONARIO PARA COLABORADORES INTERNOS Y EXTERNOS	43
3.2INSTRUMENTO 2: CUESTIONARIO PARA PROFESIONALES Y/O REPRESENTANTES DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS ACTUALES DE SERVICIO.	59
3.3... INSTRUMENTO 3: CUESTIONARIO PARA PROFESIONALES Y/O REPRESENTANTES DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS POTENCIALES DE SERVICIO.	79
IV.DISCUSIÓN	97
4.1SÍNTESIS DEL RESULTADO	97
4.1.1.Colaboradores internos y externos	97
4.1.2.Clientes actuales	98
4.1.3.Clientes potenciales	99
4.2CAUSALES	100

4.3CONSECUENCIAS	101
4.4TENDENCIA DE LA PROPUESTA	101
4.5ANÁLISIS DEL MARCO TEÓRICO	102
V.CONCLUSIONES	103
VI.RECOMENDACIONES.....	104
VII.PROPUESTA.....	105
7.1SÍNTESIS DE LA NECESIDAD IDENTIFICADA	105
7.2OBJETIVOS	105
7.3MARCO LEGAL	106
7.4DETALLES DE LA PROPUESTA.	107
7.5PLAN DE ACTIVIDADES.....	113
VIII.REFERENCIAS	114
ANEXOS.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Autores Representativos del Concepto de Estrategia _____	25
Tabla 2. Variable "X": Plan Estratégico _____	38
Tabla 3. Variable "Y": Calidad del Servicio _____	39
Tabla 4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. _____	41
Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos _____	44
Tabla 6: Estadísticas de fiabilidad _____	44
Tabla 7:p1 - Grado de formación académica _____	45
Tabla 8:p2 - Área laboral en ALEA _____	46
Tabla 9: p3 - Régimen laboral en ALEA _____	47
Tabla 10: p4 - Permanencia laboral en ALEA _____	48
Tabla 11: p5 - Grado de satisfacción dentro de ALEA _____	49
Tabla 12: p6 - Resumen de la pregunta 6 de respuesta múltiple _____	50
Tabla 13: p6 - Servicios realizados en ALEA _____	50
Tabla 14: p7 - Resumen de pregunta 7 de respuesta múltiple _____	52
Tabla 15: p7 - Áreas de desarrollo de ALEA _____	52
Tabla 16: p8 - Potencial de servicio de ALEA _____	54
Tabla 17: p9 - Contribución de ALEA al desarrollo de la construcción _____	55
Tabla 18: p10 - Conocimiento sobre planificación estratégica _____	56
Tabla 19: p11 - Planificación estratégica en ALEA _____	57
Tabla 20: p12 - Propuesta de planificación estratégica en ALEA _____	58
Tabla 21: p13 - Servicio proporcionado por ALEA _____	59
Tabla 22: Resumen de procesamiento de casos _____	60
Tabla 23: Estadísticas de fiabilidad _____	60
Tabla 24: p1 - Estado laboral _____	61
Tabla 25: p2 - Área laboral _____	63
Tabla 26: p3 - Permanencia laboral _____	64
Tabla 27: p4 - Servicio solicitado en ALEA _____	65
Tabla 28: p5: Permanencia de servicio en ALEA _____	66
Tabla 29: p6 - Información sobre servicio de ALEA _____	67
Tabla 30: p7 -Tipo de servicio solicitado en ALEA _____	68
Tabla 31: p8 -Área de servicio solicitado en ALEA _____	70
Tabla 32: p9 - Grado de satisfacción de servicio brindado por ALEA _____	72
Tabla 33: p10 - Realización de servicios prestados en otros laboratorios _____	73
Tabla 34: p11 - Potencial de ALEA en la región Lambayeque _____	74
Tabla 35: p12 - Contribución de ALEA en el sector construcción _____	75
Tabla 36: p13 - Conocimiento sobre planificación estratégica _____	76
Tabla 37: p14 - Planificación estratégica en ALEA _____	77
Tabla 38: p15 - Propuesta de planificación estratégica en ALEA _____	78
Tabla 39: p16 - Servicio proporcionado por ALEA _____	79
Tabla 40: Resumen de procesamiento de casos _____	80
Tabla 41: Estadísticas de fiabilidad _____	80
Tabla 42: p1 - Estado laboral _____	81
Tabla 43: p2 - Área laboral _____	83
Tabla 44: p3 - Permanencia laboral _____	84
Tabla 45: p4 - Servicio solicitado al rubro construcción _____	85
Tabla 46: p5 - Tipos de servicios solicitado al rubro construcción _____	86
Tabla 47: p6 - Permanencia en los servicios solicitado al rubro construcción _____	88
Tabla 48: p7 - Tipos de servicios mayor solicitados _____	89
Tabla 49: p8 - Áreas de servicios mayor solicitadas _____	91
Tabla 50: p9 - Grado de satisfacción de servicios solicitados _____	93
Tabla 51: p10 - conocimiento sobre la empresa ALEA _____	94
Tabla 52: p14 - Conocimiento sobre planeación estratégica _____	95
Tabla 53: p15 - Conocimiento sobre planeamiento estratégico en ALEA _____	96
Tabla 54: p16 - Propuesta de planificación estratégica en ALEA _____	97
Tabla 55: Detalle de propuesta _____	108
Tabla 56: Plan de actividades _____	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fases del Plan Estratégico. _____	27
Figura 2. Esquema detallado de las fases del Plan Estratégico. _____	27
Figura 3: Grado de formación académica de los colaboradores en la empresa ALEA. _____	45
Figura 4: Área laboral donde se desempeñan los colaboradores de la empresa ALEA. _____	46
Figura 5: Régimen laboral de los colaboradores en la empresa ALEA. _____	47
Figura 6: Permanencia de los colaboradores laborando en la empresa ALEA _____	48
Figura 7: Grado de satisfacción de los colaboradores laborando en la empresa ALEA. _____	49
Figura 8: Servicios realizados por la empresa ALEA. _____	51
Figura 9: Áreas de desarrollo de la empresa ALEA en el sector construcción. _____	53
Figura 10: Potencial de servicio de la empresa ALEA en la región Lambayeque. _____	54
Figura 11: Estimación de contribución de la empresa ALEA al desarrollo de la construcción. _____	55
Figura 12: Conocimiento de los colaboradores de la empresa ALEA sobre planificación estratégica. _____	56
Figura 13: Conocimiento de los colaboradores si la empresa ALEA cuenta con planificación estratégica. _____	57
Figura 14: Interés por parte de los colaboradores en que la empresa ALEA cuente con una planificación estratégica. _____	58
Figura 15: Grado de calidad de servicio que presta la empresa ALEA, estimado por sus colaboradores _____	59
Figura 16: Estado laboral de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras que han solicitado servicio a ALEA _____	61
Figura 17: Área laboral actual de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras que han solicitado servicio a ALEA _____	63
Figura 18: Permanencia laboral de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras que han solicitado servicio a ALEA _____	64
Figura 19: Tipo de servicio solicitado a ALEA _____	65
Figura 20: Tiempo de servicio solicitado a ALEA (Acumulativo) _____	66
Figura 21: Medio de cómo se informaron sobre el servicio de la empresa ALEA _____	67
Figura 22: Tipo de servicio solicitado a la empresa ALEA _____	69
Figura 23: Áreas de desarrollo del servicio solicitado a ALEA _____	70
Figura 24: Grado de satisfacción brindado por ALEA a los solicitantes actuales _____	72
Figura 25: Servicios realizados por el solicitante en otras empresas del mismo rubro de actividades que ALEA _____	73
Figura 26: Potencial de ALEA en la región Lambayeque para los clientes actuales de ALEA _____	74
Figura 27: Contribución de ALEA en el sector construcción para los clientes actuales de la empresa ALEA _____	75
Figura 28: Conocimiento sobre planificación estratégica en los clientes actuales de la empresa ALEA _____	76
Figura 29: Conocimiento de los clientes actuales de la empresa ALEA, en cuanto si presenta planeación estratégica _____	77
Figura 30: Propuesta de que la empresa ALEA cuente planificación estratégica, para sus clientes actuales _____	78
Figura 31: Calidad de servicio proporcionado por ALEA a sus clientes actuales _____	79
Figura 32: Estado laboral actual de los clientes potenciales a servicio de la empresa ALEA _____	81
Figura 33: Área laboral actual de los clientes potenciales a servicio de la empresa ALEA _____	83
Figura 34: Permanencia laboral de los clientes potenciales a servicio de la empresa ALEA en sus áreas de trabajo _____	84
Figura 35: Necesidad de solicitar servicios en construcción _____	85
Figura 36: Tipos de servicios solicitado al rubro construcción por los clientes potenciales _____	86
Figura 37: Permanencia en los servicios solicitado al rubro construcción por los clientes potenciales _____	88
Figura 38: Tipos de servicios de construcción mayor solicitados por los clientes potenciales _____	90
Figura 39: Áreas de servicios de construcción mayor solicitados por los clientes potenciales _____	91
Figura 40: Grado de satisfacción de servicios anteriormente solicitados en una empresa constructora _____	93
Figura 41: Conocimiento de los posibles clientes potenciales sobre la empresa ALEA _____	94

RESÚMEN

La finalidad de la presente indagación es la propuesta de un PLAN ESTRATÉGICO (periodo 2018 – 2021) para mejorar la CALIDAD DEL SERVICIO de la empresa de; “ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L.”. El enfoque metodológico desarrolla un diseño de investigación No Experimental – Propositiva; la Población (N) está orientada hacia los clientes actuales y potenciales, dedicados al rubro de la construcción, que solicitan el servicio de laboratorio especializado en la región Lambayeque y regiones aledañas; y una muestra no probabilística (n) de cincuenta y dos clientes (entre actuales y potenciales).

Las técnicas e instrumentos (confiables y validadas por profesionales especialistas en la materia); están enfocadas bajo la observación no experimental a través de Fichas de observación, entrevistas y encuestas a través de cuestionarios y pruebas pilotos; y por último la revisión documentaria administrativa de los servicios realizados a través de hojas de cálculo, Informes técnicos de los servicios brindados englobados bajo parámetros técnicos normativos.

Se concluye que el estado actual de la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L., presenta puntos débiles en sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, lo que trae como consecuencia deficiencias en sus procesos y por consiguiente un deficiente servicio al cliente o usuario, lo que significa que se deben fortalecer dichas debilidades para lograr competitividad ante un mercado altamente competitivo como es el sector construcción.

Palabras Clave:

Plan estratégico, Calidad de servicio, Laboratorio de Ingeniería Civil, Clientes actuales y potenciales.

ABSTRACT

The purpose of the present inquiry is the proposal of a STRATEGIC PLAN (period 2018 - 2021) to improve the QUALITY OF SERVICE of the company; "ALEA LABORATORY OF CIVIL ENGINEERING E.I.R.L.". The methodological approach develops a Non-Experimental - Propositive research design; the Population (N) is oriented towards the current and potential clients, dedicated to the field of construction, who request the specialized laboratory service in the Lambayeque region and surrounding regions; and a non-probabilistic sample (n) of fifty-two clients (between current and potential).

The techniques and instruments (reliable and validated by professionals specialized in the subject); are focused on non-experimental observation through observation sheets, interviews and surveys through questionnaires and pilot tests; and lastly, the administrative documentary review of the services performed through spreadsheets, technical reports of the services provided under regulatory technical parameters.

It is concluded that the current status of the Service Quality of the Alea Company, Civil Engineering Laboratory EIRL, presents weak points in its tangible elements, reliability, response capacity, security and empathy, which results in deficiencies in its processes and consequently, poor service to the client or user, which means that these weaknesses must be strengthened in order to achieve competitiveness in a highly competitive market such as the construction sector.

Keywords:

Strategic plan, Quality of service, Civil Engineering Laboratory, current and potential clients.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

1.1.1. Internacional

A nivel económico, América Latina tuvo un crecimiento económico desacelerado durante los periodos 2015 y 2016, la causa de su recesión estuvo influenciada por la variación del precio de las materias primas y del índice de volatilidad de los mercados internacionales, provocando así, un leve aumento del nivel de desempleo y el retraso a un salario más digno para los trabajadores. CAF (2016).

Sin embargo, el crecimiento económico en América Latina para el año 2017, tendrá un ligero repunte luego de dos años seguidos de contracción. De acuerdo con los informes de proyecciones realizadas por instituciones internacionales establecen que Latinoamérica y el Caribe crecerá un modesto aumento del 1.3% de acuerdo con la proyección de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); un 1.6% de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y 1.8% de acuerdo con el Banco Mundial. Cuyas expectativas se centran en Perú, Brasil y Argentina, estableciéndose al Perú como la economía de Sudamérica con el mejor desempeño para el presente año. Astudillo (2017).

Esta afirmación se valida bajo los resultados presentados por el Informe de Competitividad Global 2016-2017 publicado por el Foro Económico Mundial (World Economic Forum, WEF) Estableciéndose dentro de los 10 primeros puestos de la tabla del Ranking Mundial de Competitividad a los países de Suiza (1º) seguido por Singapur, Estados Unidos, Holanda, Alemania, Suecia, Reino Unido, Japón, Hong Kong, y Finlandia (10º). Perú se ubica en el puesto 67 de un total de 138 países,

subiendo dos posiciones con respecto al informe del año anterior (2015-2016, puesto 69); además se mantiene en la tercera posición a nivel de países de Sudamérica, detrás de Chile y Colombia; Sexta posición entre los países de América Latina y el Caribe. Mejoramos en 6 de los 12 pilares; tal como: Instituciones (del puesto 116 al 106), Salud y educación básica (100 al 98), Educación Superior y Capacitación (82 al 80), Eficiencia del mercado Laboral (64 al 61), sofisticación de mercados financieros (30 al 26), preparación tecnológica (92 al 88), y Sofisticación empresarial (81 al 78). Sin embargo, retrocedemos en dos pilares: Eficiencia en el mercado de bienes (60 al 65), e Innovación (116 al 119). Sociedad Nacional de Industrias (2016).

1.1.2. Nacional

El sector construcción en Perú ha pasado un escenario económico desacelerado en los últimos años, tal como afirma el diario Gestión en una entrevista a Guido Valdivia, presidente ejecutivo de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO), manifiesta que a finales del año 2016 se ha presentado un decrecimiento del 3.5% en el sector construcción, llegando solo en el mes de diciembre del mismo año valorar un decrecimiento superior al 4%, caso que llama mucho la atención ya que se considera como el primer resultado negativo del mes en un periodo de cinco años. Dichas circunstancias, como manifiesta Guido Valdivia se deberían al limitado interés del anterior gobierno en el desarrollo del sector construcción en el tema de políticas de vivienda, contratación con el Estado, falta de inversión en el sector público y privado, la cual han generado la caída del sector construcción al año 2016. Sin embargo, se estima que para el año 2017 hacia adelante, Perú crecerá un 4%; dicho crecimiento está alineado con la estimación del crecimiento de la economía nacional y el destrabe de los grandes proyectos de infraestructura que se encuentran entrampados. (Ríos, 2017).

Sin bien las previsiones de crecimiento del sector construcción para el año 2017 son alentadoras, depende del actual gobierno tomar la riendas de reforma para la concretización de las estimaciones realizadas; uno de estos grandes retos de la economía peruana para el año 2017 tal como afirma el diario el Comercio en sus entrevistas a Gonzalo Priale, presidente de la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN) y Flavio Ausejo, docente de la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico (UP), son reducir el déficit de infraestructura que representan el 23% de la brecha total, y los altos índices de informalidad, cuya estimación sería su reducción del 71% al 40% al año 2021. (Vega, 2017)

Sin embargo, debemos tener en cuenta que el mayor porcentaje de obras en el Perú, todavía se siguen ejecutando con metodologías antiguas, que a la fecha representan un alto riesgo a la seguridad, calidad y el desarrollo económico, que los recursos que se invierten en estos procesos son poco sofisticados y de escasa innovación, debido a la falta de innovación y desarrollo tecnológico. Siendo el sector construcción, la actividad económica que a la fecha sigue desarrollándose a un ritmo lento, no respondiendo a las necesidades actuales del país. Es por tal sentido, que mientras el Perú presente un bajo desempeño en el sector ciencia, tecnología e innovación tecnológica (CTI), desarrollo social, económico y sostenibilidad, seguirá siendo altamente vulnerable, limitando su desarrollo a un mediano y largo plazo. (Anika & Maceli, 2017, p. 12).

1.1.3. Regional

A nivel de la región Lambayeque, el presidente de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO) Antonio Rabanal expresa en una entrevista al diario la República, que el sector construcción en la localidad decreció un -6%; temporada que se viene suscitando desde el año 2012, generando demora en el avance de las obras. Así mismo,

manifestó que los factores que originaron estos problemas son principalmente la corrupción, la falta de inversión privada y pública, y a todo ello el actual acontecimiento del fenómeno del niño. Es por tal motivo que las autoridades gubernamentales deben centrar su prioridad de combatir estos obstáculos. Si bien es cierto, el sector construcción ha presentado un crecimiento desacelerado en los últimos años, ésta manifiesta un gran auge en el desarrollo de las actividades de la sociedad, por la cual teniendo en cuenta las estimaciones de avance para el presente año y hacia adelante, con el actual gobierno, no basta que las empresas privadas dedicadas al rubro de la construcción centren sus prioridades en la consultoría y ejecución de obras bajo un criterio técnico – efectivo y búsqueda de la formalización a generales rasgos, sino que PLANIFIQUEN sus actividades bajo un criterio ESTRATÉGICO, y así poder alcanzar con mayor efectividad sus objetivos y metas planteadas a un corto, mediano y largo plazo. Vega. (2017).

1.1.4. Institucional

Teniendo en cuenta los acontecimientos presentes en nuestro país y localidad, en el aprovechamiento de nuestros recursos. El presente diseño de proyecto de investigación centra su estudio en la elaboración del **Plan Estratégico para la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. Lambayeque**; Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2017) con fecha 01 de marzo del 2016, RUC N.º 20601049059 y dirección de domicilio fiscal en la Av. Las Américas Nro. 271 P.J. San Francisco Lambayeque - Chiclayo – Chiclayo; y registrada en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, 2017) con expediente N.º 0689110-2016, para los servicios de Construcción, supervisión (dirección) de obras de construcción, y alquiler de maquinarias de construcción. Esta

empresa joven desarrolla su actividad principal enfocado en el servicio de laboratorio especializado en el desarrollo de ensayos de materiales, concreto, mecánica de suelos y asfalto; la cual a la fecha viene ejecutando sus actividades de manera escalada a nivel regional, sin embargo, en la necesidad de mejorar la calidad de sus servicios prestados al sector construcción y mejora continua de su organización, centramos su interés en el desarrollo de su planificación estratégica para un periodo de desarrollo de 3 años.

Con respecto a la problemática tenemos las siguientes manifestaciones: en los últimos meses se ha visto una disminución de clientes, a ello se suma el crecimiento de competidores muy importantes como:

Laboratorio de suelos concreto y asfalto A&m Geotécnica Y
Mecánica De Suelos SAC

Ingeonort SAC Ingeniería Geotécnica

Estudios Geotécnicos y Ensayos de Laboratorio E.I.R.L

Geotécnica y Macanicaroyer. S.A.C

Setecpromes - Lambayeque, Lambayeque

Servicio De Asfaltado En General

Jam ingeniería y construcción (PlanetaPerú, 2017)

Ante los competidores mencionadas líneas arriba surge la necesidad de establecer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio elevando de esta manera la competitividad de la empresa ante un mercado que cada vez se hace más exigente, es por ello que se elabora la presente indagación.

1.2 Trabajos previos

1.2.1. Internacional

Anika & Maceli (2017) en su **investigación** para optar el grado de Master Universitario en Gestión y Planificación en Ingeniería – Universidad Politécnica de Valencia – España, **denominado** “Innovación en el Sector de la Construcción del Perú: Estado Actual y Diagnóstico Civil”; cuyo **objetivo general** fue “diagnosticar la situación actual con respecto a la innovación en el sector de la construcción del Perú”; utilizó como **metodo de constratación** el análisis empírico y analítico a través del instrumento entrevista; obteniendo como **resultados** la “Integración del modelo para la innovación sistemática en empresas constructoras con variables o cuestiones adicionales identificadas como barreras del contexto peruano que mitigan la innovación”. Así mismo **concluyen** que “Se considera la etapa final de un desarrollo competitivo en la industria de la construcción cuando la competitividad de una empresa constructora se mida por su grado de innovación en el mercado” (p. 147); es decir, mejorar las competitividad de la empresa de manera planificada, sistemática y sostenible a través de la implementación de sistemas de gestión de calidad (ISO 9001), gestión ambiental (ISO 14001) y gestión de seguridad y salud laboral (OHSAS 18001). Todas estas acciones conllevan a ofrecer un servicio de calidad para el cliente, eleva la competitividad de la empresa y mejora su prestigio e imagen. Finalmente **recomiendan** para las empresas constructoras “Realizar estudios de mercado y analizar los problemas repetitivos en obra con esta información se podrá direccionar mejor la innovación y repetir los resultados en el resto de obras que posean un patrón similar”, y al Estado peruano “Aplicar políticas similares a la de otros países como es el caso de Brasil y España, donde las empresas alineadas a la legislación conceden o destinan una parte proporcional a las ganancias para financiar la investigación, desarrollo tecnológico e innovación”. Su **Relevancia** esta asociado a la

comparación de la realidad situacional y debilidades que presenta el sector construcción en el Perú, en el entorno de la innovación, estableciendo propuestas de solución.

Polo (2014) en su **investigación** para optar el grado de Maestro en Planificación y Dirección estratégica – Universidad de las Fuerzas Armadas – Ecuador, **denominado** “Diseño del Plan Estratégico 2013 – 2016 para la Constructora Rodriguez”; cuyo **objetivo general** fue “Diseñar el plan estratégico para el periodo 2013 – 2016 para la Constructora Rodriguez, que le permita traducir la filosofía corporativa en los resultados tangibles para incrementar los resultados financieros de la organización”; utilizó como **método de construcción** el desarrollo de la técnica explorativa descriptiva, cuya finalidad fue conocer los problemas que están afectando a la empresa, y su posterior aplicación de la evaluación cuantitativa y cualitativa, para determinar y direccionar la empresa acorde a sus objetivos empresariales; Así mismo **concluye** que “Con la Planificación Estratégica lo que se intenta es la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la empresa y la formulación y puesta en marcha de estrategias que permitan crear o preservar sus ventajas, de esta manera mejorar o dar un servicio de calidad al cliente y así estar un paso adelante ante sus más cercanos competidores”; la cual va a influir sobre los costos operativos, mejorando los ingresos de las empresas al entorno económico en que se encuentra inmerso; Finalmente **recomiendan** que “La planificación e implementación de un plan estratégico debe superar los contratiempos que se puedan dar en la ejecución del plan para así evitar pérdidas de tiempo innecesarias”. Su **Relevancia** está asociado a la necesidad de realizar una planificación estratégica por efecto del entorno económico, permitiéndose así alcanzar el éxito y desarrollo empresarial, brindando de esta manera un servicio de calidad al cliente.

Forcael, Molenaar, Orozco, & Serpell (2014) en su **investigación** documento técnico estratégica – Pontificia Universidad Católica de Chile – Chile, **denominado** “Modeling Competitiveness Factors and Indexes for Construction Companies: Findings of Chile”; **concluyen** que “La globalización y el entorno altamente competitivo han dado lugar a una necesidad urgente de crear estrategias efectivas de competencia con el fin de sobrevivir. Por lo tanto, las empresas requieren una mejor comprensión de las interrelaciones entre los factores que determinan la competitividad y los índices para medirlo”. (texto traducido). Su **relevancia** está asociada a la necesidad de proporcionar la toma de decisiones asociados a la mejora de la competitividad, de esta manera se ofrece un servicio de calidad al cliente, mejora la percepción de la empresa y alcanza hacer líder en la región en el rubro de los servicios de construcción. En resumen elevar las competencias de la organización terminan en ofrecer un servicio de calidad al cliente en cuestiones de materiales o servicios de construcción.

1.2.2. Nacional

Coronel, Hinostroza, Huaynate, & Tazza (2016) en su **investigación** para optar el grado de Magister en Administración Estratégica de Empresas – Pontificia Universidad Católica del Perú – Perú; **denominado** “Planeamiento Estratégico para la Empresa Constructora El Árabe SAC”; utilizaron como **metodo de constratación** a evaluación externa e interna a través de auditorias para el desarrollo del plan estratégico; **concluyen** que “Con la mejora de todos los aspectos de servicio, de administración, tecnológicos, logísticos y medioambientales, se logrará conseguir avances significativos en todo ámbito de su organización diferenciándose de sus competidores y manteniendo un enfoque de largo plazo.”; **recomendando** que para lograr el éxito del planeamiento estratégico es necesario integrar a todos los colaboradores a participar en una sola visión compartida con obeitivos claros y mutuos, el aprovechamiento de los recursos actuales

en el sector construcción y su relación con la tecnología, búsqueda de alianzas estratégicas y planificar sistemas de gestión. Su **relevancia** está asociada a la capacidad de realizar la evaluación estratégica de manera interna y externa a través de auditorías obteniendo resultado a corto y mediano plazo. En resumen todo plan estratégico apunta a varios objetivos, uno de ellos es ofrecer un servicio de calidad que permita satisfacer las necesidades del cliente y estar siempre un paso adelante ante su más cercano competidor.

Cuba, Mendoza, & Zegarra (2015) en su **investigación** para optar el grado académico de Magister en la Maestría de Administración estratégica – Universidad del Pacífico – Perú, **denominado** “Plan Estratégico Para La Compañía Besco S. A. C.”; **concluyen** que “El macroentorno actual es positivo para el plan estratégico propuesto. A través del crecimiento de la compañía, el crecimiento del número de empresas y el volumen de operaciones, se está impulsando la demanda inmobiliaria de departamentos para vivienda. Se espera que este crecimiento se incremente en los próximos años a la espera de las mejoras en la coyuntura económica nacional e internacional”; **recomendado** llevar a cabo el plan estratégico desarrollado en la presente investigación a un corto plazo para garantizar su desarrollo. Su **relevancia** está asociada a la capacidad de realizar un plan funcional a través de la administración, marketing, operación, recursos humanos, y responsabilidad social; de igual forma realizar un plan financiero; y realizar un plan de contingencia y evaluación de la implementación de los planes funcionales. Todas estas acciones apuntan a varios propósitos, uno de ellos es mejorar la calidad del servicio para satisfacer la demanda de los clientes, precisamente es lo que busca esta investigación por lo tanto se considera muy relevante.

Chaparro (2012) en su **investigación** para optar el grado de Maestro en Gestión Tecnológica Empresarial estratégica – Universidad Nacional de Ingeniería – Perú, **denominado** “Plan de Mejoramiento del Servicio del Laboratorio de Ensayo de Materiales de la FIC – UNI”; **concluye** que “El crecimiento del sector construcción en el Perú, está generando oportunidades de negocio de manera directa e indirecta en el entendido de que los estándares de calidad exigen realizar pruebas técnicas de los materiales a utilizarse”; **recomendando** que el laboratorio de Ensayo de Materiales LEM FIC UNI para aprovechar este acontecimiento debe plasmar guías o manuales de control de sus procesos (ensayos de laboratorio y campo), capacitación constante a sus colaboradores técnicos y administrativos, mejoramiento de la infraestructura, y potenciar su investigación; Su **relevancia** está asociada a la necesidad de que realice un planeamiento operativo de sus servicios realizados a través de su implementación de un plan estratégico, cabe mencionar que a la fecha la presente investigación es la única que se centra al desarrollo de un plan dentro del contexto laboratorio para la construcción en el área de la ingeniería civil. Gracias a estas estrategias de mejora de laboratorio se podrá dar un servicio de calidad que permita satisfacer las exigencias de los clientes, y alcanzar la competitividad ante un mercado que cada vez se vuelve más exigente.

1.2.3. Regional

A la fecha no se presentan investigaciones realizadas en diseñar un plan estratégico en el sector construcción en empresas dedicadas al rubro del servicio de laboratorio de ingeniería civil, teniendo en cuenta que en la región Lambayeque, existe mercado del servicio y las empresas que se dedican a este sector, por lo general empresas particulares y universidades; no han considerado la idea de realizar una planificación estratégica ni a corto plazo.

Sin embargo, la implementación de laboratorio y los servicios prestados al sector construcción, consultoría y ejecución de obras; técnicamente se encuentran establecidas bajo los lineamientos de estándares de control de calidad, normativas técnicas peruanas N.T.P.; en el entorno de la dirección del Instituto de la Calidad. INACAL (2017).

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable independiente: Plan Estratégico

Estrategia

El no tener una estrategia se asocia a la idea de indecisión, irregularidad, y limitada profesionalidad. ALTHAIR (2017) citando a Henderson (1989) lo define: “Estrategia es una búsqueda deliberada de un plan de acción que cree y desarrolle una ventaja competitiva de la empresa. Para cualquier empresa, la búsqueda es un proceso iterativo que comienza con el reconocimiento de donde está y qué tiene ahora. Sus competidores peligrosos son los que más se le parecen. Las diferencias entre la empresa y sus competidores son el fundamento de su ventaja. Si teneís empresas y son viables, ya teneís una clase de ventaja, no importa cuan pequeña o sutil... El objetivo es agrandar el alcance de su ventaja, lo que sólo puede conseguirse a costa de otro”. (p. 12).

Salazar (2012), Citando a Henry Mintzberg (1994) del libro “La caída y ascenso de la Planeación Estratégica” – Canada; recolecta las siguientes concepciones sobre el termino estrategia, asi mismo señala que en nuestro pais, la teoria presentada por Michael Porter, es la que mas se adecua a nuestra realidad.

Tabla 1. Autores Representativos del Concepto de Estrategia

PETER DRUCKER	Fue uno de los primeros en mencionar el término estrategia en la Administración. Para él, estrategia de la organización era la respuesta a dos preguntas: ¿Qué es nuestro negocio?, ¿Qué debería ser?
ALFRED CHANDLER JR	Define a la estrategia como la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la empresa, la adición de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas. Para él, la estructura sigue a la estrategia.
KENNETH ANDREWS	Combina las ideas de Drucker y Chandler en su definición de estrategia. La estrategia es el patrón de los objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecida de tal modo que defina qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser.
IGOR ANSOFF	La estrategia es el lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado tal que definan la esencia naturaleza de los negocios en que esta la organización y los negocios que la organización planea para el futuro.
HENRY MINTZBERG	Es quien brinda la definición más completa de estrategia, ya que identifica cinco definiciones de estrategia, a partir de variadas representaciones en términos de: la estrategia como plan, la estrategia como pauta de acción, la estrategia como patrón, la estrategia como posición, la estrategia como perspectiva.
MILES Y SNOW	Distinguen diferentes tipos de estrategia: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia exploradora, desarrollada por aquellas empresas orientadas hacia el crecimiento y la exaltación de nuevos mercados. ✓ Estrategia defensiva, dirigen todos sus esfuerzos a defender su posición competitiva. Prácticamente no desarrollan nuevos productos ni se introducen en nuevos mercados. ✓ Estrategia analizadora, que es una combinación de las dos anteriores, ya que introducen cambios en sus productos, pero de manera más lenta que las exploradoras. ✓ Estrategia reactiva. Este tipo de empresa carece de una estrategia concreta y simplemente reaccionan a cambios producidos por el entorno. Son consideradas como un grupo marginal, y en muchos casos se excluyen de la investigación
MICHAEL PORTER	Brinda la siguiente definición de estrategia. Es muy fácil que sus rivales copien sus mejoras en calidad y eficiencia. Sin embargo no deberán poder copiar su posicionamiento estratégico, pues es lo que distingue a su compañía de las demás.

FUENTE: MINTZBERG, Henry. 1994. La caída y ascenso de la Planeación Estratégica. Hartad Business Review. Canadá

Planificación Estratégica

ALTHAIR (2017) define como planificación estratégica a modo conclusion la definicion citada por Dess & Lumpkin (2003) que expresa: “Entendemos por Plan Estratégico el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a largo plazo” (p. 15). Es necesario precisar que contar un plan estratégico, proporcionará ventajas notables para cualquier organización empresarial.

Así mismo, Principe (2017) define: “El planeamiento estratégico es una de las herramientas de gestión más estudiadas y desarrolladas, aunque a su vez, una de las más improvisadas en su gestión” (p. 1); por lo tanto para su implementación es necesario conocer sus fundamentos, preparación y diseño basado en un modelo teórico, y las experiencias impartidas en otras actividades relacionadas al tema.

Importancia de la Planificación Estratégica

Salazar (2012) expresa:

“La planificación estratégica es una herramienta que facilita la organización empresarial en forma adecuada y técnica, se la considera importante por cuanto:

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito.
- Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismos.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- La moral se eleva sustancialmente, ya que todos los miembros de la empresa conocen hacia donde se dirigen sus esfuerzos.
- Maximiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos, en todos los niveles de la empresa”.

Fases de Elaboración de un Plan Estratégico

ALTHAIR (2017) establece que para la elaboración de un plan estratégico se debe tener en cuenta 3 etapas fundamentales, en la primera etapa se debe realizar un **análisis estratégico**, que consiste en realizar un trabajo previo para poder de ahí, formular o implantar eficazmente estrategias, ésta etapa comprende el analizar la visión, misión, objetivos estratégicos y el entorno interno y externo que lo rodea; la segunda etapa comprende la **formulación estratégica**, la cual comprende la planificación de estrategias corporativas, competitivas y operativas como factor de diseño; y como tercera etapa se debe realizar la **implementación de la estrategia**, para la concretización de la misma.



Figura 1. Fases del Plan Estratégico.



Figura 2. Esquema detallado de las fases del Plan Estratégico.

Para su realización es necesario realizar un análisis completo interno y externo de los siguientes procesos (p. 19 – 21):

1) Análisis Estratégico:

- Fase I: Metas: Comprende el análisis del esquema del Plan Estratégico; el análisis de los propósitos y objetivos organizativos a través de la Visión, Misión y Objetivos estratégicos, y el análisis de las unidades estratégicas de negocio.
- Fase II: Estado Actual: Comprende el análisis de entorno de los competidores a través de segmentos y sectores; y el análisis interno valorando sus activos intangibles de la empresa.

2) Formulación Estratégica: La cual comprende:

- Fase III: El Diagnóstico Estratégico: Comprende su análisis DAFO o FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), y su análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar).
- Fase IV: Elección de las Estrategias: Comprende la constitución de la empresa por niveles corporativos, competitivos y funcionales.

3) Implantación Estratégica: La cual comprende:

- Fase V: Implantación de Estrategias: Comprende el diseño de la organización de manera eficaz, inteligente y ética, fomentando el aprendizaje corporativo y la creación de nuevas estrategias a través de planes de acción.

1.3.2. Variable dependiente: Calidad del servicio

Servicio

Begazo (2006) manifiesta que a través del tiempo, se han conceptualizado diferentes pensamientos sobre el término "servicio", concretizadas en la acción y efecto de servir; realizar ciertas actividades, acciones o satisfacciones puesta al intercambio de bienes intangibles e identificables, describiendo:

Que existen diferentes posturas las cuales son enfocadas a:

- Bienes y servicios bajo un mismo concepto globalizador;
- Bienes y servicios como conceptos opuestos;
- Todos son servicios; y
- Bienes y servicios como un concepto continuo

Los servicios se clasifican en:

- Naturaleza del servicio (Procesamiento de personas, de estímulo mental, de cosas, y de información);
- Naturaleza de la demanda y oferta;
- Relación de la empresa con sus clientes;
- Grado de personalización del servicio; y
- Método de prestación del servicio

Son características de los servicios:

- Intangibilidad;
- Inseparabilidad;
- Heterogeneidad; y
- Caducidad

Calidad del Servicio

De igual sentido, existen diferentes pensamientos sobre el término “Calidad”, concretizada como una “función de la percepción del cliente”, es decir desde el punto de vista del consumidor. Begazo (2006)

Así mismo, Torres (2011) expresa que “La calidad de un servicio es definida como una evaluación dirigida hacia cada uno de los aspectos que son importantes para el consumidor. (..) Es una evaluación multidimensional”, es decir que no solo se trata de la atención al cliente, sino también de los diferentes procesos que la empresa ha establecido para generar solución a sus dificultades, llevando sus actividades de manera eficientes, logrando la satisfacción del cliente.

Evaluación de la calidad del servicio

Begazo (2006), describe que para evaluar o medir la calidad de un servicio, es necesario determinar cuales son las diferentes escalas y técnicas de su medición a través del siguiente criterio:

Dimensiones a evaluar al momento de aplicar una escala:

- **Validez.** Que consisten en analizar si la escala mide aquello que el investigador pretende medir;
- **Fiabilidad.** Se encarga de analizar que aquello que se está midiendo se hace de forma consistente; y
- **Capacidad.** Si existe la posibilidad de que la escala pueda recoger cambios en el individuo respecto al objeto de medida.

Principales escalas a ser aplicadas:

- Escalas básicas (Nominal, Ordinal, Intervalo, y de ratios);
- Escalas comparativas (de comparaciones pareadas, de clasificación, de suma constante, de clases o similitudes, de protocolos verbales, de Guttan);
- Escalas no comparativas (de clasificación continua, escala Likert, de diferencial semántico, escala Thurstone, escala stapel);
- Escalas estandarizadas (Cetscale, Lov, Markor, Vals, Servperf, Servqual)

Medición de la Calidad de Servicio

Existen diferentes modelos para determinar la calidad de servicio, en marketing de servicios los modelos mas estudiados son Servqual, la cual utiliza una escala a partir percepciones y expectativas; y Servperf, el empleo unico de percepciones. Por lo tanto la medición de la calidad de servicio que mayor se adecua a nuestra realidad es el modelo Servqual, la cual consta de cuatro partes o componetes:

- **Primera parte.** En la cual se mide las “expectativas” a través de la calificación que le otorgan los clientes (excelente, adecuado);
- **Segunda parte.** Se califica la “percepción” de la calidad del servicio de la empresa analizada.
- **Tercera parte:** Referente a la importancia relativa de cinco criterios o dimensiones
- **Cuarta parte.** Referente a los datos socio – demográfico del encuestado

Por lo tanto, existen 5 dimensiones a ser evaluadas:

- **Elementos tangibles.** (Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación);
- **Fiabilidad.** (Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa);
- **Capacidad de respuesta.** (Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio);
- **Seguridad.** (Conocimiento y atención mostrados por los empleados); y **Empatía.** (Habilidades para inspirar credibilidad confianza)

El modelo Servqual es la “Escala desarrollada con la intención de medir la calidad de los servicios, tanto esperada como percibida. Está formada por 22 declaraciones que se agrupan en cinco dimensiones, cada una de las cuales se identifica con diferentes aspectos relativos a la prestación de servicios”. (Begazo, 2006, p. 79)

1.4 Formulación del problema

¿Cómo se puede mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. ubicado en la región Lambayeque?

1.5 Justificación del estudio

1.5.1. Científica

El plan estratégico debe constituirse como una herramienta principal en la dirección y toma de decisiones para el desarrollo efectivo de las actividades de una empresa. Su implementación, sin distinguir su sector o ámbito de aplicación; ha generado resultados positivos en la toma de decisiones, generando desarrollo en la empresa; se presentan algunos comentarios referentes a su implementación:

“El plan estratégico integral es una herramienta que permitirá observar y analizar de forma conjunta (a) la visión de la Constructora El Árabe SA, (b) la misión, (c) los valores, (d) el código de ética, (e) los intereses organizacionales, (f) los objetivos de largo y corto plazo, (g) las estrategias, (h) las políticas y (i) los recursos. Para la Constructora El Árabe SA, este plan permitió determinar que existe coherencia con el plan estratégico elaborado, por lo tanto, se recomienda su ejecución en todos los aspectos” (Coronel, Hinostraza, Huaynate, & Tazza, 2016, p. 129)

“Se recomienda llevar a cabo el plan estratégico desarrollado en este documento. El presente plan estratégico se debe ejecutar en el corto plazo a fin de garantizar el personal clave con las capacidades y competencias necesarias” (Cuba, Mendoza, & Zegarra, 2015, p. 60)

Para el Laboratorio de Ensayo de Materiales de la Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería, se recomienda ejecutar el plan operativo estratégico institucional; la cual comprende evaluaciones diagnósticas periódicas, la implementación de sistemas de gestión de calidad, ambiental y seguridad ocupacional; para así obtener resultados favorables a corto y mediano plazo. (Chaparro, 2012, p. 120 – 121).

1.5.2. Institucional

La empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. ubicado en la región Lambayeque; cuenta con un gran potencial de mercado en sus servicios técnicos brindados al sector construcción, logrando la fidelización de sus clientes; sin embargo, la parte administrativa presenta limitaciones en cuanto a su funcionalidad y dirección; es por tal razón la necesidad de elaborar un plan estratégico para un periodo

de 3 años (2018 al 2021) con el objetivo de mejorar la calidad de sus servicios brindados.

1.5.3. Social

Con la elaboración del plan estratégico para mejorar el servicio de la empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L., y su adecuada implementación en un periodo 2018 – 2021; la cual generará resultados positivos y satisfactorios en la calidad de sus servicios, se logrará la satisfacción de los profesionales y empresas relacionadas al rubro de la construcción que continuamente se mantienen solicitando los servicios de la empresa; de igual manera, se logrará expandir el mercado a nuevos clientes potenciales, logrando su fidelización con expansión a las diferentes zonas del país, logrando generar competencia con instituciones de mediana y gran envergadura relacionadas con el sector laboratorios de ensayo de materiales para la construcción.

1.6 Hipótesis

La implementación del Plan Estratégico permitirá Mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. ubicado en la región Lambayeque, para el periodo 2018 al 2021.

1.7 Objetivo

1.7.1. General

Elaborar el Plan Estratégico para la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. Lambayeque.

1.7.2. Específicos

- 1) Diagnosticar el estado actual de la calidad del servicio de la empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.
- 2) Identificar los factores influyentes en la calidad del servicio de la empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.
- 3) Diseñar el Plan estratégico para mejorar la calidad del servicio de la empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.
- 4) Estimar los resultados que generará la implementación del Plan estratégico en la calidad del servicio de la empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

No Experimental – Propositiva.

Se considera **no experimental**, porque se demostrará la hipótesis a través de métodos lógicos y juicio de experto; y **propositiva**, porque plantea una propuesta de solución al problema identificado. (Dios, 2017).

Se define como investigación **no experimental** a los “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. Así mismo, “La meta de la **investigación mixta** no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”. Hernández (2014)

$$\begin{array}{cc} T_1 & T_2 \\ M & O P RE \end{array}$$

Donde:

- M = Muestras que se están observando
- O = Observación a desarrollar en la muestra
- P = Propuesta de especialidad
- T1 = Tiempo de medición inicial
- T2 = Tiempo de proyección
- RE = Resultados estimados o proyectados

2.2 Variables, operacionalización

2.2.1. Definición Conceptual

Variable Independiente (X): Plan Estratégico.

“(…) conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a largo plazo” Dess & Lumpkin (2003) citado por ALTHAIR (2017).

Variable Dependiente (Y): Calidad del Servicio.

“(..) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización”. Pizzo (2014).

2.2.2. Operacionalización de variables

Variable Independiente (X): Plan Estratégico

Tabla 2. Variable “X”: Plan Estratégico

Dimensión	Subdimensión	Indicador	Subindicador	Descripción	Técnica	Fuente / Informante	Ítem	
Análisis Estratégico	Metas	Esquema del Plan Estratégico	-	Punto inicial del proceso	Revisión documentaria	Expertos	1	
		Visión, Misión y Valores Corporativos	-	Jerarquía de metas	Revisión documentaria	Expertos	2	
		Unidades Estratégicas de Negocio	-	Conjunto de actividades para establecer una estrategia	Revisión documentaria	Expertos	3	
	Estado Actual	Análisis del Entorno	Análisis del Entorno	Entorno General	Conformado por segmentos políticos, económicos, tecnológicos y sociales	Observación No Experimental. Encuesta	Expertos	4
				Entorno Competitivo	Compuesto por los competidores y otras organizaciones que pueden amenazar el éxito de los productos y servicios de la empresa	Observación No Experimental. Encuesta	Expertos	5
		Análisis Interno	Cadena de Valor	Fortalezas y debilidades de la empresa	Entrevista	Expertos	6	
Formulación Estratégica	Diagnostico Estratégico	Análisis DAFO	-	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa (FODA)	Entrevista	Expertos	7	
		Análisis CAME	-	Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar (CAME); metodología suplementaria del análisis FODA	Entrevista	Expertos	8	
	Elección de la Estrategia	Definición de Negocio	-	Conformada por las necesidades de la empresa, segmentos de los consumidores, área geográfica, tecnología empleada	Revisión documentaria. Encuestas	Expertos	9	
		Estrategia Corporativa	-	Cuestiones que conciernan a la cartera de negocios de la empresa	Revisión documentaria. Encuestas	Expertos	10	
		Estrategia Competitiva	-	Ventaja competitiva en el liderazgo y especialización e un segmento de mercado	Revisión documentaria. Encuestas	Expertos	11	
Estrategia Funcional	-	Análisis del desempeño de las funciones de la empresa con relación a sus competidores	Revisión documentaria. Encuestas	Expertos	12			
Implantación de la Estrategia	-	Diseño de la Organización	-	Estructura y diseño organizativo coherente con la estrategia	Revisión documentaria	Expertos	13	
		Planes de Acción	-	Garantizar que la empresa haya establecido medios eficaces para coordinar e integrar actividades dentro de la empresa, así mismo con sus proveedores, clientes y socios aliados	Revisión documentaria	Expertos	14	

Fuente: Elaboración propia, citando a (Príncipe, 2017, p. 19 – 21).

Variable Dependiente (Y): Calidad del Servicio

Tabla 3. Variable “Y”: Calidad del Servicio

Dimensión	Indicador	Pregunta	Educación	Categoría	Técnica	Fuente / Informante	Ítem
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas	¿Cuál es nivel de apariencia de las instalaciones físicas del servicio de la empresa al término del periodo de estudio?	Total de metas logradas / total de metas establecidas	Cuantitativo. Continuo. De 0 a más	Revisión documental	Registros administrativos	1
	Equipos	¿Cuál es nivel de calidad de los equipos de la empresa al término del periodo de estudio?	Total de metas logradas / total de metas establecidas	Cuantitativo. Continuo. De 0 a más			
	Personal	¿Cuál es nivel de calidad del personal de la empresa al término del periodo de estudio?	Total de metas logradas / total de metas establecidas	Cuantitativo. Continuo. De 0 a más	Revisión documental	Registros administrativos	3
	Materiales de comunicación	¿Cuál es nivel de calidad de los materiales de comunicación de la empresa al término del periodo de estudio?	Total de metas logradas / total de metas establecidas	Cuantitativo. Continuo. De 0 a más			
Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio de forma fiable y cuidadosa	¿Cuál es el nivel de fiabilidad logrado del servicio de la empresa al término del periodo de estudio?	Porcentaje de satisfacción por niveles	Cualitativa. Ordinal. Satisfecho. Regularmente Satisfecho. Insatisfecho.	Entrevista. Encuesta. Observación No experimental	Clientes actuales y potenciales	5
Capacidad de Respuesta	Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio	¿Cuál es la capacidad de respuesta de los empleados al proporcionar el servicio?	Porcentaje de satisfacción por niveles	Cualitativa. Ordinal. Satisfecho. Regularmente Satisfecho. Insatisfecho.	Entrevista. Encuesta. Observación No experimental	Clientes actuales y potenciales	6
Seguridad	Conocimiento mostrado por los empleados	¿Cuál es el nivel de conocimiento impartido por los empleados al proporcionar el servicio?	Porcentaje de satisfacción por niveles	Cualitativa. Ordinal. Satisfecho. Regularmente Satisfecho. Insatisfecho.	Entrevista. Encuesta. Observación No experimental	Clientes actuales y potenciales	7
	Atención mostrada por los empleados	¿Cuál es el nivel de atención impartido por los empleados al proporcionar el servicio?	Porcentaje de satisfacción por niveles	Cualitativa. Ordinal. Satisfecho. Regularmente Satisfecho. Insatisfecho.	Entrevista. Encuesta. Observación No experimental	Clientes actuales y potenciales	8
Empatía	Habilidades para inspirar credibilidad	¿Cuál es el nivel de Empatía logrado del servicio de la empresa al término del periodo de estudio?	Porcentaje de satisfacción por niveles	Cualitativa. Ordinal. Satisfecho. Regularmente Satisfecho. Insatisfecho.	Entrevista. Encuesta. Observación No experimental	Clientes actuales y potenciales	9

Fuente: Elaboración propia, citando a (Begazo, 2006, p. 80)

2.3 Población y muestra

Unidad de Análisis

- Registros administrativos
- Clientes actuales y potenciales

Población (N)

Clientes actuales y potenciales, dedicados al rubro de la construcción, que solicitan el servicio de laboratorio especializado en el desarrollo de ensayos de materiales, concreto, mecánica de suelos y asfalto, en la región Lambayeque y regiones aledañas.

N = infinita

Muestra (n)

Población Infinita – Estudio Cualitativo

$$n_0 = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

- n_0 = Tamaño de la población (Infinita)
 z = 1.645; (Nivel de confianza del 90%, fijado por el investigador)
 p = 0.05; (Proporción poblacional 5%, asumida)
 q = 0.95; (1 – p)
 E = 0.05; (Error de estimación 5%, asumida)

$$n_0 = \frac{1.645^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2} = 51.41 \approx 52$$

$n_0 = 52$ clientes (entre actuales y potenciales) – Muestreo no probabilístico

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

2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tabla 4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica	Uso	Instrumento
Observación No Experimental	Procesos internos y externos de laboratorio	Ficha de observación
Entrevista	Personal técnico, Administrativo	Cuestionario
Encuesta	Clientes externos	Cuestionario
		Prueba piloto
Revisión Documentaria	Documentación interna de laboratorio.	Hoja de trabajo
	Informes técnicos del servicio brindado	
	Parámetros técnicos normativos	

(Hernández, 2014, p. 197)

2.4.2. Validez y confiabilidad

El procedimiento para determinar la **confiabilidad** de la investigación será determinado por el coeficiente de medida de estabilidad (confiabilidad por test-retest) cuya interpretación se establecerá con la medida de congruencia interna denominada coeficiente alfa Cronbach. Rodríguez, 2006a y Krauss y Chen (2003) citado por Hernández (2014) define medida de confiabilidad (confiabilidad por test-retest) a "(...) instrumento de medición se aplica dos o más veces a un mismo grupo de personas o casos, después de cierto periodo. Si la correlación entre los resultados de las diferentes aplicaciones es muy positiva, el instrumento se considera confiable" (p. 294).

El procedimiento para determinar la **validez** de la investigación será determinado en base a todos los tipos de evidencia obtenidos al tipo contenido, criterio y constructo. Así mismo se tendrá como prioridad la validez de expertos como medida recomendable para este tipo de

investigación. Hernández (2014) define “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p. 200).

2.5 Métodos de análisis de datos

Se recomienda para estos tipos de diseño de proyecto de investigación aplicar tabulaciones de datos a través del uso de tablas y gráficos estadísticos, debidamente ordenados. Así mismo para su análisis se debe tener en cuenta su interpretación por indicadores a través de tendencias centrales (media, mediana y moda), no centrales (cuartiles, deciles, percentiles), y medidas de dispersión (rango, varianza, desviación típica, coeficiente de variación); por lo cual es recomendable el uso de programas computarizados estadísticos como el uso del SPSS IBM Statics y MS Excel. Hernández (2014)

2.6 Aspectos éticos

Los proyectos de investigación en el ámbito nacional están normados por los siguientes parámetros: Ley N.º 30220 – Ley Universitaria, Decreto Legislativo N.º 822 y su modificación Ley N.º 30276 – Ley sobre el Derecho de Autor, Decisión N.º 351 que establece el Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos del Acuerdo de Cartagena, Convenio de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas.

Vicerrectorado de Investigación (2016) describe como **principios generales** que rigen la actividad investigadora: “Protección de la persona y la diversidad sociocultural, Cuidado del medio ambiente y de la biodiversidad, Consentimiento informado y expreso, Responsabilidad en la elección de los temas de investigación y en la ejecución de la misma, Respeto de las pautas deontológicas aceptadas y reconocidas por la comunidad científica, Rigor científico en las investigaciones, Divulgación de los resultados de las investigaciones de manera abierta, completa y

oportuna a la comunidad científica” (p. 2) y como **principios específicos**:
“No se utilizará el trabajo de otros investigadores o autores como si fueran suyos, Se citarán adecuadamente las fuentes que se hayan incluido en el estudio, tal como se establece en las normas internacionales e institucionales, Se reconocerán apropiadamente las contribuciones de todos los participantes en la investigación, La información obtenida se utilizará con la debida reserva y no se utilizará para propósitos distintos a los de los objetivos de la investigación.”(p. 3).

III. RESULTADOS

3.1 Instrumento 1: Cuestionario para colaboradores internos y externos

Validez y confiabilidad del Instrumento 1.

Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	6	100.0
Excluido a	0	0.0
Total	6	100.0

a La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

La aplicación del instrumento 1, está orientado a la obtención de información por parte de los colaboradores internos y externos que participan en las diferentes actividades de la empresa, se ha constatado la participación de seis colaboradores ente administrativos, profesionales especializados en ingeniería civil y técnicos de laboratorio, haciendo un total de seis encuestas, tal como se expresa en la tabla 5.

Tabla 6: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.825	7

Fuente: Elaboración propia en base al análisis del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

Del análisis fiabilidad, en la tabla 6, el coeficiente Alfa de Cronbach es 0.825, el cual es mayor al valor mínimo aceptable de 0.80; por lo tanto, el instrumento es válido a la prueba de confiabilidad.

Tabla de frecuencias y gráficas por pregunta

Tabla 7:p1 - Grado de formación académica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin grado académico	1	16.7	16.7	16.7
Válido Técnico	2	33.3	33.3	50
Licenciado	3	50	50	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 1, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

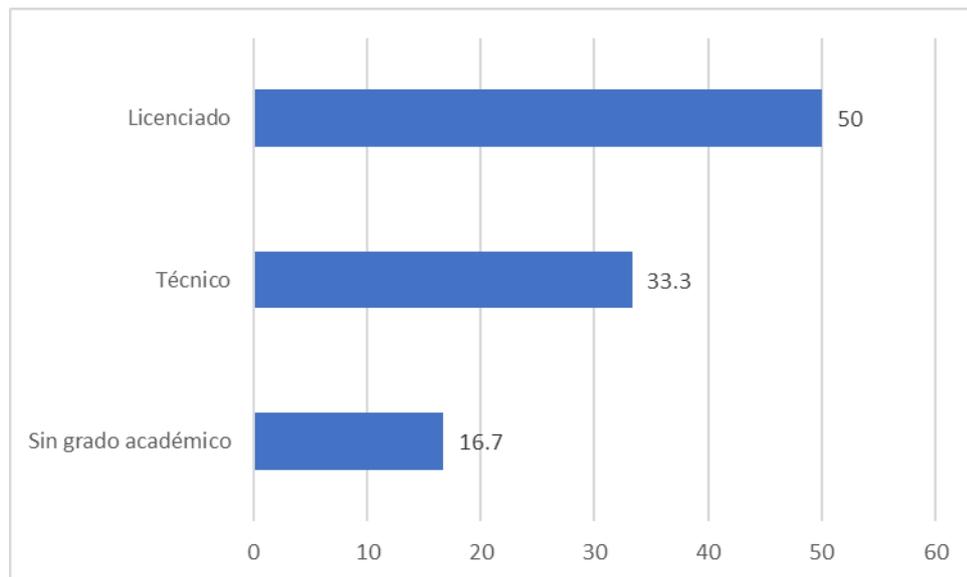


Figura 3: Grado de formación académica de los colaboradores en la empresa ALEA.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 1, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 7 y la figura 3, el 50 % de los colaboradores representan un grado de formación académico de nivel universitario (administrativos, profesionales de ingeniería); así mismo, la empresa cuenta con colaboradores con experiencia técnica en el rubro de laboratorios de ensayos de materiales para la construcción.

Tabla 8:p2 - Área laboral en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Área administrativa	2	33.3	33.3	33.3
Área técnica especializada (Ingenierías)	2	33.3	33.3	66.7
Área técnica	2	33.3	33.3	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 2, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

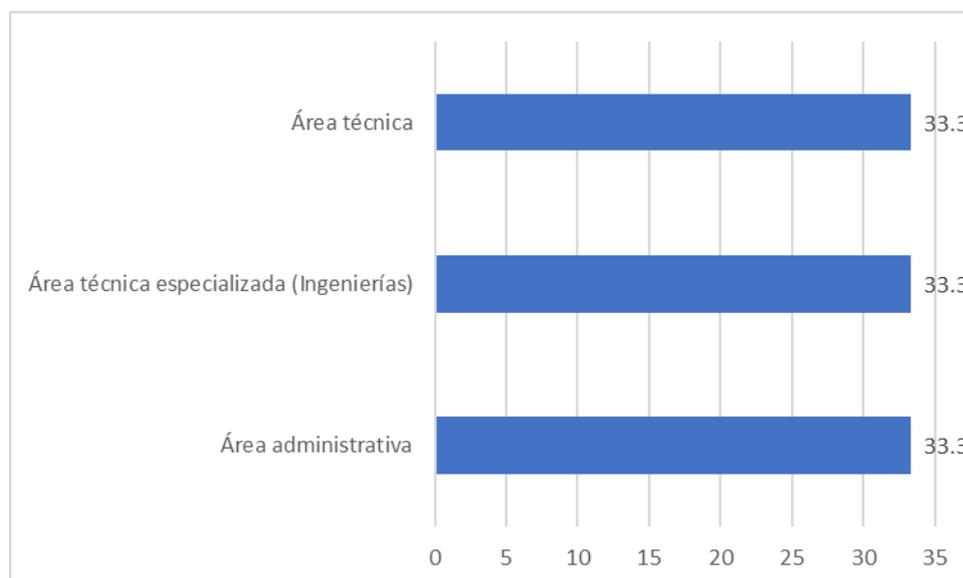


Figura 4: Área laboral donde se desempeñan los colaboradores de la empresa ALEA.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 2, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 8 y la figura 4, se observa que las actividades de la empresa están organizadas en la realización de sus actividades (33.3%), distribuyéndose uniformemente en el área administrativa, técnica especializada (ingenieros de consultoría técnica) y técnicos operativos de los equipos y herramientas de laboratorio

Tabla 9: p3 - Régimen laboral en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Actividad privada (Dleg 728)	1	16.7	16.7	16.7
Válido CAS (Dleg 1057)	3	50	50	66.7
Otra	2	33.3	33.3	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 3, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

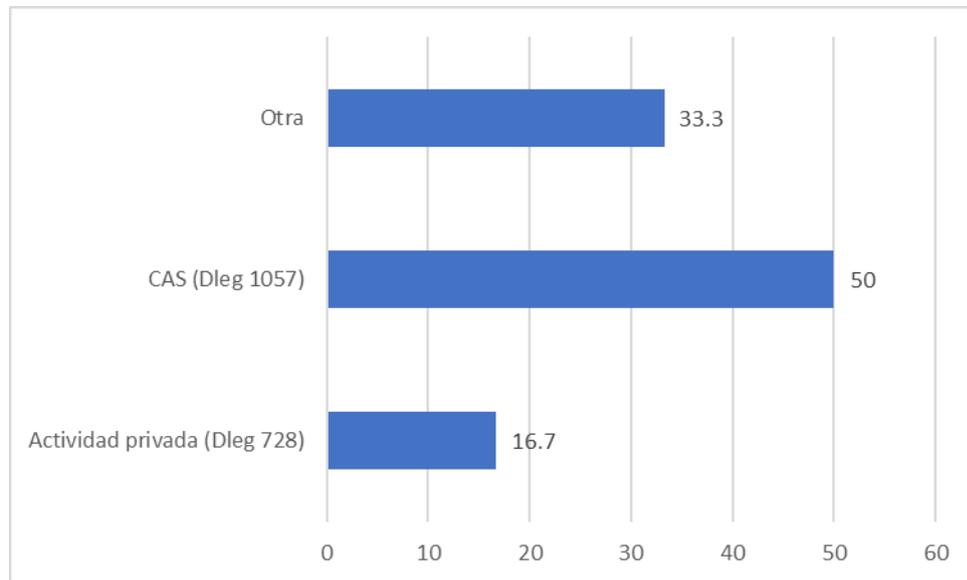


Figura 5: Régimen laboral de los colaboradores en la empresa ALEA.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 3, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 9 y la figura 5, los colaboradores de la empresa ALEA se encuentran ejerciendo sus actividades bajo un régimen de contrato de servicios (CAS) equivalente al 50%, el 33.3 % en contrato por servicios profesionales de consultoría (ingenieros consultores) y el 16.7% en régimen de actividad privada (área administrativa).

Tabla 10: p4 - Permanencia laboral en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
6 meses - 1 año	3	50	50	50
Válido Mayor 1 año	3	50	50	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 4, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

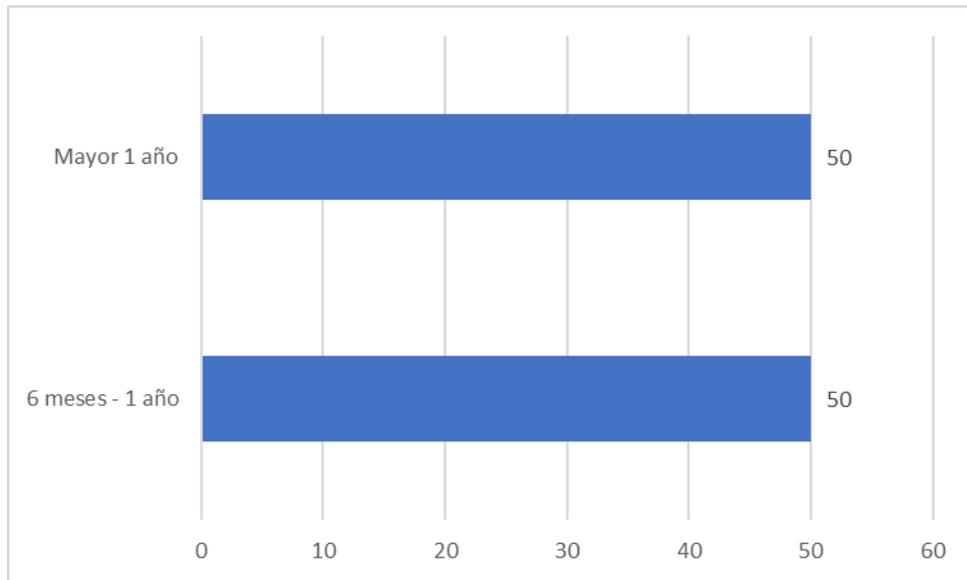


Figura 6: Permanencia de los colaboradores laborando en la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 4, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 10 y la figura 6, el 50 % de los colaboradores de la empresa ALEA ejercen sus actividades con permanencia mayor a un año (área administrativa), y el otro 50% mayor a seis meses y menor de un año (área técnica y profesionales en ingeniería)

Tabla 11: p5 - Grado de satisfacción dentro de ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Satisfecho	6	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 5, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

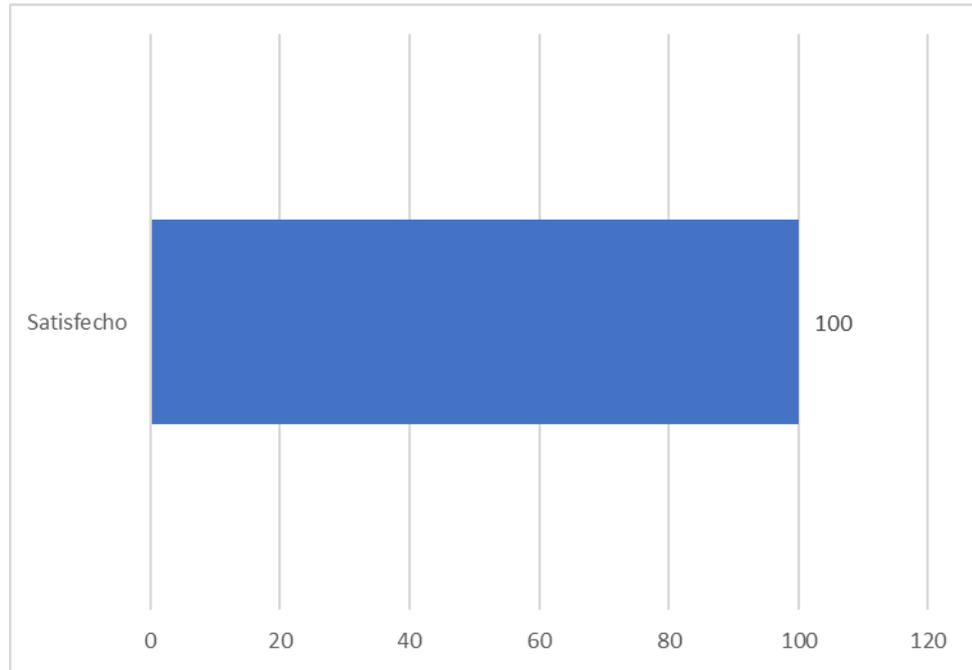


Figura 7: Grado de satisfacción de los colaboradores laborando en la empresa ALEA.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 5, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 11 y la figura 7, los colaboradores manifiestan un grado de satisfacción saludable ejerciendo sus actividades dentro de la empresa ALEA (100%); si bien es cierto es una empresa de cantidad reducida de colaboradores, sus actividades se encuentran organizadas de acuerdo con los servicios que prestan al cliente.

Tabla 12: p6 - Resumen de la pregunta 6 de respuesta múltiple

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
\$Servicios_A LEA ^a	6	100.00%	0	0.00%	6	100.00%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 6 de respuesta múltiple, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

La pregunta 6 establece respuestas de opción múltiple (tabla 12) por lo tanto su análisis en spss Statistics es realizado bajo criterios diferentes al análisis de preguntas de una sola opción de respuesta.

Tabla 13: p6 - Servicios realizados en ALEA

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Servicios de construcción	3	13.00%	50.00%
Servicio de laboratorio de ensayo de materiales	6	26.10%	100.00%
Servicio de laboratorio de ensayo de concreto	5	21.70%	83.30%
Servicio de laboratorio de ensayo de mecánica de suelos	5	21.70%	83.30%
Servicio de laboratorio de ensayo de asfalto	4	17.40%	66.70%
Total	23	100.00%	383.30%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 6 de respuesta múltiple, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

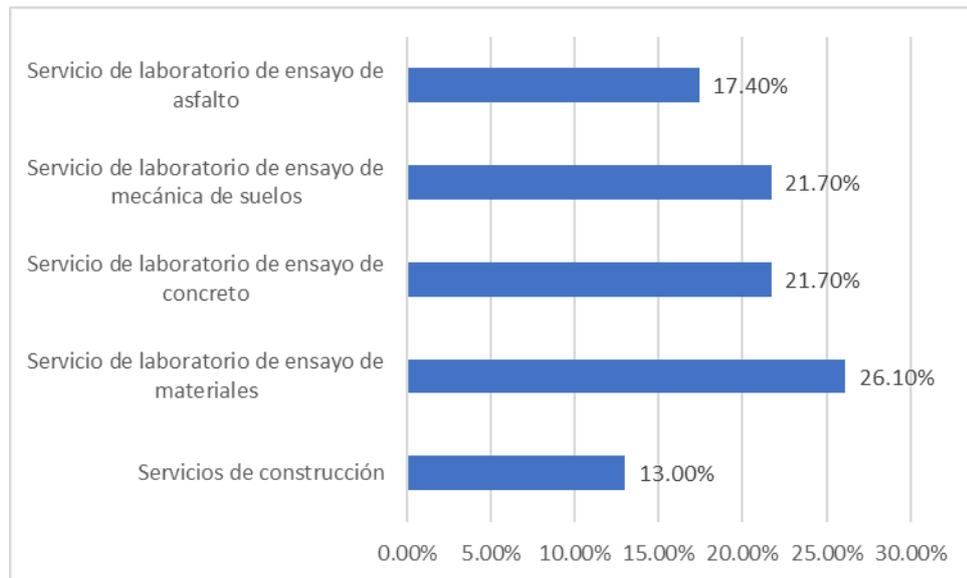


Figura 8: Servicios realizados por la empresa ALEA.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 6 de respuesta múltiple, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 12 y la figura 8, se observa que la empresa ALEA centra sus actividades en los servicios de laboratorio de ensayo de materiales (26.10%), mecánica de suelos (21.70%), concreto (21.70%), asfalto (17.40%) y en menor proporción servicios de construcción a través de consultorías y ejecución de obras civiles (13.00%).

Tabla 14: p7 - Resumen de pregunta 7 de respuesta múltiple

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
\$Área_desarrollo_ALEA ^a	6	100.00%	0	0.00%	6	100.00%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 7 de respuesta múltiple, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

La pregunta 7 establece respuestas de opción múltiple (tabla 14) por lo tanto su análisis en spss Statistics es realizado bajo criterios diferentes al análisis de preguntas de una sola opción de respuesta.

Tabla 15: p7 - Áreas de desarrollo de ALEA

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Energía	1	4.80%	16.70%
Desarrollo vial	4	19.00%	66.70%
Saneamiento básico	5	23.80%	83.30%
Infraestructura	5	23.80%	83.30%
Consultoría de obras	5	23.80%	83.30%
Contratista	1	4.80%	16.70%
Total	21	100.00%	350.00%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 7 de respuesta múltiple, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

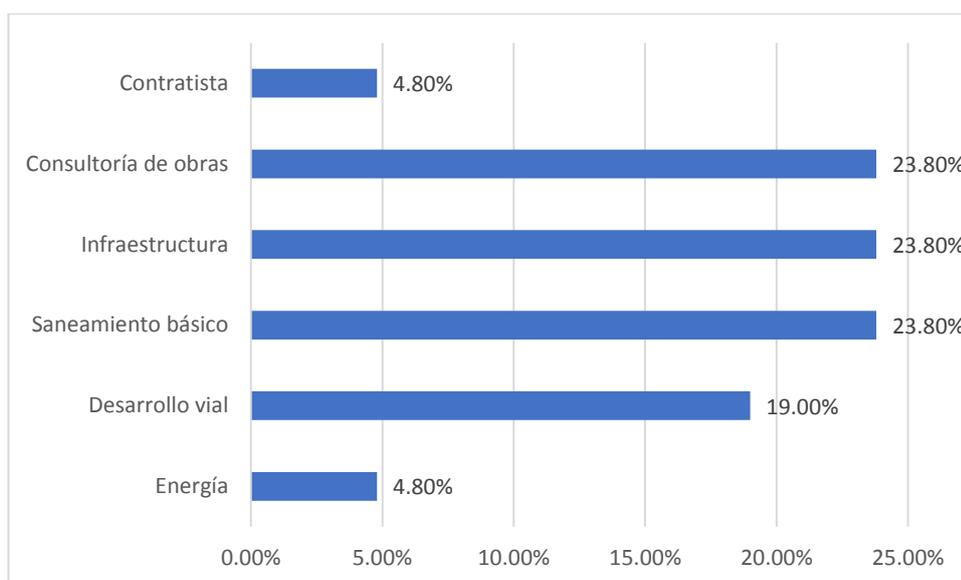


Figura 9: Áreas de desarrollo de la empresa ALEA en el sector construcción.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 7 de respuesta múltiple, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 15 y la figura 9, las áreas en que la empresa ALEA ejerce afinidad de sus actividades son el sector consultoría de obras, infraestructura y saneamiento básico (cada una con el 23.80%); desarrollo vial (19.00%); y escasa participación en el área contratista y energía (ambas con el 4.80%)

Tabla 16: p8 - Potencial de servicio de ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	5	83.3	83.3	83.3
Válido No	1	16.7	16.7	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 8, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

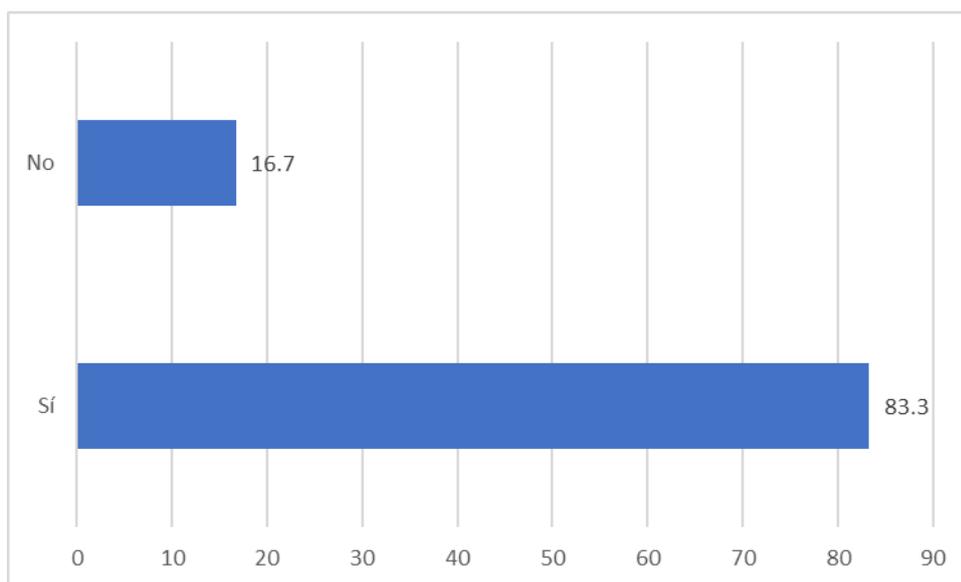


Figura 10: Potencial de servicio de la empresa ALEA en la región Lambayeque.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 8, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 16 y la figura 10, el 83.3% de los colaboradores de la empresa ALEA se encuentran identificados con el potencial de servicio prestado por su laboratorio; el 16.7% manifiesta objeción en cuanto a su desarrollo.

Tabla 17: p9 - Contribución de ALEA al desarrollo de la construcción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	4	66.7	66.7	66.7
Medio	1	16.7	16.7	83.3
Bajo	1	16.7	16.7	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 9, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

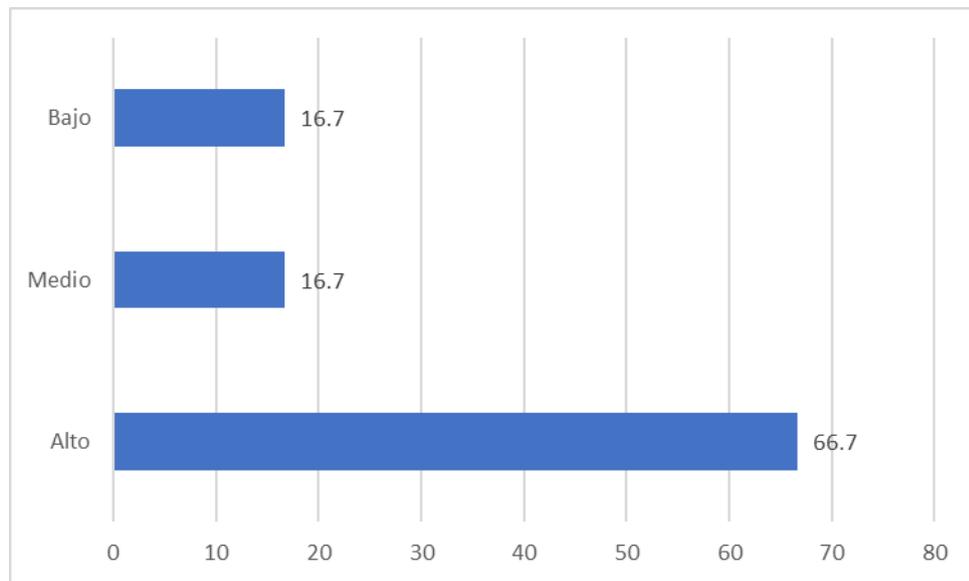


Figura 11: Estimación de contribución de la empresa ALEA al desarrollo de la construcción.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 9, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 17 y la figura 11, el 66.70% de los colaboradores de la empresa ALEA estiman que el rubro de servicio brindado contribuye en un nivel muy alto al desarrollo de la construcción, el 16.70% estima un nivel medio y el 16.70 % un nivel bajo.

Tabla 18: p10 - Conocimiento sobre planificación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	3	50	50	50
Válido No	3	50	50	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 10, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23.

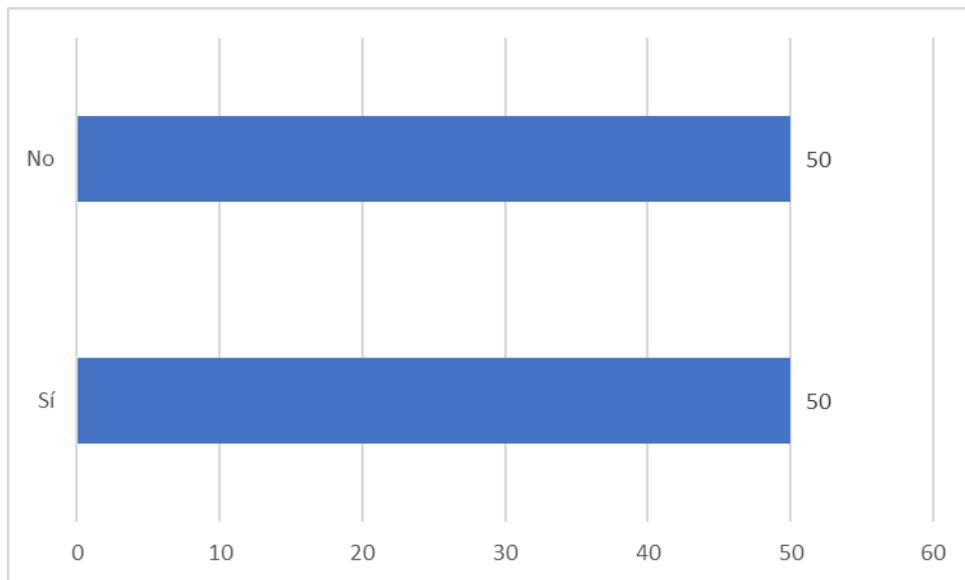


Figura 12: Conocimiento de los colaboradores de la empresa ALEA sobre planificación estratégica.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 10, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 18 y la figura 12, se aprecia que el 50% de los colaboradores desconocen sobre el término “Planificación estratégica” o “planeamiento estratégico”, su afinidad es la aplicación técnica especializada en ingeniería; el 50% restante conoce sobre el termino, la cual están enfocados en el área administrativa.

Tabla 19: p11 - Planificación estratégica en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	6	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 11, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

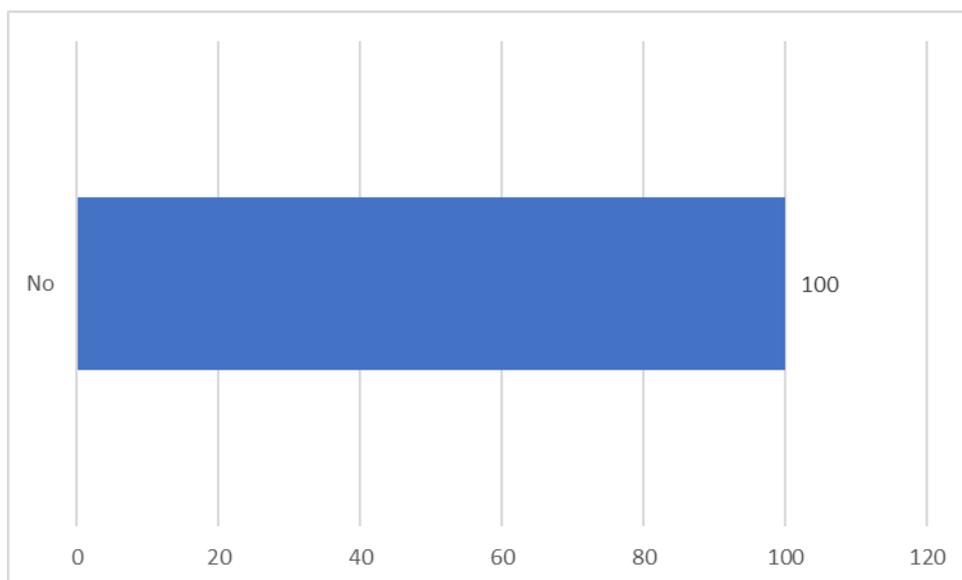


Figura 13: Conocimiento de los colaboradores si la empresa ALEA cuenta con planificación estratégica.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 11, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 19 y la figura 13, a pesar de que el 50% (pregunta 10) conoce sobre el término “Plan estratégico”; el 100% de los colaboradores de la empresa ALEA confirman que como institución no cuentan con dicho plan, para el desarrollo adecuado y eficiente de sus actividades.

Tabla 20: p12 - Propuesta de planificación estratégica en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	6	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 12, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

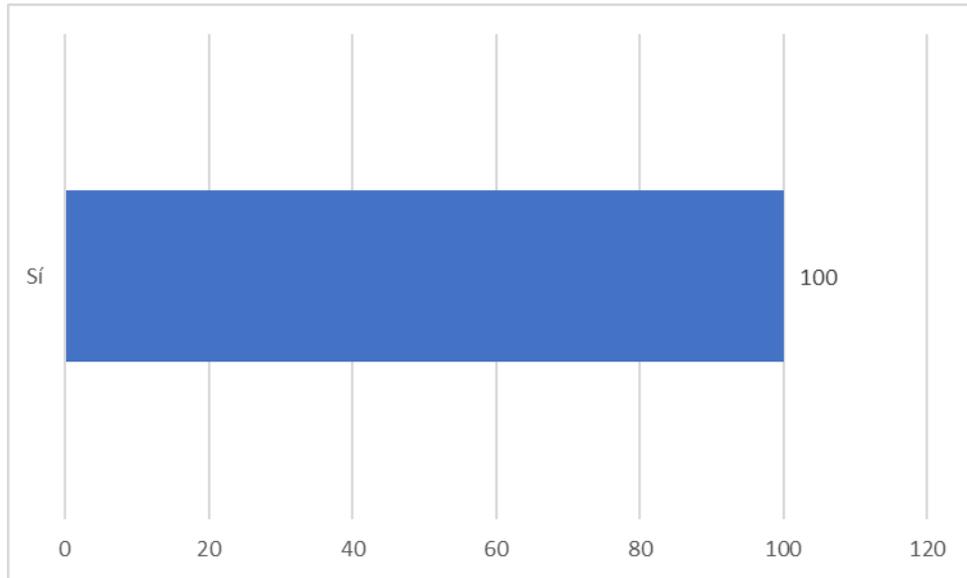


Figura 14: Interés por parte de los colaboradores en que la empresa ALEA cuente con una planificación estratégica.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 12, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 20 y la figura 14, el 100% de los colaboradores centran su interés en que la empresa ALEA formalice la dirección de su negocio bajo la guía de un plan estratégico; debido a que su implantación generará resultados deseados para el desarrollo y bienestar de la empresa en general.

Tabla 21: p13 - Servicio proporcionado por ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena calidad	5	83.3	83.3	83.3
Válido Mediana calidad	1	16.7	16.7	100
Total	6	100	100	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 13, del instrumento 1, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

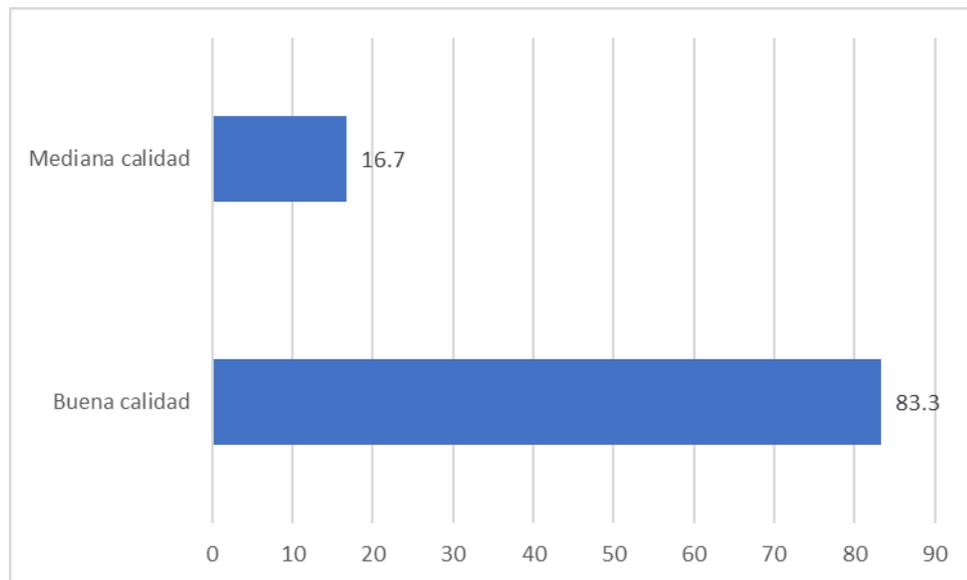


Figura 15: Grado de calidad de servicio que presta la empresa ALEA, estimado por sus colaboradores

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 13, del instrumento 1, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 21 y la figura 15, el 83.30% de los colaboradores manifiestan que la empresa ALEA presta servicios de buena calidad, el 16.70% de mediana calidad.

3.2 Instrumento 2: Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras actuales de servicio.

Validez y confiabilidad del Instrumento 2.

Tabla 22: Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	16	100.0
Casos Excluido ^a	0	0.0
Total	16	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

La aplicación del instrumento 2, está orientado a la obtención de información por parte de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras actuales de servicio realizado por la empresa ALEA, se ha considerado la cantidad muestral para el presente instrumento en un total de 16 encuestas, tal como se expresa en la tabla 22.

Tabla 23: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.802	3

Fuente: Elaboración propia en base al análisis del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

Del análisis fiabilidad, en la tabla 23, el coeficiente Alfa de Cronbach es 0.802, el cual es mayor al valor mínimo aceptable de 0.80; por lo tanto, el instrumento es válido a la prueba de confiabilidad.

Tabla de frecuencias y gráficas por pregunta

Tabla 24: p1 - Estado laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Profesional independiente (persona natural)	2	12.5	12.5	12.5
Profesional independiente (persona jurídica)	4	25.0	25.0	37.5
Profesional dependiente (sector privado)	7	43.8	43.8	81.3
Profesionan dependiente	3	18.8	18.8	100.0
Total	16	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 1, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

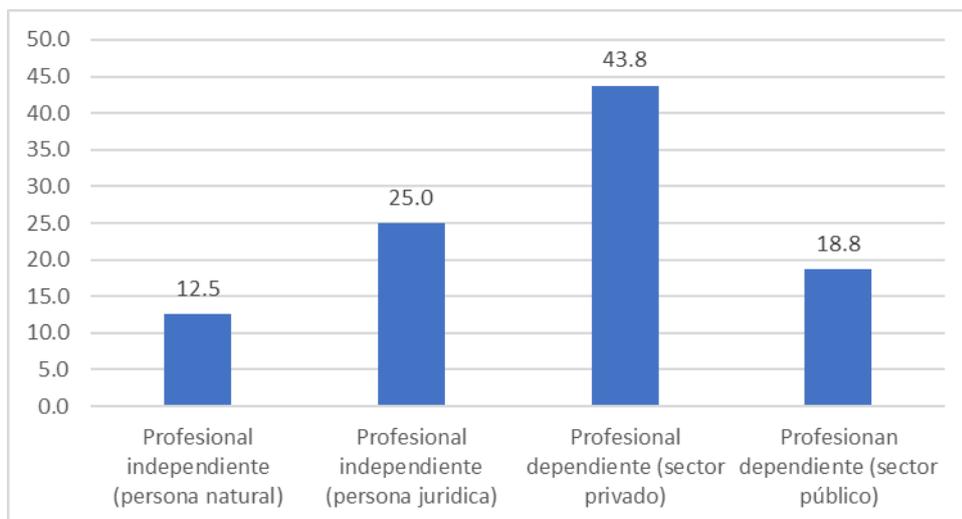


Figura 16: Estado laboral de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras que han solicitado servicio a ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 1, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 24 y la figura 16, el 43.80% de los clientes actuales a la empresa ALEA son profesionales dependientes al sector privado (empresas de consultoría, y ejecución de obras civiles, tal como habilitaciones urbanas y residenciales); el 25.00% profesionales independientes de sus propias empresas (personas jurídicas de consultoría o elaboración de expedientes técnicos de construcción); 18.80% profesionales dependientes al sector público (gobiernos locales); y 12.50% como profesionales independientes que ejercen servicios de consultoría a nivel técnico especializado (persona natural).

Tabla 25: p2 - Área laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Área Técnica especializada (Ingenierías)	7	43.8	43.8	43.8
Válido Área administrativa	9	56.3	56.3	100.0
Total	16	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 2, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

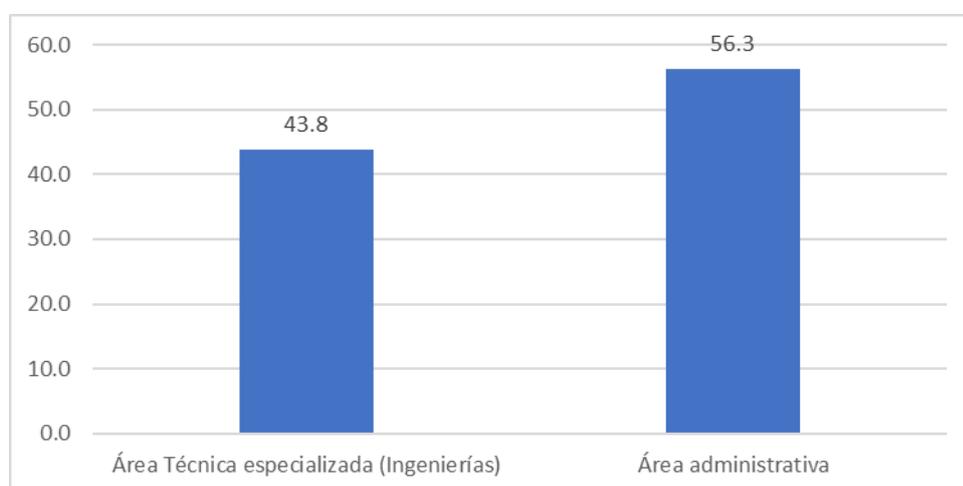


Figura 17: Área laboral actual de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras que han solicitado servicio a ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 2, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 25 y la figura 17, el 56.3% de los clientes se encuentran ejerciendo sus actividades en áreas administrativas; el 43.8% en áreas de ingenierías técnicas especializadas; ya sea está a nivel dependiente o independiente a una empresa en el sector construcción.

Tabla 26: p3 - Permanencia laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
mayor 6 meses - menor 1 año	9	56.3	56.3	56.3
Válido mayor 1 año - menor 5 años	5	31.3	31.3	87.5
mayor 5 años	2	12.5	12.5	100.0
Total	16	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 3, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

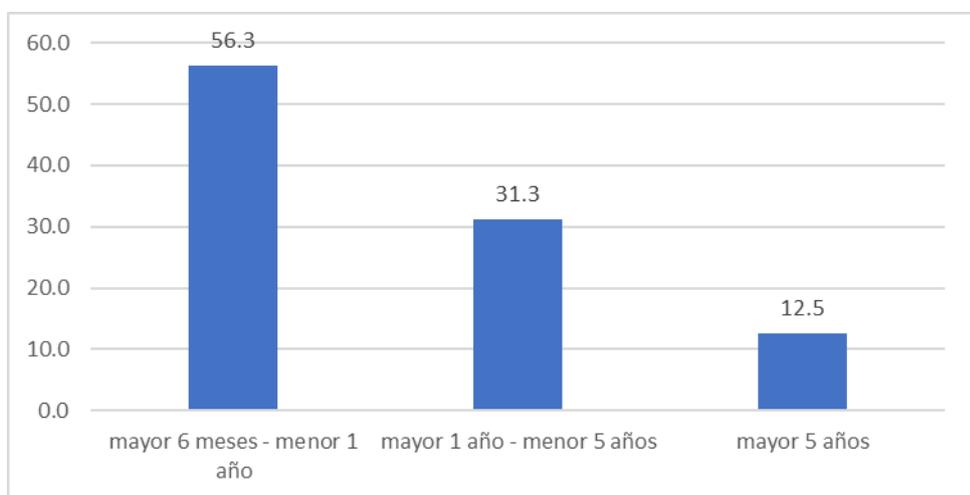


Figura 18: Permanencia laboral de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras que han solicitado servicio a ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 3, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 26 y la figura 18, el 56.30% de los clientes laboran actualmente en un tiempo mayor de seis meses y menor de un año en su negocio, o empresa a la cual dependen profesionalmente; el 31.30% laboran mayor de un año y menor de cinco años; y el 12.50% laboran mayor de cinco años.

Tabla 27: p4 - Servicio solicitado en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Servicio profesional dependiente a una empresa privada	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 4, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

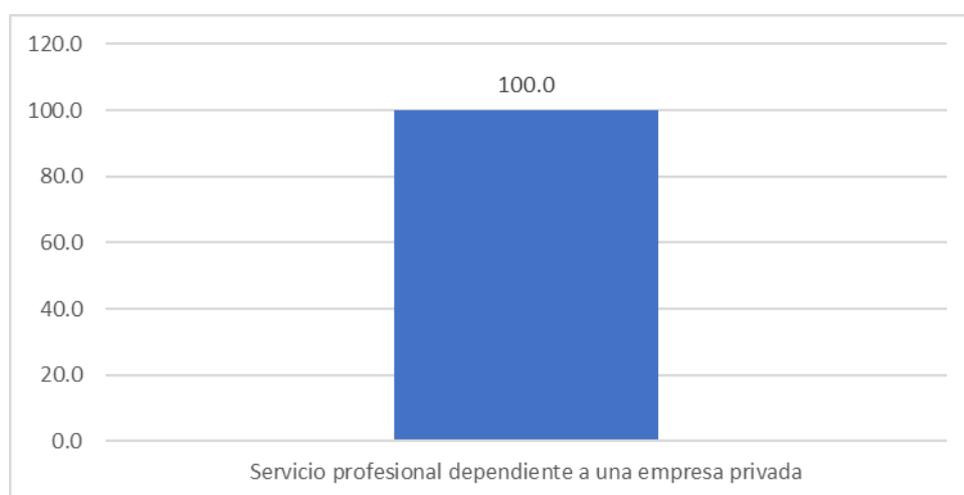


Figura 19: Tipo de servicio solicitado a ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 4, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 27 y la figura 19, el 100% de los clientes ha solicitado en alguna oportunidad (sin definir su concurrencia) los servicios prestados por la empresa ALEA laboratorio de ingeniería civil.

Tabla 28: p5: Permanencia de servicio en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor 6 meses	12	75.0	75.0	75.0
Válido Mayor 6 meses - menor 1 año	4	25.0	25.0	100.0
Total	16	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 5, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

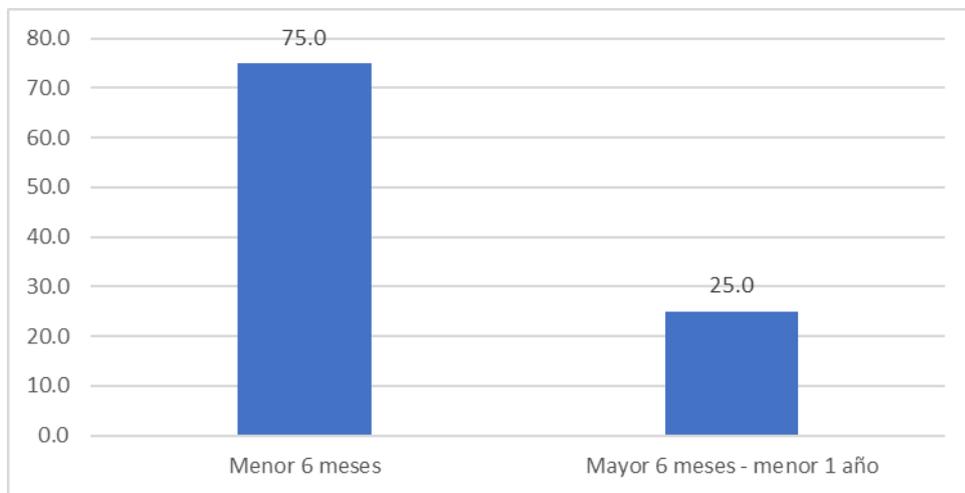


Figura 20: Tiempo de servicio solicitado a ALEA (Acumulativo)

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 5, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 28 y la figura 20, el 75.00% de los clientes ha solicitado los servicios de la empresa ALEA en una permanencia menor de seis meses, el 75 % en una permanencia mayor de seis meses y menor de un año de participación.

Tabla 29: p6 - Información sobre servicio de ALEA

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Publicidad electrónica	1	6.3%	6.3%
Recomendación de otros profesionales y/o empresas	7	43.8%	43.8%
Cotizaciones	8	50.0%	50.0%
Total	16	100.0%	100.0%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 6 de respuesta múltiple, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

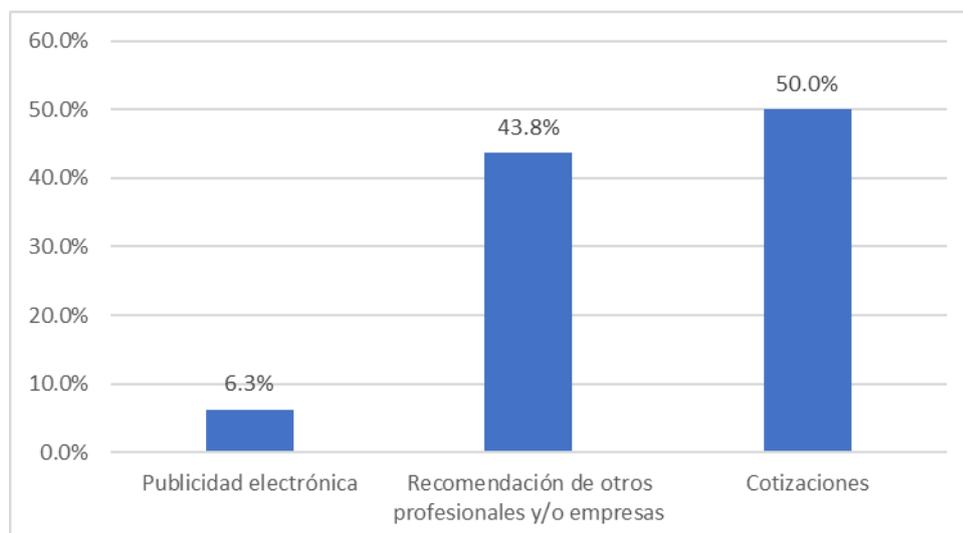


Figura 21: Medio de cómo se informaron sobre el servicio de la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 6 de respuesta múltiple, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 29 y la figura 21, el 50.00% de los clientes actuales de la empresa ALEA se informaron de los servicios que brindan por medio de cotizaciones, el 43.8% por medio de recomendación de otros profesionales y/o empresas relacionadas al rubro; y el 6.3% por medio de publicidad electrónica (páginas virtuales).

Tabla 30: p7 -Tipo de servicio solicitado en ALEA

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Supervisión (dirección) de obras de construcción	1	2.2%	6.3%
Servicio de laboratorio de ensayos de materiales	14	30.4%	87.5%
p7 ^a Servicio de laboratorio de ensayos de concreto	16	34.8%	100.0%
Servicio de laboratorio de ensayos de mecánica de suelos	13	28.3%	81.3%
Servicio de laboratorio de ensayos de asfalto	2	4.3%	12.5%
Total	46	100.0%	287.5%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 7 de respuesta múltiple, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

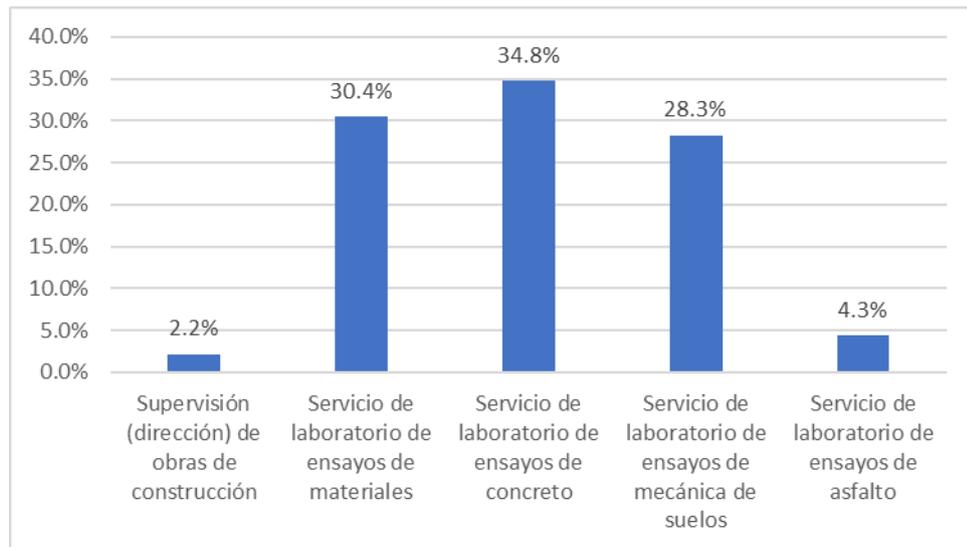


Figura 22: Tipo de servicio solicitado a la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 7 de respuesta múltiple, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 30 y la figura 22, el 34.80% de los clientes actuales, han solicitado a la empresa ALEA servicios de laboratorio de ensayo de concreto; el 30.4% servicios de laboratorio de ensayo de materiales; el 28.3% servicios de laboratorio de ensayo de mecánica de suelos; el 4.3% servicios de laboratorio de ensayo de asfalto (Pavimentos); y el 2.2% servicios en supervisión (dirección de obras de construcción en relación con el control de calidad de los materiales).

Tabla 31: p8 -Área de servicio solicitado en ALEA

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Energía	1	3.0%	6.3%
Desarrollo Vial	6	18.2%	37.5%
Saneamiento Básico	5	15.2%	31.3%
Infraestructura	11	33.3%	68.8%
Consultoría de obras	9	27.3%	56.3%
Contratista	1	3.0%	6.3%
Total	33	100.0%	206.3%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 8 de respuesta múltiple, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

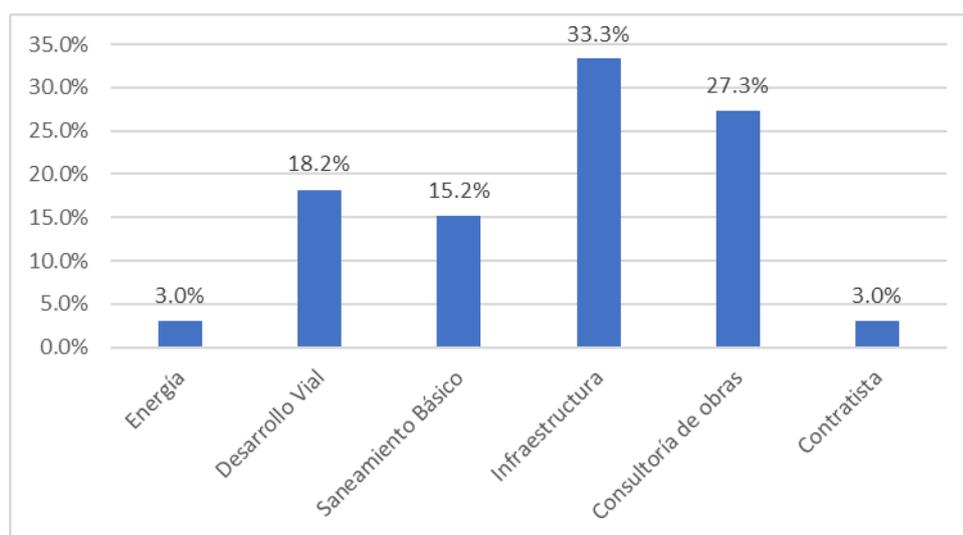


Figura 23: Áreas de desarrollo del servicio solicitado a ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 8 de respuesta múltiple, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 31 y la figura 23, el 33.3% de los clientes actuales han solicitado servicios de la empresa ALEA enfocado al área de infraestructura (construcción y/o ejecución de edificaciones y habilitaciones urbanas); el 27.3% el área de consultoría de obras (elaboración de estudios básicos para la complementación de expedientes técnicos); el 18.2% en proyectos de desarrollo vial; el 15.2% en proyectos de saneamiento básico (agua potable y alcantarillado); y con escasa participación en contratista de proyectos en general y de energía (ambas con el 3.0% de participación)

Tabla 32: p9 - Grado de satisfacción de servicio brindado por ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Satisfecho	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 9, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

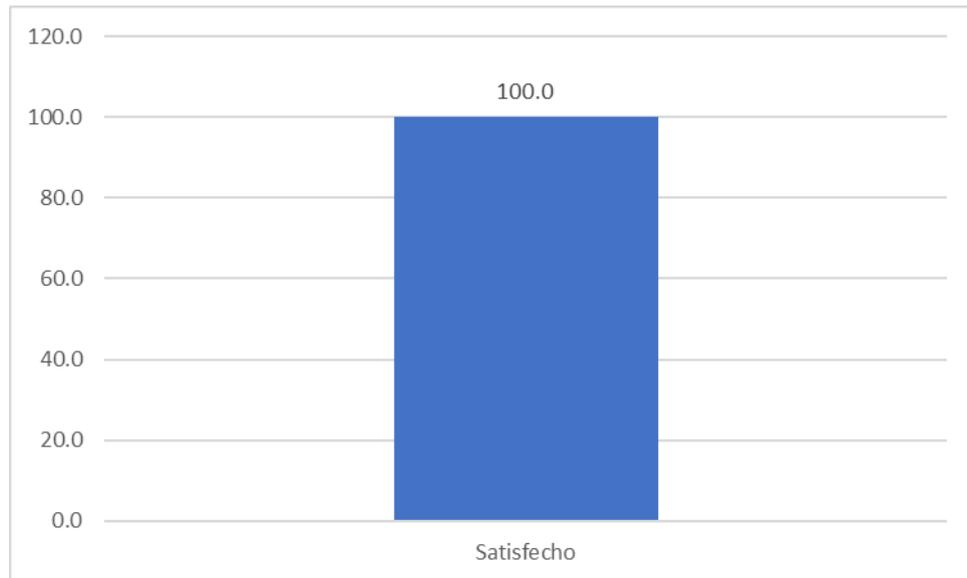


Figura 24: Grado de satisfacción brindado por ALEA a los solicitantes actuales

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 9, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 32 y la figura 24, el 100% de los clientes actuales a la empresa ALEA han confirmado un grado de satisfacción favorable sobre la calidad de servicio ofertado.

Tabla 33: p10 - Realización de servicios prestados en otros laboratorios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 10, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

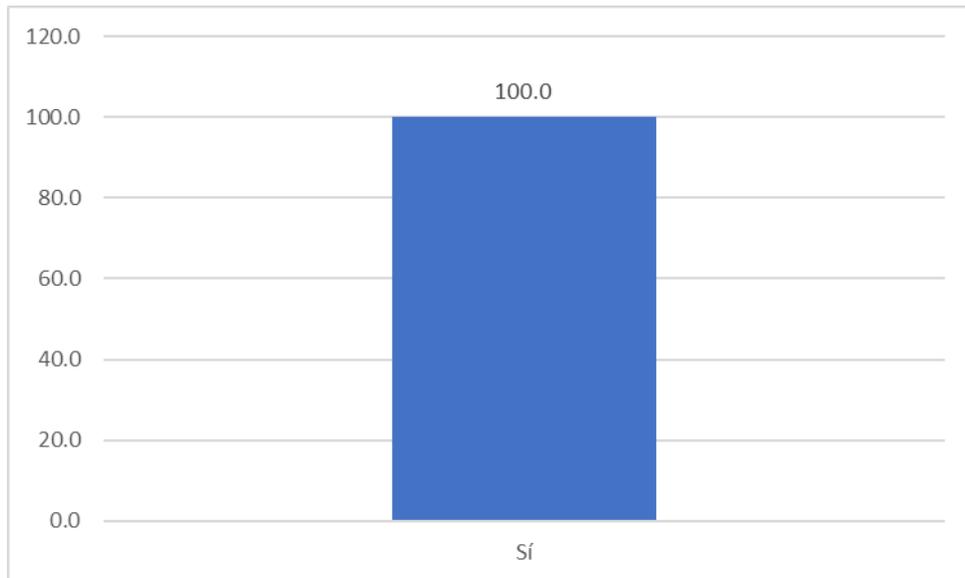


Figura 25: Servicios realizados por el solicitante en otras empresas del mismo rubro de actividades que ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 10, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 33 y la figura 25, el 100.0% de los solicitantes vienen realizando paralelamente labores de ingeniería en otros laboratorios y/o empresas relacionadas al mismo sector; motivo por la cual es materia de la presente investigación determinar interrogantes respecto al porqué de su afinidad.

Tabla 34: p11 - Potencial de ALEA en la región Lambayeque

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 11, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

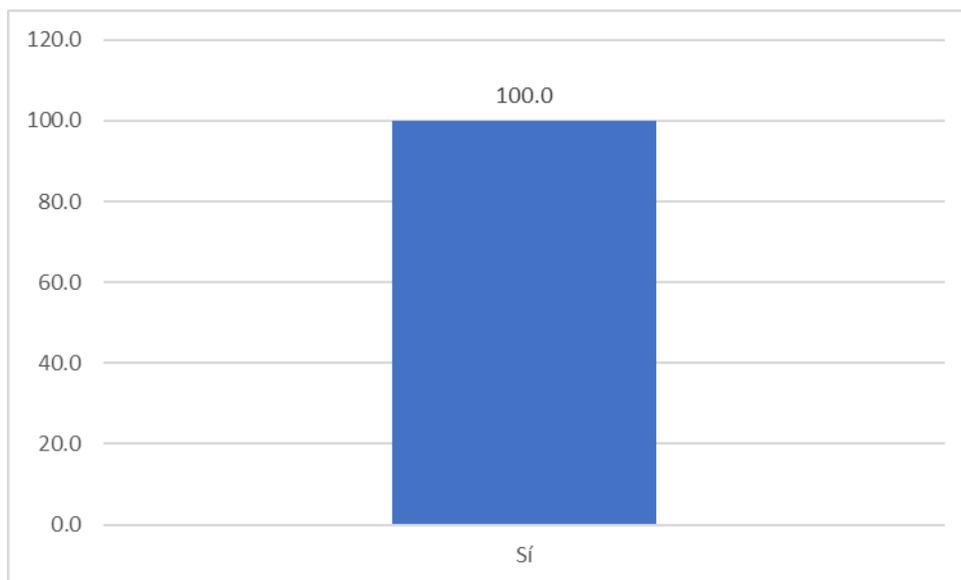


Figura 26: Potencial de ALEA en la región Lambayeque para los clientes actuales de ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 11, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 34 y la figura 26, el 100.0% de los clientes actuales manifiestan que la empresa ALEA cuenta con un potencial en desarrollo para ejercer sus actividades a nivel de Lambayeque y otras regiones.

Tabla 35: p12 - Contribución de ALEA en el sector construcción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Medio	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 12, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

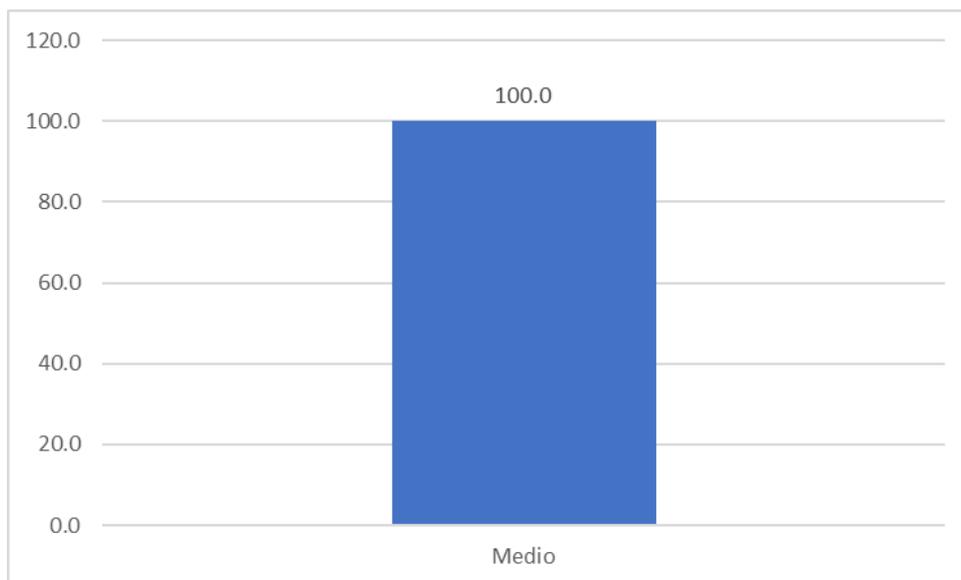


Figura 27: Contribución de ALEA en el sector construcción para los clientes actuales de la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 12, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 35 y la figura 27, el 100.0% de los clientes actuales, manifiestan que la empresa ALEA genera un nivel medio de contribución al desarrollo de la construcción regional.

Tabla 36: p13 - Conocimiento sobre planificación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	4	25.0	25.0	25.0
Válido No	12	75.0	75.0	100.0
Total	16	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 13, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

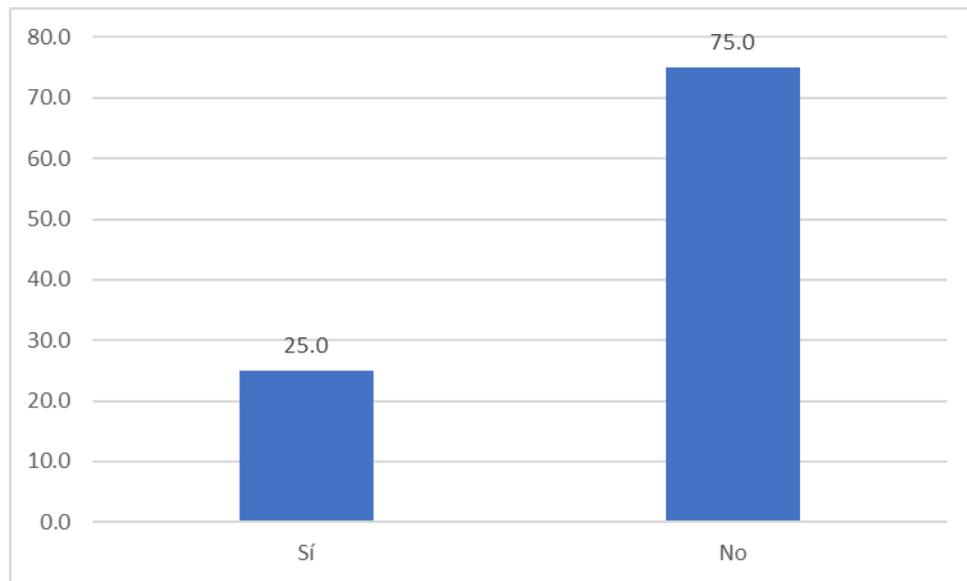


Figura 28: Conocimiento sobre planificación estratégica en los clientes actuales de la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 13, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 36 y la figura 28, el 75.0% de los clientes actuales a la empresa ALEA, personalmente desconocen sobre el término “planificación estratégica” o “planeamiento estratégico” (enfocado prioritariamente al sector técnico especializado); y el 25.0% si presentan conocimiento (enfocado a términos administrativos).

Tabla 37: p14 - Planificación estratégica en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 14, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

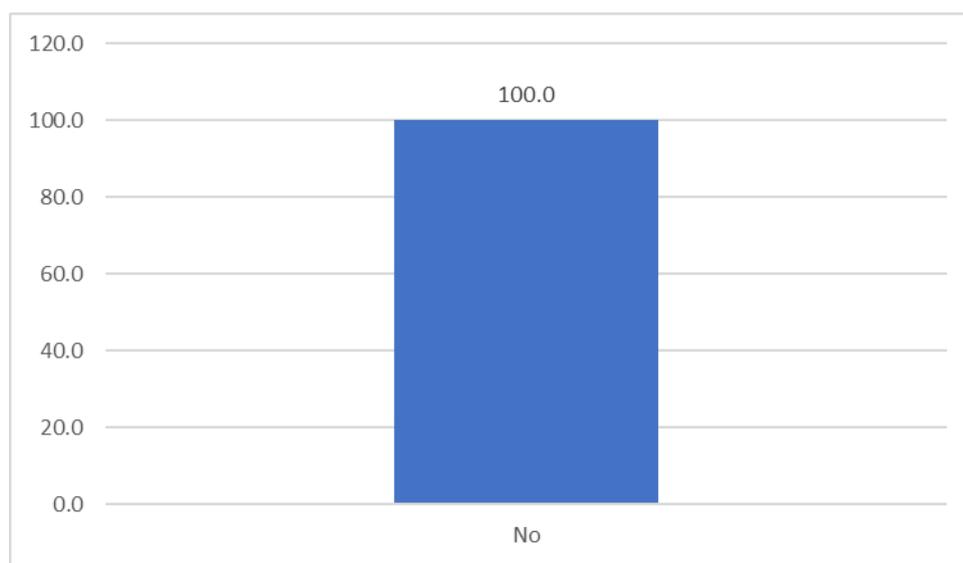


Figura 29: Conocimiento de los clientes actuales de la empresa ALEA, en cuanto si presenta planeación estratégica

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 14, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 37 y la figura 29, el 100% de los clientes actuales, expresan que desconocen que la empresa ALEA cuente con un sistema de planeamiento estratégico para su organización, la cual como se manifiesta en la pregunta anterior (pregunta 13), son temas son temáticas no muy usuales empleadas en el sector construcción.

Tabla 38: p15 - Propuesta de planificación estratégica en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 15, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

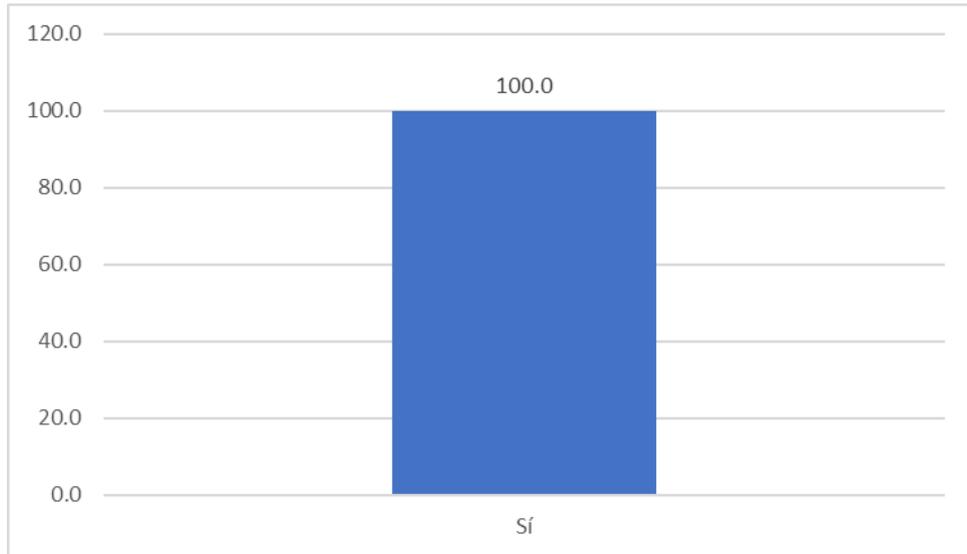


Figura 30: Propuesta de que la empresa ALEA cuente planificación estratégica, para sus clientes actuales

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 15, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 38 y la figura 30, el 100% de los clientes muestran su interés en que la empresa ALEA implemente en su organización un sistema de planeamiento estratégico, bajo el lineamiento de mejorar la calidad de su servicio brindado.

Tabla 39: p16 - Servicio proporcionado por ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mediana calidad	16	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 16, del instrumento 2, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

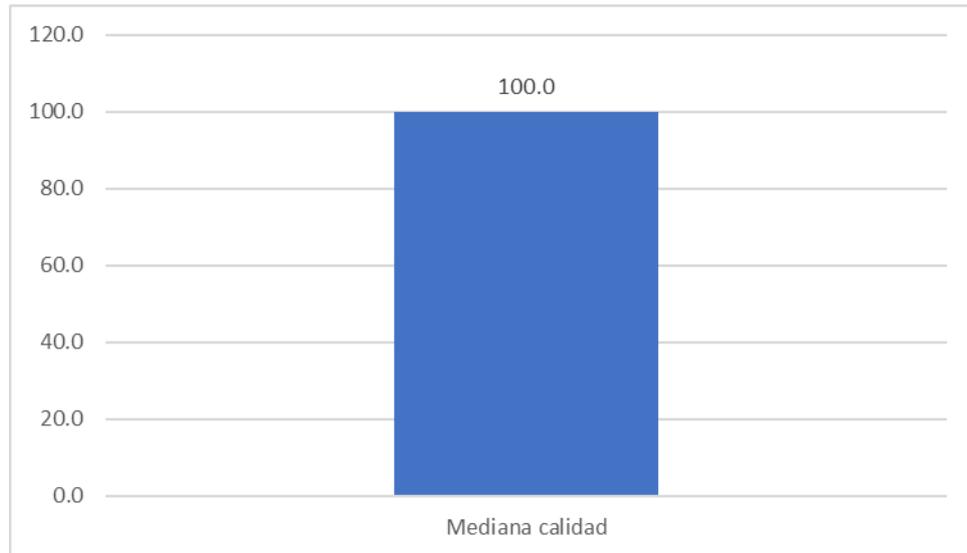


Figura 31: Calidad de servicio proporcionado por ALEA a sus clientes actuales

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 16, del instrumento 2, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 39 y la figura 31, el 100% de los clientes manifiestan un grado de satisfacción de mediana calidad brindada por la empresa ALEA, es en tal sentido la necesidad de fortalecer los lineamientos estratégicos para el bienestar conjunto de la empresa – cliente.

3.3 Instrumento 3: Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras potenciales de servicio.

Validez y confiabilidad del Instrumento 3.

Tabla 40: Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	30	100.0
Casos Excluido ^a	0	0.0
Total	30	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

La aplicación del instrumento 3, está orientado a la obtención de información por parte de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras potenciales de servicio para la empresa ALEA, se ha considerado la cantidad muestral para el presente instrumento en un total de 30 encuestas, tal como se expresa en la tabla 40.

Tabla 41: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.807	3

Fuente: Elaboración propia en base al análisis del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

Del análisis fiabilidad, en la tabla 41, el coeficiente Alfa de Cronbach es 0.807, el cual es mayor al valor mínimo aceptable de 0.80; por lo tanto, el instrumento es válido a la prueba de confiabilidad.

Tabla de frecuencias y gráficas por pregunta

Tabla 42: p1 - Estado laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Profesional independiente (persona natural)	2	6.7	6.7	6.7
Profesional independiente (persona jurídica)	8	26.7	26.7	33.3
Válido Profesional dependiente (sector privado)	15	50.0	50.0	83.3
Profesionan dependiente (sector público)	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 1 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

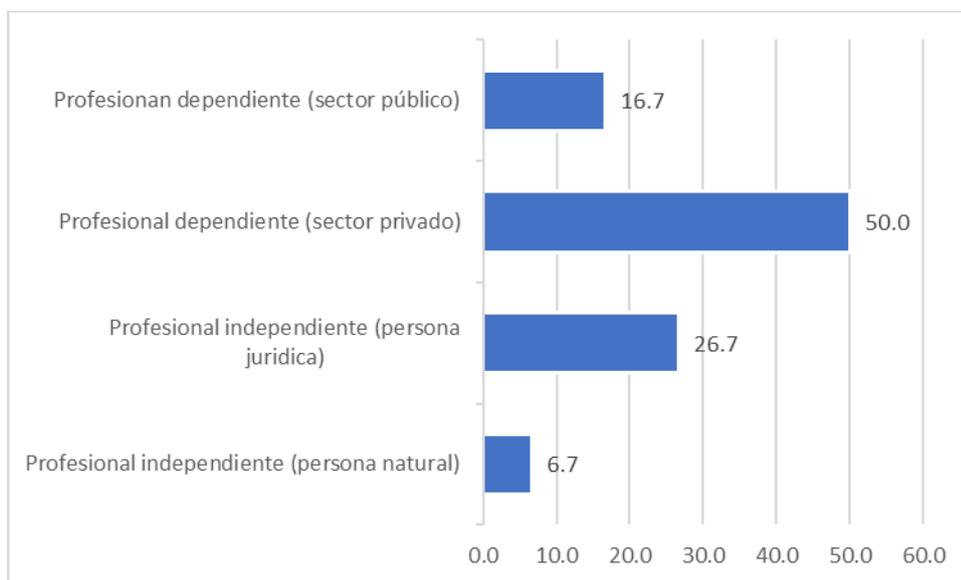


Figura 32: Estado laboral actual de los clientes potenciales a servicio de la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 1, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 42 y la figura 32, el 50.0% de los clientes potenciales se encuentran laborando profesionalmente dependiendo a una empresa privada; el 26.7% bajo la dirección de su propio negocio (persona jurídica); el 16.7% como profesional dependiente al sector público (gobiernos locales); y el 6.7% como profesional independiente (persona natural, ejerciendo trabajos de consultoría técnica especializada)

Tabla 43: p2 - Área laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
menor 6 meses	2	6.7	6.7	6.7
mayor 6 meses - menor 1 año	13	43.3	43.3	50.0
mayor 1 año - menor 5 años	12	40.0	40.0	90.0
mayor 5 años	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 2 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

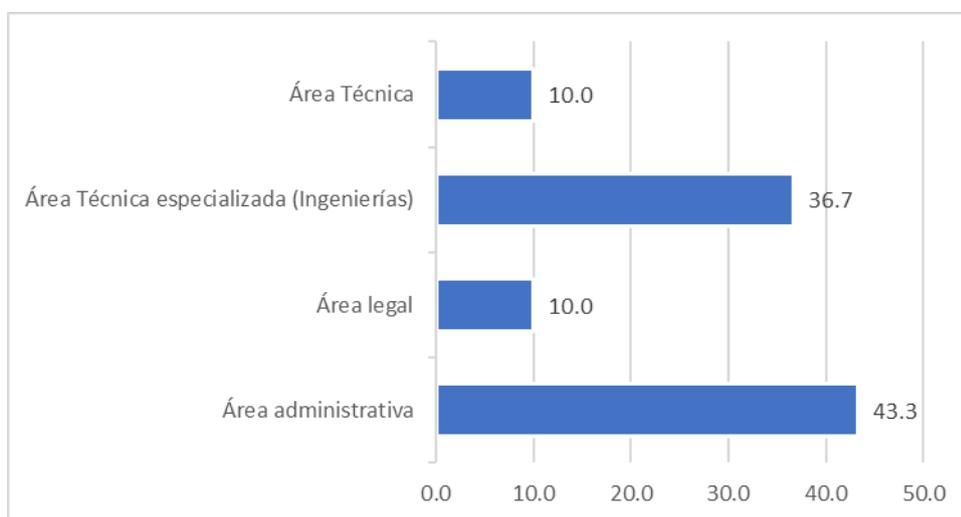


Figura 33: Área laboral actual de los clientes potenciales a servicio de la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 2, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 43 y la figura 33, el 43.3% de los clientes potenciales se encuentran laborando en el área administrativa; el 36.7% en el área técnica especializada ingeniería); y en menor proporción en el área técnica y legal (ambas con el 10.0%)

Tabla 44: p3 - Permanencia laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
menor 6 meses	2	6.7	6.7	6.7
mayor 6 meses - menor 1 año	13	43.3	43.3	50.0
mayor 1 año - menor 5 años	12	40.0	40.0	90.0
mayor 5 años	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 3 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

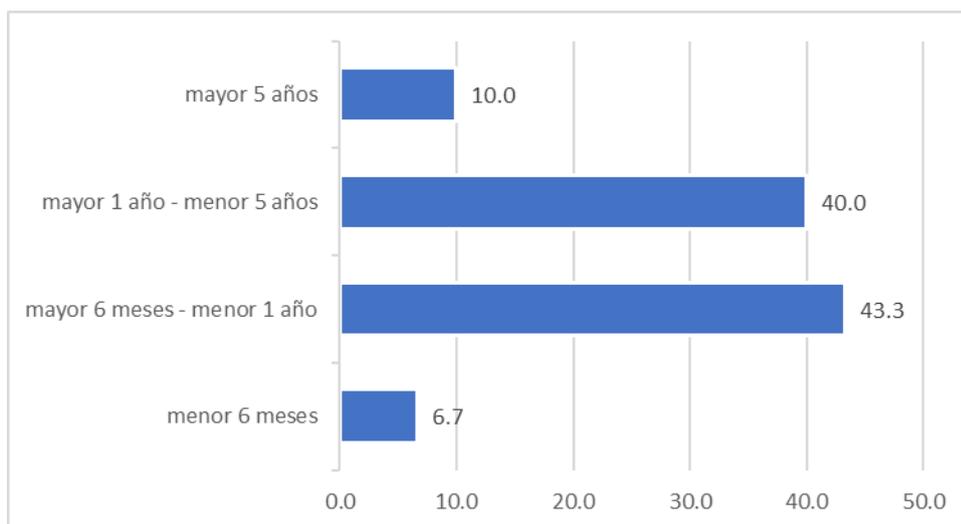


Figura 34: Permanencia laboral de los clientes potenciales a servicio de la empresa ALEA en sus áreas de trabajo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 3, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 44 y la figura 34, el 43.3% de los clientes potenciales se encuentran laborando actualmente en su negocio o dependiente a una institución mayor a seis meses y menor de un año de actividad; el 40.0% mayor de un año y menor de cinco años de actividad; el 10.0% mayor de cinco años de actividad; y el 6.7% menor de seis meses de actividad.

Tabla 45: p4 - Servicio solicitado al rubro construcción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	30	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 4 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

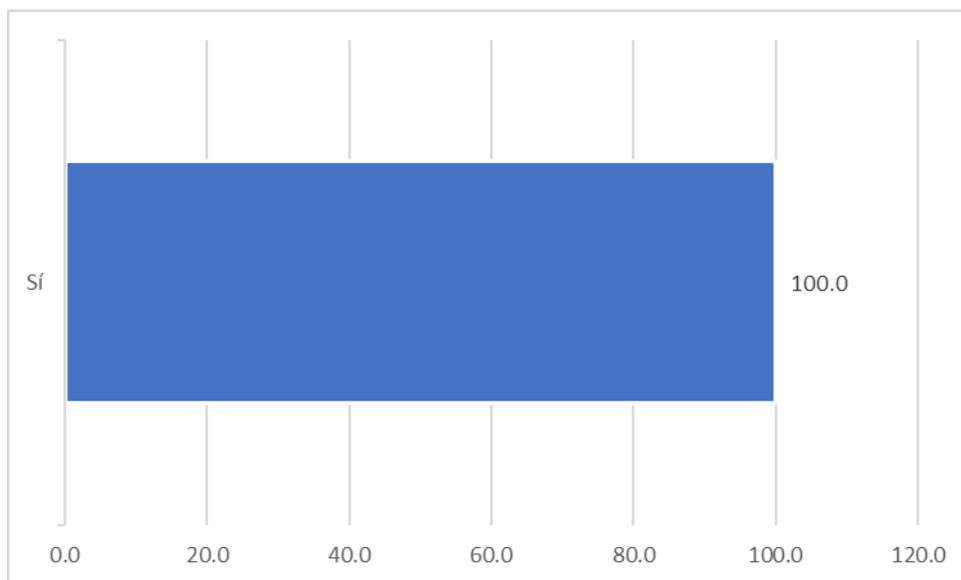


Figura 35: Necesidad de solicitar servicios en construcción

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 4, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 45 y la figura 35, el 100.0% de los clientes potenciales manifiestan que han solicitado servicios externos relacionados al rubro de la construcción; y que a la fecha aún mantienen la necesidad de seguir solicitando dichos servicios.

Tabla 46: p5 - Tipos de servicios solicitado al rubro construcción

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Servicio no profesional independiente	9	12.5%	30.0%
Servicio profesional independiente	25	34.7%	83.3%
Servicio profesional dependiente a una empresa privada	28	38.9%	93.3%
Servicio profesional dependiente a una institución pública	10	13.9%	33.3%
Total	72	100.0%	240.0%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 5 de respuesta múltiple del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

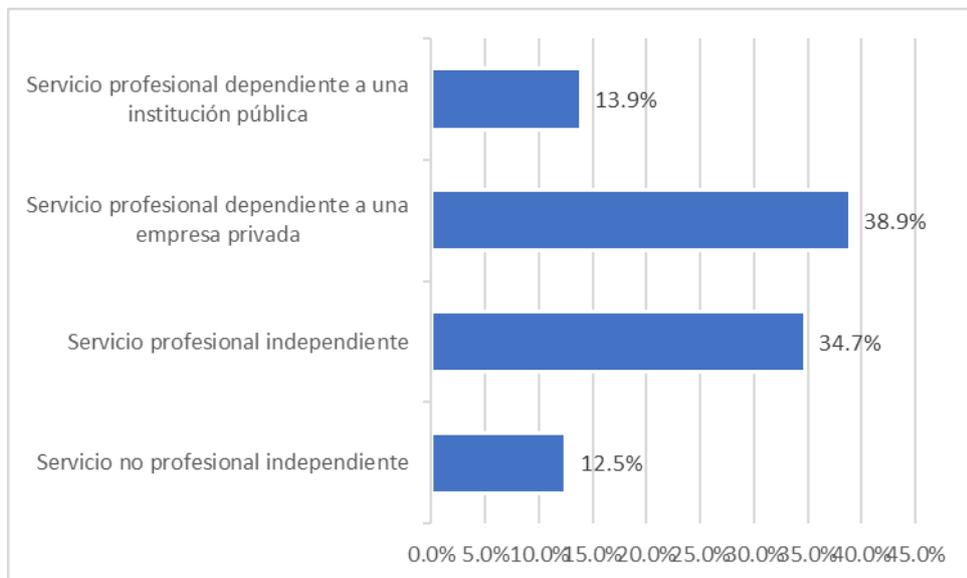


Figura 36: Tipos de servicios solicitado al rubro construcción por los clientes potenciales
 Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 5 de respuesta múltiple, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 46 y la figura 36, el 38.9% de los clientes potenciales han solicitado y vienen solicitando servicios profesionales dependientes de una empresa privada (en la cual se enfoca el rubro de negocio de la empresa ALEA); el 34.7 % servicios de un profesional independiente; el 13.9% el servicio de profesionales dependientes al sector público (bajo el criterio de instituciones autónomas); y el 12.5% de no profesionales independientes (mano de obra no calificada como personal obrero).

Tabla 47: p6 - Permanencia en los servicios solicitado al rubro construcción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor 6 meses	9	30.0	30.0	30.0
Mayor 6 meses - menor 1 año	15	50.0	50.0	80.0
Mayor 1 año	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 5 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

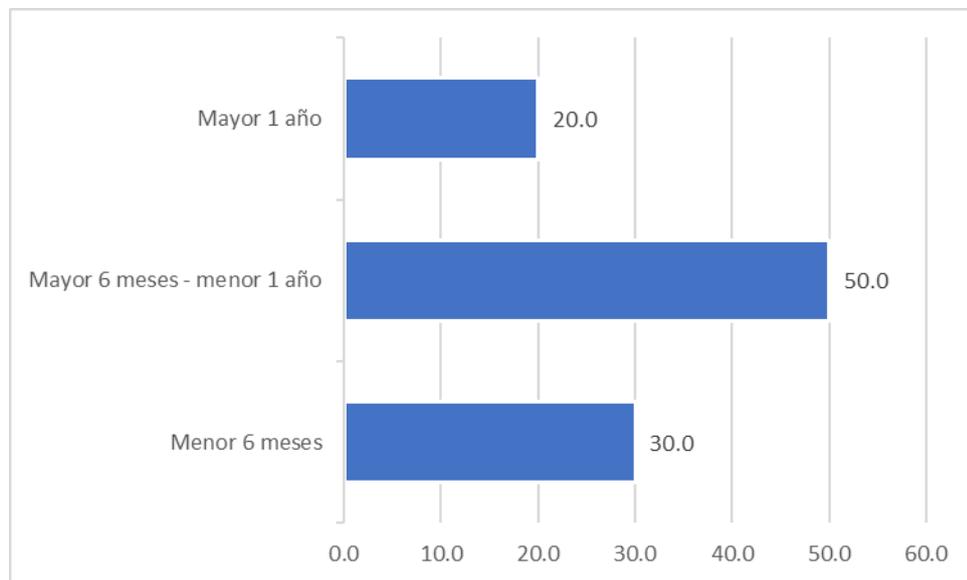


Figura 37: Permanencia en los servicios solicitado al rubro construcción por los clientes potenciales

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 6, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 47 y la figura 37, el 50.0% de los clientes potenciales, vienen solicitando servicios de construcción con una permanencia mayor de seis meses y menor de un año de antigüedad; el 30.0% menor de seis meses de antigüedad; y el 20.0% mayor a un año de antigüedad.

Tabla 48: p7 - Tipos de servicios mayor solicitados

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Servicios de Construcción	18	13.0%	60.0%
Supervisión (dirección) de obras de construcción	5	3.6%	16.7%
Alquiler de maquinarias de construcción	16	11.6%	53.3%
Servicio de laboratorio de ensayos de materiales	27	19.6%	90.0%
Servicio de laboratorio de ensayos de concreto	29	21.0%	96.7%
Servicio de laboratorio de ensayos de mecánica de suelos	27	19.6%	90.0%
Servicio de laboratorio de ensayos de asfalto	14	10.1%	46.7%
Otros	2	1.4%	6.7%
Total	138	100.0%	460.0%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 7 de respuesta múltiple del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

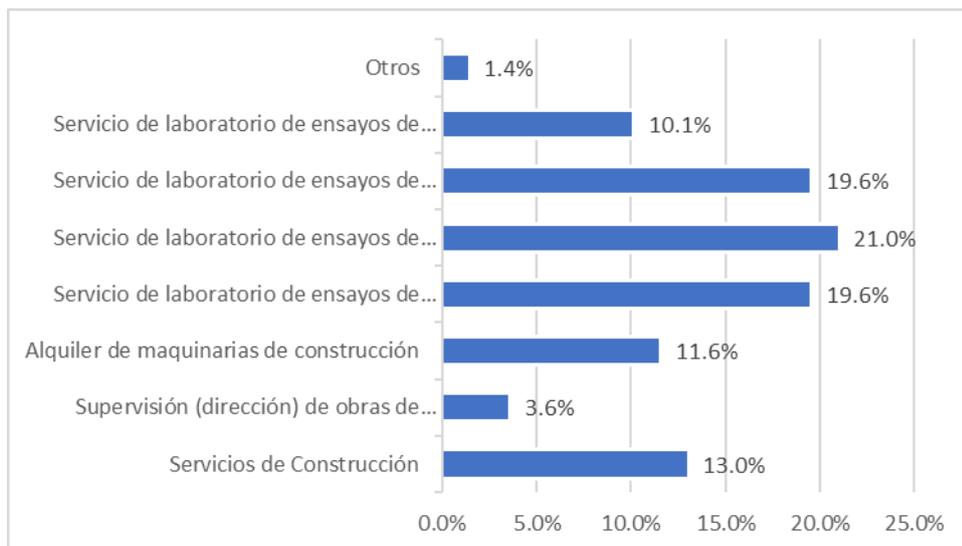


Figura 38: Tipos de servicios de construcción mayor solicitados por los clientes potenciales

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 7 de respuesta múltiple, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 48 y la figura 38, el 21.0% de los clientes potenciales vienen solicitando servicios de laboratorio de ensayo de concreto; el 19.6% servicios de ensayo de materiales; el 19.6% servicios de ensayo de mecánica de suelos; el 13.0% servicios de construcción (general); el 11.6% servicios de alquiler de maquinarias; el 10.1% servicios de ensayo de asfalto; el 3.6% servicios de supervisión (dirección de obras de construcción); y el 1.4% referente a otros servicios relacionados al rubro de la construcción.

Tabla 49: p8 - Áreas de servicios mayor solicitadas

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Energía	1	.9%	3.3%
Desarrollo Vial	20	17.5%	66.7%
Saneamiento Básico	20	17.5%	66.7%
Infraestructura	21	18.4%	70.0%
Consultoría de obras	22	19.3%	73.3%
Contratista	12	10.5%	40.0%
Residencia de obras	9	7.9%	30.0%
Supervisión de obras	9	7.9%	30.0%
Total	114	100.0%	380.0%

a. Grupo

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 8 de respuesta múltiple del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

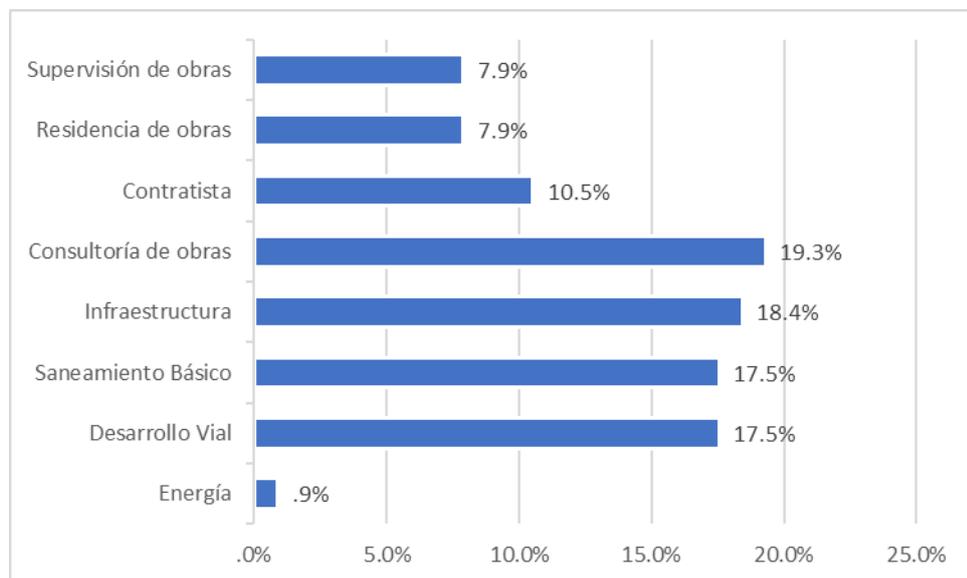


Figura 39: Áreas de servicios de construcción mayor solicitados por los clientes potenciales

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 8 de respuesta múltiple, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 49 y la figura 39, el 19.3% de los clientes potenciales, centran sus actividades en el sector consultoría de obras (elaboración de expedientes técnicos de construcción de obras civiles); el 18.4% en proyectos de infraestructura (edificaciones); el 17.5% en proyectos de desarrollo vial; el 17.5% en proyectos de saneamiento básico; el 10.5% a nivel de contrata de servicios; el 7.9% a nivel de residencia; el 7.9% a nivel de supervisión; y el 0.9% a nivel de proyecto de energía eléctrica.

Tabla 50: p9 - Grado de satisfacción de servicios solicitados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfecho	21	70.0	70.0	70.0
Válido Insatisfecho	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 9 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

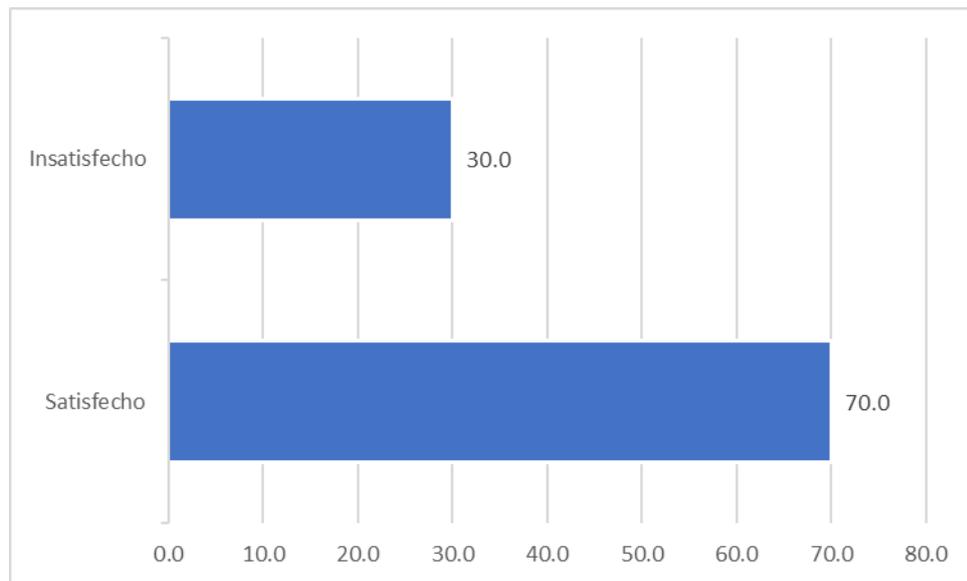


Figura 40: Grado de satisfacción de servicios anteriormente solicitados en una empresa constructora

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 9 del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 50 y la figura 40, el 70.0% de los clientes potenciales al momento que han solicitado servicios externos relacionados al rubro de la construcción han expresado un nivel de satisfacción con los trabajos obtenidos; sin embargo, el 30.0% ha manifestado su incomodidad (insatisfacción) con los resultados obtenidos solicitados.

Tabla 51: p10 - conocimiento sobre la empresa ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	30	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 10 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

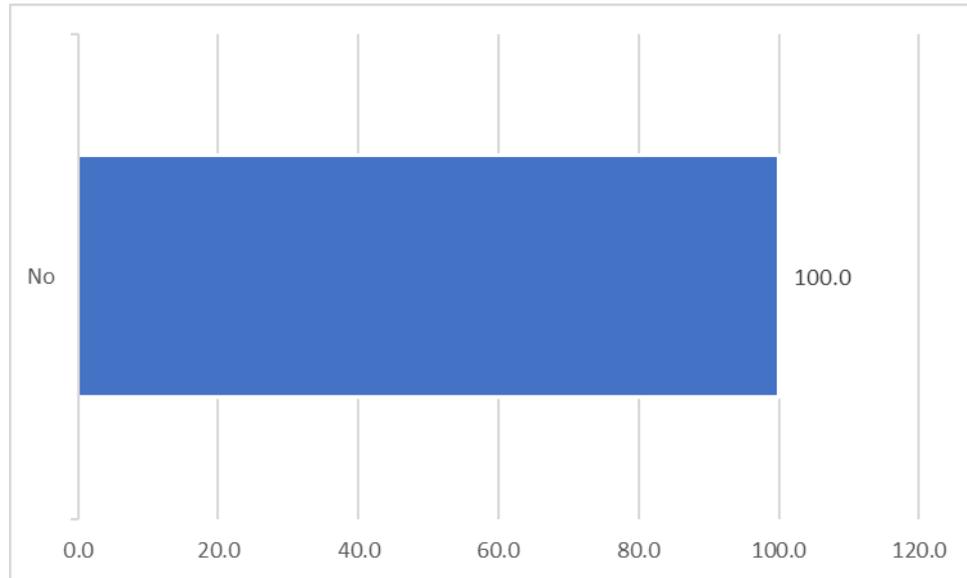


Figura 41: Conocimiento de los posibles clientes potenciales sobre la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 10 del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 51 y la figura 41, el 100.0% de los clientes potenciales no tienen conocimiento sobre la empresa ALEA y de los servicios que brinda en el sector construcción, motivo por el cual es necesario incorporar dentro de su organización un plan estratégico para la mejora de la calidad de sus servicios brindados.

Tabla 52: p14 - Conocimiento sobre planeación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	7	23.3	23.3	23.3
Válido No	23	76.7	76.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 14 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

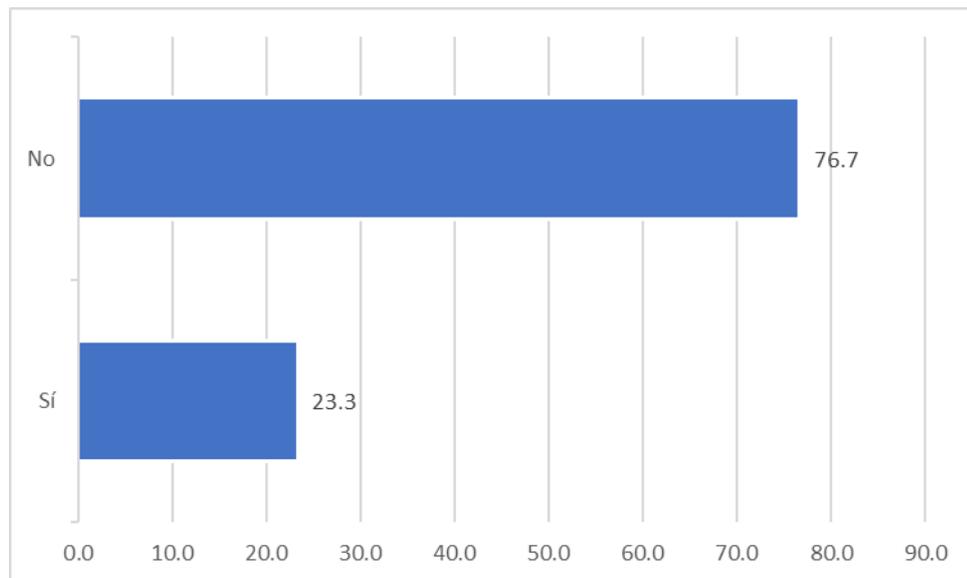


Figura 42: Conocimiento de los clientes potenciales sobre planeación estratégica

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 14 del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 52 y la figura 42, el 76.7% de los clientes potenciales no tienen conocimiento a fin sobre el término “planeamiento estratégico”; el 23.3% presenta conocimiento a fin sobre el presente término.

Tabla 53: p15 - Conocimiento sobre planeamiento estratégico en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	30	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 15 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

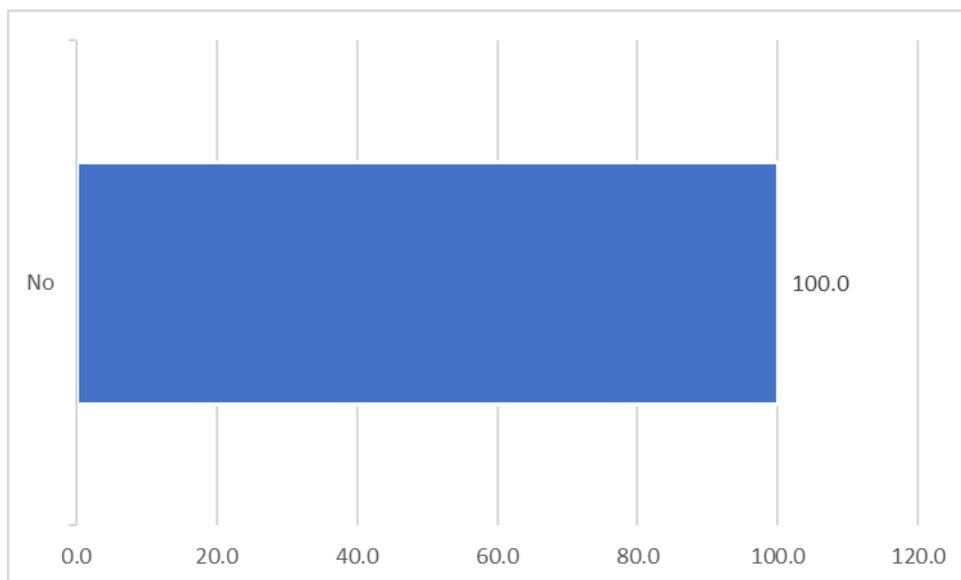


Figura 43: Conocimiento de los clientes potenciales sobre planeamiento estratégico para la empresa ALEA

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 15 del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 53 y la figura 43, el 100% de los clientes potenciales desconocen que la empresa ALEA cuente con un sistema de planeamiento estratégico, esta respuesta se fundamenta con la pregunta diez del presente instrumento (conocimiento sobre la empresa ALEA) al momento de no tener referencia sobre sus servicios prestados.

Tabla 54: p16 - Propuesta de planificación estratégica en ALEA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	30	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 16 del instrumento 3, aplicado al programa IBM SPSS Statistics 23

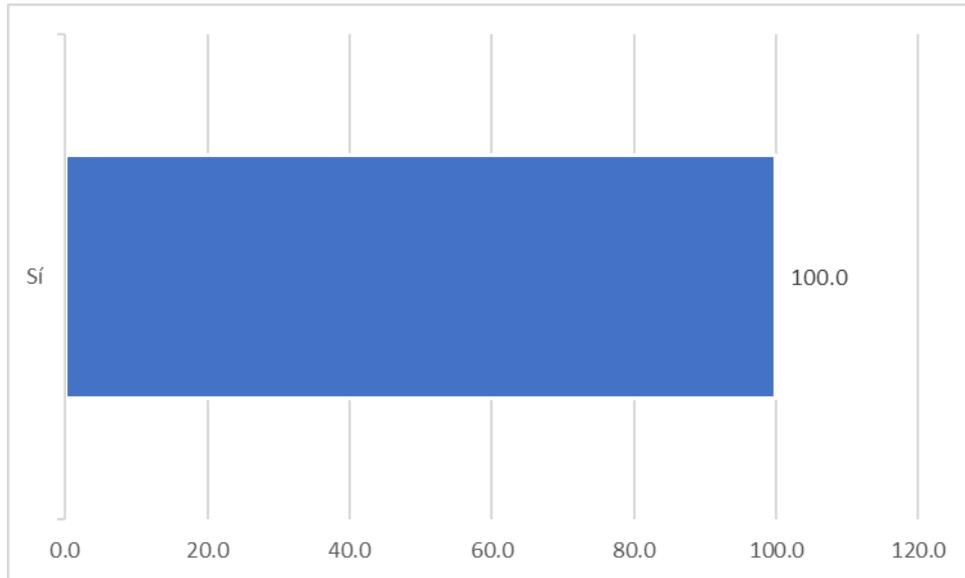


Figura 44: Propuesta de que la empresa ALEA cuente planificación estratégica, para sus clientes potenciales

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la pregunta 16, del instrumento 3, aplicado al programa Ms. Excel 2016.

De la tabla 54 y la figura 44; por lo tanto, el 100.0% de los clientes potenciales expresan que la empresa ALEA debe contar con un sistema de planeamiento estratégico para generar posicionamiento en el mercado regional a través de sus servicios brindados a nivel de laboratorio de ensayo de materiales, concreto, pavimentos y asfalto en el sector construcción.

IV. DISCUSIÓN

4.1 Síntesis del resultado

4.1.1. Colaboradores internos y externos

Los colaboradores internos y externos a la empresa ALEA laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. (en un total de seis colaboradores) cuentan con una formación académica a nivel administrativo y formación académica de ingeniería en el rubro de laboratorios de ensayos de materiales para la construcción; debidamente organizadas entre el área administrativa, ingeniería especializada, y técnicos operativos de los equipos y herramientas de laboratorio; se encuentran establecidos en un régimen de contrato de servicios CAS con permanencia mayor a un año en el área administrativa, y entre seis meses a un año en el área técnica y profesionales en ingeniería.

Los colaboradores manifiestan un grado de satisfacción saludable ejerciendo sus actividades dentro de la empresa, la cual lo vienen desarrollando en los servicios de laboratorio de ensayo de materiales, mecánica de suelos, concreto, y asfalto; enfocadas en el sector consultoría de obras, infraestructura, saneamiento básico, y desarrollo vial; los cuales se encuentran identificados con el potencial de servicio prestado por su laboratorio; estimando un nivel medio ha alto en el desarrollo de la construcción.

La mitad del total de los colaboradores por su afinidad al área técnica especializada en ingeniería desconocen sobre el término “planeamiento estratégico”, en contrario, la otra mitad restante conoce sobre el término “planeamiento estratégico”, por estar enfocados en el área administrativa; Sin embargo, expresan que la empresa no cuenta con un sistema de planeamiento estratégico definido e implantado; por lo

tanto, centran su interés y necesidad que la empresa ALEA formalice la dirección de su negocio bajo la guía de un plan estratégico; debido a que su implantación generará resultados deseados para el desarrollo y bienestar de la empresa en general, sustentándose en la calidad eficiente brindada a sus clientes

4.1.2. Clientes actuales

Los clientes actuales a la empresa ALEA son las empresas del sector privado (consultoría y ejecución de obras civiles), instituciones del sector público (gobiernos locales), y profesionales independientes que ejercen servicios de consultoría a nivel técnico especializado (persona natural); que desarrollan sus actividades en áreas administrativas e ingenierías técnicas especializadas (ingenieros civiles), con permanencia mayoritaria entre seis meses a un año en sus actividades laborales.

Los clientes han solicitado los servicios de la empresa ALEA con mayor incidencia en tiempos acumulados menor de seis meses, el cual se informaron en su oportunidad, a través de cotizaciones realizadas a diferentes empresas que realizan servicios del mismo rubro, así como por recomendaciones de otros profesionales y/o empresas que anteriormente ya habían solicitado servicios a la empresa, y en escasa situación por publicidad física o virtual.

Los servicios de laboratorio solicitados concurren en ensayos materiales, concreto, mecánica de suelos, y asfalto; enfocados para el sector infraestructura (construcción y/o ejecución de edificaciones y habilitaciones urbanas), consultoría de obras (elaboración de estudios básicos para la complementación de expedientes técnicos), proyectos de desarrollo vial, y proyectos de saneamiento básico (agua potable y alcantarillado); el cual han expresado su grado de satisfacción favorable sobre la calidad del servicio solicitado. Sin embargo, se observa que no

hay fidelización de los clientes con la empresa, en cuanto a los servicios solicitados, evidenciándose actividades solicitadas paralelamente en empresas competidoras del mismo sector de mercado. Por otro lado, en cuanto al interés que prestan los clientes actuales a la empresa Alea, manifiestan que la empresa cuenta con el potencial medio de desarrollo para ejercer sus actividades a nivel de Lambayeque y otras regiones.

En cuanto a “planeamiento estratégico”, los clientes actuales a la empresa desconocen el presente término, centrandolo solo su interés al sector técnico especializado de construcción; por ende, reconocen que la empresa Alea cuente con un sistema de planeamiento estratégico, y en consecuencia, expresan su interés que en la empresa implemente su organización con un sistema de planeamiento estratégico bajo el lineamiento de mejorar la calidad (considerada a nivel intermedia) de su servicio brindado.

4.1.3. Clientes potenciales

Los clientes potenciales para la empresa ALEA son empresas privadas, instituciones del sector público (gobiernos locales); profesionales independientes (persona natural) ejerciendo trabajos de consultoría técnica especializada; los cuales vienen ejerciendo sus actividades en áreas administrativas, e ingeniería técnica especializada, técnica operativa y asesoría legal; con permanencia laboral mayor a seis meses y menor de cinco años de actividad; que han solicitado y solicitan a la fecha, servicios externos en el rubro de la construcción civil en general a empresas privadas y profesionales independientes. En el enfoque del rubro de la empresa, los clientes potenciales centran su interés de solicitar servicios de ensayo de materiales, mecánica de suelos, concreto, alquiler de maquinarias, asfalto, y supervisión (dirección de obras de construcción); para obras civiles enfocadas al sector consultoría de obras (elaboración de expedientes técnicos), proyectos de infraestructura (edificaciones), proyectos de desarrollo vial,

proyectos de saneamiento básico, contrata de servicios de construcción civil, residencia, supervisión, y en menor incidencia proyecto de energía eléctrica.

Los clientes potenciales manifiestan que cuando solicitaron en oportunidad servicios relacionado al rubro de laboratorios de ensayo de materiales, han expresado un nivel de satisfacción con los trabajos obtenidos; sin embargo, también se ha manifestado incomodidad (insatisfacción) con los resultados obtenidos solicitados, en cuanto a valores resultados y tiempos programados.

En cuanto a si tienen conocimiento sobre la empresa Alea laboratorio de ingeniería civil e.i.r.l., los clientes potenciales han expresado desconocer sobre la empresa, y de los servicios que éste brinda en el sector construcción; a su vez, la mayor cantidad de los clientes desconocen sobre el término “planeamiento estratégico”, y en consecuencia lógica que la empresa cuente con un sistema de planeamiento estratégico; motivo por el cual, con la presente investigación, los clientes potenciales expresan que la empresa ALEA debe contar con un sistema de planeamiento estratégico para generar posicionamiento en el mercado regional a través de sus servicios brindados a nivel de laboratorio de ensayo de materiales, concreto, pavimentos y asfalto en el sector construcción.

4.2 Causales

Alea laboratorio de ingeniería civil e.i.r.l, es una empresa joven en el mercado de servicios de laboratorio de ensayo de materiales, mecánica de suelos, concreto y asfalto; cuenta con dos personales administrativos (padre e hija) forjadores del presente negocio, un técnico de laboratorio y asistente técnico como colaboradores internos, así como la colaboración externa de un ingeniero civil especialista y un área contable; es en tal sentido que su organización es reducida.

La empresa Alea se encuentra debidamente formalizada y habilitada por las instituciones reguladoras del estado: Sunat, Sunarp, Indecopi, municipalidad provincial, indeci, etc.; sin embargo, la empresa no cuenta con un sistema organizacional enfocada en una política estratégica, visión, misión, e imagen publicitaria en el desarrollo de sus actividades.

A nivel administrativo, la empresa Alea, centra política a nivel personal de sus fundadores, servicios profesionales enfocados en una ética profesional, competencia leal, veracidad y efectividad de sus resultados. Es en tal sentido que ante la realidad problemática suscitada ante fenómenos de informalidad y corrupción en el sector construcción a nivel de gestión pública, la empresa presenta limitaciones de mercado ante empresas de laboratorio del mismo rubro y/o solicitantes, que, por informalidad y direccionamiento no centran sus ideales enfocados a una conducta de competencia leal y ética profesional responsable.

4.3 Consecuencias

En tal sentido la empresa Alea, ante la evidencia de la realidad problemática de un mercado leal y saludable en el sector construcción, presenta limitaciones de mercado a nivel regional; además al no presentar un plan estratégico de negocio, la empresa viene desarrollando sus actividades con competencia reducida en el mercado.

4.4 Tendencia de la propuesta

De acuerdo con los resultados de la figura 40, De la tabla 50 y la figura 40, el 70.0% de los clientes potenciales al momento que han solicitado servicios externos relacionados al rubro de la construcción han expresado un nivel ha satisfacción con los trabajos obtenidos; sin embargo, el 30.0% ha manifestado su incomodidad (insatisfacción) con los resultados obtenidos solicitados.

Estos resultados implican que se deben plantear estrategias o mecanismos de solución, en ese sentido un Plan Estratégico será muy conveniente para fortalecer las debilidades, y mejorar así procesos claves en la organización el cual permitirá mejorar el servicio al cliente.

4.5 Análisis del marco teórico

Hoy en día las empresas modernas son aquellas que se adaptan al cambio constantemente, entre esas acciones se encuentra el Plan Estratégico el cual es un conjunto de actividades que permite orientar a la empresa qué camino seguir, que decisión tomar, como lograr alcanzar competitividad ante un mercado que cada vez se hace más exigente. Por consiguiente, empresa u organización que no cambia tiende desaparecer.

Otro elemento importante en una organización es el servicio que ofrece, cuando éste es de calidad, la empresa gana prestigio, imagen y su cliente se fideliza, en ese sentido el Plan Estratégico contribuye a mejorar los servicios al cliente, elevando su nivel.

V. CONCLUSIONES

1. Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L., presenta puntos débiles en elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, lo que trae como consecuencia deficiencias en sus procesos y por consiguiente un deficiente servicio al cliente o usuario, lo que significa que se deben fortalecer dichas debilidades para lograr competitividad ante un mercado altamente competitivo como es el sector construcción. (Análisis FODA)
2. Entre los factores influyentes en la Calidad del Servicio son el deficiente servicio en instalaciones físicas, falta de equipamiento, infraestructura inadecuada, especialmente para el laboratorio de ensayo de materiales, atención al cliente. Esto repercute significadamente en el proceso final que es el servicio al cliente.
3. El Plan Estratégico para mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa está diseñado con estrategias singulares de creación de módulo atención al cliente, sistemas de Call Center, Redes sociales publicitarias, promociones estratégicas e innovadoras para la promoción de servicios y atención de consultas y sugerencias.
4. Los Resultados estimados que generará la implementación del Plan Estratégico en la Calidad del Servicio de la Empresa estima una inversión de S/. 15,750.00 soles, el cual permitirá impulsar procesos primarios que permitan mejorar el nivel de la calidad del servicio.

VI. RECOMENDACIONES

1. A los directivos de la empresa desarrollar políticas orientadas a mejorar el equipo de trabajo de los operadores, desarrollar sistemas de información que permitan desarrollar o mejorar su capacidad de respuesta para con los clientes, esto permitirá mejorar el servicio al usuario.
2. A los administradores de la empresa, diseñar ambientes que permitan satisfacer o realizar los trabajos como son las tareas que realiza el laboratorio de ensayo de materiales, esto permitirá que los operadores mejoren sus condiciones laborales y por consiguiente ofrecer un servicio de calidad
3. Toda planificación se realiza en un tiempo determinado, sin embargo, con el pasar del tiempo, la información crece al igual que los procesos, en ese sentido es importante revisar constantemente el Plan Estratégico planteado para realizar ajustes a sus actividades planteadas. De esta forma no se pierde efectividad y eficacia en sus estrategias.
4. A los ejecutivos o directorio de la empresa llevar a cabo la propuesta planteada, puesto que se debe tomar como una inversión el presupuesto proyectado, porque permitirá mejorar procesos muy importantes para mejorar el servicio al cliente.

VII. PROPUESTA

7.1 Síntesis de la necesidad identificada

A partir de los resultados obtenidos en la presente investigación se determinó que el plan estratégico elaborado generará resultados eficientes para mejorar la calidad de servicio en el desarrollo de las actividades de la empresa ALEA laboratorio de ingeniería civil E.I.R.L., proyectado gradualmente a su implementación dentro del periodo 2018 – 2021.

La aplicación del plan estratégico, abarca lineamientos para mejorar las dimensiones de 1) Elementos tangibles, en la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación; 2) Fiabilidad, en la habilidad para ejecutar el servicio de forma fiable y cuidadosa, capacidad de respuesta, disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio; 3) Seguridad, en el conocimiento mostrado por los empleado y su atención mostrada al cliente; y 4) Empatía, en las habilidades para inspirar credibilidad y confianza

7.2 Objetivos

Objetivo general

Incrementar la Calidad de Servicio de la empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. a través de su implementación de un Plan Estratégico para el periodo 2018 – 2021.

Objetivos específicos

- 1) Elevar el estado actual de la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.
- 2) Fortalecer los factores influyentes en la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.
- 3) Proponer el Plan Estratégico para Mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.
- 4) Plantear los Resultados que generará la implementación del Plan Estratégico en la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.

7.3 Marco legal

- Constitución Política del Perú de 1993.
- Ley N° 26887, Ley General de Sociedades.
- Ley N° 21621, Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
- Ley N° 30224, Ley de Creación del Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad.
- Resolución N°037-2017 INACAL/DN, Reglamento de Elaboración y Aprobación de Normas Técnicas Peruanas, Guías y Textos Afines a las Actividades de Normalización.
- Decreto Supremo N° 018 – 2007 – ED, Reglamento del SINEACE.
- Normas de Competencia del Profesional Técnico en Laboratorio de Suelos, Concreto y Asfalto.
- Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre el Derecho de Autor.
- Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.
- Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Ley N° 28611, Ley General del Medio Ambiente

7.4 Detalles de la propuesta.

Tabla 55: Detalle de propuesta

VD: Calidad de Servicio		Elementos tangibles				Fiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad		Empatía
VI: Plan Estratégico		Apariencia de las instalaciones físicas	Equipos	Personal	Materiales de comunicación	Habilidad para ejecutar el servicio de forma fiable y cuidadosa	Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio	Conocimiento mostrado por los empleados	Atención mostrada por los empleados	Habilidades para inspirar credibilidad y confianza
Análisis Estratégico	Esquema del Plan Estratégico	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9
	Visión, Misión y Valores Corporativos	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17	R18
	Unidades Estratégicas de Negocio	R19	R20	R21	R22	R23	R24	R25	R26	R27
	Análisis del Entorno	R28	R29	R30	R31	R32	R33	R34	R35	R36
	Análisis Interno	R37	R38	R39	R40	R41	R42	R43	R44	R45
Formulación Estratégica	Análisis DAFO	R46	R47	R48	R49	R50	R51	R52	R53	R54
	Análisis CAME	R55	R56	R57	R58	R59	R60	R61	R62	R63
	Definición de Negocio	R64	R65	R66	R67	R68	R69	R70	R71	R72
	Estrategia Corporativa	R73	R74	R75	R76	R77	R78	R79	R80	R81
	Estrategia Funcional	R82	R83	R84	R85	R86	R87	R88	R89	R90
Implantación de la Estrategia	Diseño de la Organización	R91	R92	R93	R94	R95	R96	R97	R98	R99
	Planes de Acción	R100	R101	R102	R103	R104	R105	R106	R107	R108

Fuente: Elaboración propia

Basado en las proyecciones del BCP, donde el crecimiento del PBI es de un 4.2% y el crecimiento del sector construcción es de 9%, para el 2018 (BCP, 2017), se proyectan el porcentaje meta en la presente investigación a 10%

R1 – R4:

Permite determinar el esquema del plan estratégico en los elementos tangibles de la empresa (Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación).

Factores influyentes:

- Infraestructura: Ambientes administrativos, ambientes de laboratorio técnico, espaciamiento, acceso, confort, operatividad, licencia de funcionamiento. (incremento en un 10%)
- Maquinarias, equipos y herramientas: Calidad, marca, calibración, operatividad. (incremento en un 10%)
- Personal: Administrativo, técnico especializado (ingeniería), técnico de laboratorio, capacidad, eficiencia, eficacia, conocimiento, experiencia profesional. (incremento en un 10%)
- Comunicación: Publicidad física y electrónica (incremento en un 10%)

R10 – R18:

Permite determinar la misión, visión y valores corporativos en los elementos tangibles de la empresa, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Factores influyentes:

Realizando para ello reuniones diarias donde se comparten experiencias y desarrollo de casos que se dan día a día.

- Elementos tangibles: Facilidad de acceso y ubicación, infraestructura con ambientes especializados; maquinarias, equipos y herramientas de calidad, calibración y marca reconocida; personal altamente calificado; promoción y publicidad de servicios.
- Fiabilidad: Procedimientos y resultados confiables, posicionamiento y fidelización. (incremento en un 8%)
- Capacidad de respuesta: Calidad de servicio. (incremento en un 8%)
- Seguridad: Confort, satisfacción de resultados. (incremento en un 8%)
- Empatía: Relación saludable entre empresa – cliente. (incremento en un 8%), para ello se realizará capacitaciones de atención al cliente constantemente

R19 – R22:

Permite determinar las unidades estratégicas de negocio en los elementos tangibles de la empresa. (Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación).

Factores influyentes:

Mediante un programa de mantenimiento preventivo y correctivo de equipos y un sistema de información se podrá contar con los siguientes factores influyentes.

- Infraestructura: Ubicación estratégica de negocio, permiso de operatividad o funcionamiento, ambientes sofisticados acorde al rubro de actividades. (incremento en un 8%)
- Maquinarias, equipos y herramientas: Calidad, marca o prestigio, calibración, operatividad, cantidad, capacidad de abastecimiento a diferentes actividades del rubro (ensayo de materiales, mecánica de suelos, concreto, asfalto, unidades de ladrillo, madera, etc.).
- Personal: Efectividad profesional. (incremento en un 8%)
- Comunicación: posicionamiento en el mercado. (incremento en un 10%)

R32, R35, R36:

Permite determinar el análisis del entorno de mercado respecto a la fiabilidad, seguridad y empatía.

Factores influyentes:

Realizando para ello reuniones diarias donde se comparten experiencias y desarrollo de casos que se dan día a día.

- Fiabilidad: Clientes actuales y potenciales, satisfacción de resultados, competencia con empresas del mismo rubro. (incremento en un 8%)
- Seguridad: Efectividad de procedimientos y resultados, calidad de servicio. (incremento en un 8%)
- Empatía: Relación laboral empresas – clientes (incremento en un 8%)

R37 – R45:

Permite determinar el análisis interno del servicio de la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Factores influyentes:

Incremento de la publicidad empleando las redes sociales, internet y correo electrónico.

- Elementos tangibles: Facilidad de acceso y ubicación, infraestructura con ambientes especializados; maquinarias, equipos y herramientas de calidad, calibración y marca reconocida; personal altamente calificado; promoción y publicidad de servicios. (incremento en un 8%)

- Fiabilidad: Procedimientos y resultados confiables. (incremento en un 8%)
- Capacidad de respuesta: Calidad de servicio. (incremento en un 8%)
- Seguridad: Satisfacción de resultados. (incremento en un 8%)
- Empatía: Relación saludable entre empresa – cliente. (incremento en un 8%)

R46 – R54:

Permite determinar el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) en la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

R55 – R63:

Mediante un programa de mantenimiento preventivo y correctivo de equipos y un sistema de información se podrá contar con los siguientes factores influyentes.

Permite determinar el análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) en la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Incremento en un 10%)

R77, R79, R80:

Permite determinar la estrategia corporativa a emplear respecto a la fiabilidad y seguridad de servicio de la empresa

Factores influyentes:

- Fiabilidad: Técnicas, procedimientos y resultados de calidad, orientados a una conducta responsable y efectiva. (incremento en un 10%)
- Seguridad: Veracidad de los resultados obtenidos, procedimientos y técnicas empleadas. (incremento en un 10%)

R82 – R85, R87, R90:

Permite determinar la estrategia funcional a emplear respecto a los elementos tangibles, capacidad de respuesta, y empatía de la empresa en el mercado.

Factores influyentes:

- Elementos tangibles: Efectividad de infraestructura; maquinarias, equipos y herramientas; personal altamente calificado; promoción y publicidad de servicios. (incremento en un 10%)
- Capacidad de respuesta: Efectividad en tiempos de entrega de resultados. (incremento en un 10%)
- Empatía: Efectividad relación laboral empresa – cliente, colaborador – colaborador, fidelización de clientes y colaboradores. (incremento en un 10%)

R91 – R94, R96:

Permite determinar diseño de la organización respecto a los elementos tangibles, y capacidad de respuesta de la empresa. (Resultados deseados). (Incremento en un 10%)

R100 – R108

Permite determinar los planes de acción mediante un plan estratégico para mejorar la calidad de servicio de la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Resultados deseados). (Incremento en un 10%)

7.5 Plan de actividades

Tabla 56: Plan de actividades

Actividad	Objetivo	Indicador	Meta	Periodo (mes)	Fundamentación	Responsable	Presupuesto (S/.)
Esquema del Plan Estratégico	Determinar el esquema del plan estratégico en los elementos tangibles de la empresa.	Elementos tangibles	Mejorar en un 15% los equipos de laboratorio	1	Cuantitativo	Investigador	350.00
Visión, Misión y Valores Corporativos	Determinar la misión, visión y valores corporativos en los elementos tangibles de la empresa, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Elementos tangibles	Incrementar en un 15% la capacidad de respuesta	0.5	Cualitativo	Investigador	150.00
		Fiabilidad					
		Capacidad de Respuesta					
		Seguridad					
Unidades Estratégicas de Negocio	Determinar las unidades estratégicas de negocio en los elementos tangibles de la empresa.	Elementos tangibles	Actualizar aplicativos de ingeniera en un 50%	1	Razón	Investigador	350.00
		Fiabilidad	Incrementar en un 15% la fiabilidad	1	Razón	Investigador	1,500.00
		Seguridad					
		Empatía					
Análisis Interno	Determinar el análisis interno del servicio de la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Elementos tangibles	Incrementar en un 15% en materia de seguridad	1	Razón	Investigador	1,500.00
		Fiabilidad					
		Capacidad de Respuesta					
		Seguridad					
Análisis DAFO	Determinar el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) en la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Elementos tangibles	Incrementar en un 15% en materia de empatía	0.5	Razón	Investigador	350.00
		Fiabilidad					
		Capacidad de Respuesta					
		Seguridad					
Análisis CAME	Determinar el análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) en la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Elementos tangibles	Incrementar en un 15% en materia de seguridad	0.5	Razón	Investigador	350.00
		Fiabilidad					
		Capacidad de Respuesta					
		Seguridad					
Definición de Negocio	-	-	-	0.5	-	-	250.00
Estrategia Corporativa	Determinar la estrategia corporativa a emplear respecto a la fiabilidad y seguridad de servicio de la	Fiabilidad	Incrementar en un 10% en materia de seguridad y	1.5	Razón	Investigador	1,000.00
		Seguridad					
Estrategia Funcional	Permite determinar la estrategia funcional a emplear respecto a los elementos tangibles, capacidad de respuesta, y empatía de la empresa en el mercado.	Elementos tangibles	Incrementar en un 15% en materia de capacidad de respuesta y empatía	1.5	Razón	Investigador	1,000.00
		Capacidad de Respuesta					
		Empatía					
Diseño de la Organización	Determinar diseño de la organización respecto a los elementos tangibles, y capacidad de respuesta de la	Elementos tangibles	Incrementar en un 10% en materia de capacidad de respuesta	3	Razón	Investigador	1,500.00
		Capacidad de Respuesta					
Planes de Acción	Determinar los planes de acción mediante un plan estratégico para mejorar la calidad de servicio de la empresa respecto a sus elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Resultados deseados).	Elementos tangibles	Incrementar en un 15% en materia de fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad	12	Razón	Investigador	1,500.00
		Fiabilidad					
		Capacidad de Respuesta					
		Seguridad					
		Empatía					
DURACIÓN				24	PRESUPUESTO		9,800.00

Fuente: Elaboración propia

VIII. REFERENCIAS

- ALTHAIR. (2017). *Como elaborar el plan estratégico que realmente necesita tu empresa*. España: Althair soluciones generales. Obtenido de <http://www.altair-consultores.com/wp-content/uploads/2017/06/Como-elaborar-el-plan-estrategico-LOW-QUALITY.pdf>
- Ameca, J. (10 de octubre de 2014). Cliente interno y externo en una organización. *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>
- Anika, P., & Maceli, S. (2017). *Innovación en el sector de la construcción del Perú: estado actual y diagnóstico*. España: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/78144/01.%20Memoria.pdf?sequence=1>
- Astudillo, G. (3 de enero de 2017). El 2017, un año de recuperación para América Latina y el Caribe. *Líderes*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/2017-ano-recuperacion-america-latina.html>
- BCP, B. (1 de diciembre de 2017). *BCP: Sector construcción podría crecer 9% en el 2018*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/bcp-sector-construccion-crecer-9-2018-noticia-478430>
- Begazo, J. (2006). *¿Cómo Medimo el Servicio?* Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n18_2006/a09.pdf
- CAF. (27 de diciembre de 2016). Avances en el desarrollo de América Latina en 2016. *Banco de Desarrollo de América Latina*. Obtenido de <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/12/avances-en-el-desarrollo-de-america-latina-en-2016/>
- Chaparro, j. (2012). *Plan de mejoramiento del servicio del laboratorio de ensayo de materiales de la FIC - UNI*. Lima, Perú: Universidad Nacional de Ingeniería. Obtenido de http://cybertesis.uni.edu.pe/bitstream/uni/1361/1/chaparro_mj.pdf
- Coronel, R., Hinojosa, A., Huaynate, I., & Tazza, J. (2016). *Planeamiento estratégico para la empresa constructora El Árabe SAC*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7647>
- Cuba, J., Mendoza, M., & Zegarra, G. (2015). *Plan estratégico para la compañía BESCO S.A.C.* Lima, Perú: Universidad del Pacífico. Obtenido de <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1128/ZegarraGiancarlo2015.pdf?sequence=1>
- Dess, & Lumpkin. (2003). *Dirección estratégica*. (M. G. Hill, Trans.) España: Mc Graw Hill.
- Dios, C. (2017). *El esquema de informe de proyectos de tesis MBA*. Chiclayo: Consultoría empresarial.
- Dios, C. (2017). *Hoja de calculo metodológico ZOBEIDA*. Chiclayo, Perú: Consultoría empresarial.
- Forcael, E., Molenaar, K., Orozco, F., & Serpell, A. (2014). *Modeling competitiveness factors and indexes for construction companies: Findings of Chile* (Journal of Construction Engineering and Management ed., Vol. Vol. 140). Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. doi:ISI UC
- Guía de productod observables de las experiencias curriculares eje del modelo de investigación*. (2015). Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Henderson, B. (1989). *The origin of strategy*. EEUU: Harvard Business Review.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investagación*. Mexico: McGRAW-HILL. Obtenido de <http://upla.edu.pe/portal/wp-content/uploads/2017/01/Hern%C3%A1ndez-R.-2014-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf.pdf>
- INACAL. (28 de junio de 2017). Normas Técnicas Peruanas. *Instituto Nacional de Calidad*. Obtenido de <http://www.inacal.gob.pe/principal/categoria/ntp>
- INDECOPI. (18 de julio de 2017). *Consulta de Expedientes*. Obtenido de <http://sistemas.indecopi.gob.pe/osdconsultaspublicas/>

- Pizzo, M. (2014). Cómo servir con excelencia. Un sistema al alcance de su equipo de trabajo. *Como Servir con Excelencia*. Obtenido de <http://comoservirconexcelencia.com/blog/libro-como-servir-con-excelencia-un-sistema-al-alcance-de-su-equipo-de-trabajo>
- PlanetaPerú. (15 de enero de 2017). *Laboratorios de suelos en Chiclayo*. Obtenido de <https://www.planetaperu.pe/chiclayo/laboratorios+de+suelos>
- Polo, R. (2014). *Diseño del plan estratégico 2013 - 2016 para la constructora Rodriguez*. Sangolquí, Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8221/1/T-ESPE-047784.pdf>
- Principe, J. (2017). *Fundamentos, preparación y diseño de un plan estratégico*. Lima, Perú: Athanor Consultoria Organizacional y Empresas Familiares. Obtenido de <http://athanorperu.com/descargas/07Planeamiento%20estrategico.pdf>
- Ríos, M. (21 de febrero de 2017). Gestión. *Sector construcción: ¿Qué impulsará su crecimiento?* Obtenido de <http://gestion.pe/inmobiliaria/sector-construccion-que-impulsara-su-crecimiento-2182740>
- Salazar, M. (2012). *Planificación estratégica para empresas generadoras de proyectos inmobiliarios: caso empresa constructora SSK montajes e instalaciones SAC*. Lima, Perú: Universidad Nacional de Ingeniería. Obtenido de http://cybertesis.uni.edu.pe/bitstream/uni/1225/1/salazar_pm.pdf
- Sociedad Nacional de Industrias. (28 de setiembre de 2016). Nota de Prensa. *WEF publica Informe de Competitividad Global 2016-2017*, pág. 8. Obtenido de http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2016-2017/NOTA_DE_PRENSA_IGC_WEF_2016-2017_CDI.pdf
- SUNAT. (18 de julio de 2017). CONSULTA RUC. Perú: SUNAT. Obtenido de <http://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>
- Torres, E. (2011). Cómo gestionar de manera eficiente la calidad de un servicio. *conexiónesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/08/25/como-gestionar-de-manera-eficiente-la-calidad-de-un-servicio/>
- Vega, E. (01 de febrero de 2017). EL Comercio. *Los grandes retos de la economía peruana para el 2017*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/dia-1/grandes-retos-economia-peruana-2017-156766?foto=4>
- Vega, Y. (20 de junio de 2017). Sector construcción decreció en menos 6% en la región Lambayeque. *La República*. Obtenido de <http://larepublica.pe/887480-sector-construccion-decrecio-en-menos-6-en-la-region-lambayeque>
- Vicerrectorado de Investigación. (2016). *Código de ética para la investigación*. Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de http://www.upao.edu.pe/investigacion/pdf/CODIGO_%C3%89TICA_para_LA_INVESTIGACION_%C3%93N.pdf

ANEXOS

- A. Instrumentos
- B. Instrumentos validados
- C. Matriz de consistencia
- D. Constancia emitida por la institución que autoriza la realización de la investigación
- E. Consulta RUC de la empresa
- F. Datos de registro de marca de la empresa
- G. Plan Estratégico para la Calidad del Servicio de la empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. Lambayeque.

A. Instrumentos

- a) Instrumento 1. Cuestionario para colaboradores internos y externos
- b) Instrumento 2. Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras actuales de servicio
- c) Instrumento 3. Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras potenciales de servicio

B. Instrumentos validados

Instrumento 1. Cuestionario para colaboradores internos y externos



Maestría en Administración de Negocios - MBA

Instrumento 1

Cuestionario para colaboradores internos y externos

Proyecto de investigación:

Plan Estratégico para la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.

Tesista / Encuestador:

Br. Patazca Rojas Pedro Ramón

Objetivo de encuesta:

Conocer las apreciaciones de los colaboradores internos y externos, sobre planificación estratégica enfocada a la generación del servicio prestado.

Instrucciones:

- 1) Los datos serán utilizados exclusivamente con fin académico de investigación. se mantendrá reserva de sus datos personales (nombre, dirección, teléfono)
- 2) Lea minuciosamente cada pregunta antes de escribir su respuesta.
- 3) Marque con una (X) la respuesta que crea conveniente a lo que se solicita.
- 4) No deje ninguna pregunta sin responder

Fecha de realización de encuesta:

día (), mes (), año ()

Observaciones realizadas por el encuestador:

SOBRE LOS COLABORADORES

Consideraciones que presentan los colaboradores sobre la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. **(Marcar con una X solo una opción de respuesta)**

1) ¿Cuál es su grado de formación académica?

- a) Sin grado académico
- b) Técnico
- c) Bachiller
- d) Licenciado
- e) Magister
- f) Doctor

2) ¿En qué área se encuentra laborando en la empresa Alea?

- a) Área Administrativa
- b) Área legal
- c) Área Técnica especializada (Ingenierías)
- d) Área Técnica
- e) Auxiliar
- f) Mano de obra no calificada
- g) Servicio externo
- h) Otra área no señaladas anteriormente

Especifique: _____

3) ¿En qué régimen laboral se encuentra laborando en la empresa Alea?

- a) Régimen de la actividad privada (DLeg 728)
- b) Contratación Administrativa de Servicios - CAS (DLeg 1057)
- c) Otra clasificación no señalada anteriormente

Especifique: _____

4) ¿Cuánto tiempo se encuentra laborando en la empresa Alea?

- a) Menor de 06 meses
- b) Mayor de 06 meses y menor de 01 año
- c) Mayor de 01 año

5) ¿Se encuentra satisfecho laborando para la empresa Alea?

- a) Satisfecho
- b) Insatisfecho

SOBRE LA EMPRESA ALEA

Aporte de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. en el servicio al cliente.

(Marcar con una X solo una opción de respuesta, salvo la pregunta exprese lo contrario)

6) ¿Qué tipos de servicios considera que presta la empresa Alea?

(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- c) Servicios de Construcción
- d) Supervisión (dirección) de obras de construcción
- e) Alquiler de maquinarias de construcción
- f) Servicio de laboratorio de ensayos de materiales
- g) Servicio de laboratorio de ensayos de concreto
- h) Servicio de laboratorio de ensayos de mecánica de suelos
- i) Servicio de laboratorio de ensayos de asfalto
- j) Otros servicios no señaladas anteriormente

Especifique: _____

7) ¿En qué áreas considera que la empresa Alea ha contribuido en el desarrollo de la construcción?

(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- a) Energía
- b) Minería
- c) Desarrollo Vial
- d) Saneamiento Básico
- e) Infraestructura
- f) Consultoría de obras
- g) Contratista
- h) Residencia de obras
- i) Supervisión de obras
- j) Otros áreas no señaladas anteriormente

Especifique: _____

8) ¿Considera oportuno que la empresa Alea preste sus servicios en la región Lambayeque con expansión en las demás regiones del país?

- a) Si
- b) No

- 9) Si su respuesta anterior es afirmativa, ¿En qué grado considera que la Empresa Alea contribuirá al desarrollo de la construcción?
- c) Alto ()
 - d) Medio ()
 - e) Bajo ()

SOBRE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y CALIDAD DE SERVICIO

Conocimiento de que la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. cuente con una planificación estratégica en la calidad de sus servicios. **(Marcar con una X solo una opción de respuesta)**

- 10) ¿Conoce qué es planificación estratégica?

- a) Si ()
- b) No ()

- 11) ¿Conoce si la Empresa Alea cuenta con una planificación estratégica en el desarrollo de sus servicios?

- a) Si ()
- b) No ()

- 12) Si su respuesta es negativa, ¿Considera oportuno que la Empresa Alea cuente con una planificación estratégica para el desarrollo de sus servicios?

- a) Si ()
- b) No ()

- 13) ¿En qué grado de calidad considera que la Empresa Alea presta sus servicios?

- a) Buena calidad ()
- b) Mediana calidad ()
- c) Baja calidad ()

Gracias por su colaboración

Instrumento 2. Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras actuales de servicio.



Maestría en Administración de Negocios - MBA

Instrumento 2

Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras actuales de servicio.

Proyecto de investigación:

Plan Estratégico para la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.

Tesista / Encuestador:

Br. Patazca Rojas Pedro Ramón

Objetivo de encuesta:

Conocer las apreciaciones de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras que ha prestado servicio la empresa Alea a la fecha, enfocado en el ámbito de planificación estratégica.

Instrucciones:

- 1) Los datos serán utilizados exclusivamente con fin académico de investigación. Se mantendrá reserva de sus datos personales (nombre, dirección, teléfono)
- 2) Lea minuciosamente cada pregunta antes de escribir su respuesta.
- 3) Marque con una (X) la respuesta que crea conveniente a lo que se solicita.
- 4) No deje ninguna pregunta sin responder

Fecha de realización de encuesta:

día (), mes (), año ()

Observaciones realizadas por el encuestador:

SOBRE LOS PROFESIONALES Y/O REPRESENTANTES DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS

Características que presentan los profesionales y/o representantes sobre su actividad de solicitante **(Marcar con una X solo una opción de respuesta)**

- 1) ¿Cuál es su estado laboral actual?
- a) Profesional independiente (persona natural)
 - b) Profesional independiente (persona jurídica)
 - c) Profesional dependiente (sector privado)
 - d) Profesional dependiente (sector público)

- 2) ¿En qué área se encuentra laborando?
- a) Área administrativa
 - b) Área legal
 - c) Área Técnica especializada (Ingenierías)
 - d) Área Técnica
 - e) Otra área no señaladas anteriormente

Especifique: _____

- 3) ¿Cuánto tiempo se encuentra laborando en el sector construcción?
- a) Menor de 06 meses
 - b) Mayor de 06 meses y menor de 01 año
 - c) Mayor de 01 año y menor de 05 años
 - d) Mayor de 05 años

SOBRE LOS SERVICIOS SOLICITADOS

Consideraciones que presentan los profesionales y/o representantes de empresas constructoras sobre la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.

(Marcar con una X solo una opción de respuesta, salvo la pregunta exprese lo contrario)

- 4) ¿Cuál es la condición en la que solicita servicio a la empresa Alea?
- a) Servicio no profesional independiente
 - b) Servicio profesional independiente
 - c) Servicio profesional dependiente a una empresa privada
 - d) Servicio profesional dependiente a una institución pública
 - e) Otro servicio no señalado anteriormente

Especifique: _____

- 5) ¿Cuánto tiempo viene relacionándose con los servicios prestados por la empresa Alea?
- a) Menor de 06 meses
 - b) Mayor de 06 meses y menor de 01 año
 - c) Mayor de 01 año

- 6) ¿Cómo se enteró del servicio que presta la empresa Alea?
(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- a) Publicidad electrónica
- b) Publicidad física (volantes)
- c) Recomendación de otros profesionales y/o empresas
- d) Cotizaciones
- e) Otros medios no señalados anteriormente

Especifique: _____

- 7) ¿Qué tipos de servicios viene solicitando a la empresa Alea?
(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- a) Servicios de Construcción
- b) Supervisión (dirección) de obras de construcción
- c) Alquiler de maquinarias de construcción
- d) Servicio de laboratorio de ensayos de materiales
- e) Servicio de laboratorio de ensayos de concreto
- f) Servicio de laboratorio de ensayos de mecánica de suelos
- g) Servicio de laboratorio de ensayos de asfalto
- h) Otros servicios no señaladas anteriormente

Especifique: _____

- 8) ¿En qué áreas viene solicitando los servicios a la empresa Alea?
(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- a) Energía
- b) Minería
- c) Desarrollo Vial
- d) Saneamiento Básico
- e) Infraestructura
- f) Consultoría de obras
- g) Contratista
- h) Residencia de obras
- i) Supervisión de obras
- j) Otros áreas no señaladas anteriormente

Especifique: _____

- 9) ¿Se encuentra satisfecho con los servicios prestados por la empresa Alea?
- a) Satisfecho
 - b) Insatisfecho

- 10) ¿Viene solicitando los servicios de otras empresas semejantes a la empresa Alea?
- a) Si
 - b) No
- Especifique su respuesta _____

- 11) ¿Considera oportuno que la empresa Alea preste sus servicios en la región Lambayeque con expansión en las demás regiones del país?
- a) Si
 - b) No

- 12) Si su respuesta anterior es afirmativa, ¿En qué grado considera que la Empresa Alea contribuirá al desarrollo de la construcción?
- a) Alto
 - b) Medio
 - c) Bajo

SOBRE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y CALIDAD DE SERVICIO

Conocimiento de que la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. cuente con una planificación estratégica en la calidad de sus servicios. **(Marcar con una X solo una opción de respuesta)**

- 13) ¿Conoce qué es planificación estratégica?
- (Si su respuesta es "No" Fin de encuesta)
- c) Si
 - d) No

- 14) ¿Conoce si la Empresa Alea cuenta con una planificación estratégica en el desarrollo de sus servicios?
- c) Si
 - d) No

- 15) ¿Considera oportuno que la Empresa Alea cuente con una planificación estratégica para el desarrollo de sus servicios?
- c) Si
 - d) No

16) ¿En qué grado de calidad considera que la Empresa Alea presta sus servicios?

- d) Buena calidad ()
- e) Mediana calidad ()
- f) Baja calidad ()

Gracias por su colaboración

Instrumento 3. Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras potenciales de servicio.



Maestría en Administración de Negocios - MBA

ANEXO 3

Cuestionario para profesionales y/o representantes de empresas constructoras potenciales de servicio.

Proyecto de investigación:

Plan Estratégico para la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.

Tesista / Encuestador:

Br. Patazca Rojas Pedro Ramón

Objetivo de encuesta:

Conocer las apreciaciones de los profesionales y/o representantes de empresas constructoras potenciales a la prestación de servicio que la empresa Alea ofrece, enfocado en el ámbito de planificación estratégica.

Instrucciones:

- 1) Los datos serán utilizados exclusivamente con fin académico de investigación. Se mantendrá reserva de sus datos personales (nombre, dirección, teléfono)
- 2) Lea minuciosamente cada pregunta antes de escribir su respuesta.
- 3) Marque con una (X) la respuesta que crea conveniente a lo que se solicita.
- 4) No deje ninguna pregunta sin responder

Fecha de realización de encuesta:

día (), mes (), año ()

Observaciones realizadas por el encuestador:

SOBRE LOS PROFESIONALES Y/O REPRESENTANTES DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS

Características que presentan los profesionales y/o representantes sobre su actividad laboral. **(Marcar con una X solo una opción de respuesta)**

- 1) ¿Cuál es su estado laboral actual?
- e) Profesional independiente (persona natural)
 - f) Profesional independiente (persona jurídica)
 - g) Profesional dependiente (sector privado)
 - h) Profesional dependiente (sector público)

- 2) ¿En qué área se encuentra laborando?
- a) Área administrativa
 - b) Área legal
 - c) Área Técnica especializada (Ingenierías)
 - d) Área Técnica
 - e) Otra área no señaladas anteriormente
- Especifique: _____

- 3) ¿Cuánto tiempo se encuentra laborando en el sector construcción?
- a) Menor de 06 meses
 - b) Mayor de 06 meses y menor de 01 año
 - c) Mayor de 01 año y menor de 05 años
 - d) Mayor de 05 años

SOBRE LOS SERVICIOS POTENCIALES

Consideraciones que presentan los profesionales y/o representantes de empresas constructoras sobre su potencial servicio a la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.

(Marcar con una X solo una opción de respuesta, salvo la pregunta exprese lo contrario)

- 4) ¿Ha solicitado anteriormente algún servicio a un profesional o empresa externa de construcción?
- (Si su respuesta es "No" a la pregunta 9 y siguientes)
- a) Si
 - b) No
- Especifique su respuesta _____

5) ¿Cuál es la condición en la que solicita servicio de construcción?

(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- a) Servicio no profesional independiente
- b) Servicio profesional independiente
- c) Servicio profesional dependiente a una empresa privada
- d) Servicio profesional dependiente a una institución pública
- e) Otro servicio no señalado anteriormente

Especifique: _____

6) ¿Cuánto tiempo viene relacionándose con los servicios de construcción?

- a) Menor de 06 meses
- b) Mayor de 06 meses y menor de 01 año
- c) Mayor de 01 año y menor de 05 años
- d) Mayor de 05 años

7) ¿Qué tipos de servicios viene solicitando?

(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- a) Servicios de Construcción
- b) Supervisión (dirección) de obras de construcción
- c) Alquiler de maquinarias de construcción
- d) Servicio de laboratorio de ensayos de materiales
- e) Servicio de laboratorio de ensayos de concreto
- f) Servicio de laboratorio de ensayos de mecánica de suelos
- g) Servicio de laboratorio de ensayos de asfalto
- h) Otros servicios no señaladas anteriormente

Especifique: _____

8) ¿En qué áreas viene solicitando los servicios de construcción?

(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

- a) Energía
- b) Minería
- c) Desarrollo Vial
- d) Saneamiento Básico
- e) Infraestructura
- f) Consultoría de obras
- g) Contratista
- h) Residencia de obras
- i) Supervisión de obras
- j) Otros áreas no señaladas anteriormente

Especifique: _____

9) ¿Se encuentra satisfecho con los servicios prestados que solicito últimamente?

a) Satisfecho

b) Insatisfecho

10) ¿Ha escuchado alguna vez sobre la empresa Alea?

(Si su respuesta es "No", pasar solo a la pregunta 14)

a) Si

b) No

11) ¿Cómo se enteró del servicio que presta la empresa Alea?

(Puede marcar con una X más de una opción de respuesta)

c) No tenía conocimiento sobre la empresa Alea

d) Publicidad electrónica

e) Publicidad física (volantes)

f) Recomendación de otros profesionales y/o empresas

g) Otros medios no señalados anteriormente

Especifique: _____

12) ¿Considera oportuno que la empresa Alea preste sus servicios en la región Lambayeque con expansión en las demás regiones del país?

a) Si

b) No

13) Si su respuesta anterior es afirmativa, ¿En qué grado considera que la Empresa Alea contribuirá al desarrollo de la construcción?

a) Alto

b) Medio

c) Bajo

SOBRE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y CALIDAD DE SERVICIO

Conocimiento de que la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. cuente con una planificación estratégica en la calidad de sus servicios.

(Marcar con una X solo una opción de respuesta)

14) ¿Conoce qué es planificación estratégica?

(Si su respuesta es "No" Fin de encuesta)

e) Si

f) No

15) ¿Conoce si la Empresa Alea cuenta con una planificación estratégica en el desarrollo de sus servicios?

(Si su respuesta es "No" Fin de encuesta)

a) Si

b) No

16) ¿Considera oportuno que la Empresa Alea cuente con una planificación estratégica para el desarrollo de sus servicios?

a) Si

b) No

Gracias por su colaboración

C. Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Tipo y diseño de la investigación	Población y muestra
Plan Estratégico para la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.	¿Cómo se puede mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. Lambayeque?	O. General	La implementación del Plan Estratégico permitirá Mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. ubicado en la región Lambayeque, para el periodo 2018 al 2021.	Independiente	V. Independiente	Tipo de investigación	Población
		Elaborar el Plan Estratégico para Mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L. Lambayeque.		Plan Estratégico.	Esquema del Plan Estratégico	No experimental	Clientes actuales y potenciales, dedicados al rubro de la construcción, que solicitan el servicio de laboratorio especializado en el desarrollo de ensayos de materiales, concreto, mecánica de suelos y asfalto, en la región Lambayeque y regiones aledañas. N = infinita
					Visión, Misión y Valores Corporativos		
					Unidades Estratégicas de Negocio		
					Análisis del Entorno		
					Análisis Interno	Propositiva	
					Análisis DAFO		
					Análisis CAME		
					Definición de Negocio	Mixta	
					Estrategia Corporativa		
					Estrategia Competitiva		
		Estrategia Funcional					
		Diseño de la Organización					
		Planes de Acción					
		O. Específicos		Dependiente	V. Dependiente	Diseño de investigación	Muestra
		1) Diagnosticar el estado actual de la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.		Calidad del Servicio	Apariencia de las instalaciones físicas	$\begin{matrix} T_1 & T_2 \\ M & O & P & R & E \end{matrix}$	n0 = 52 clientes (entre actuales y potenciales) – Muestreo no probabilístico
		2) Identificar los factores influyentes en la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.			Equipos		
		3) Diseñar el Plan Estratégico para Mejorar la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.			Personal		
		4) Estimar los Resultados que generará la implementación del Plan Estratégico en la Calidad del Servicio de la Empresa Alea Laboratorio de Ingeniería Civil E.I.R.L.			Materiales de comunicación		
					Habilidad para ejecutar el servicio de forma fiable y cuidadosa		
Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio							
Conocimiento mostrado por los empleados							
Atención mostrada por los empleados							
Habilidades para inspirar credibilidad y confianza							

D. Constancia emitida por la institución que autoriza la realización de la investigación



**LABORATORIO DE INGENIERIA
CIVIL E.I.R.L.**
Especialidad en Suelo - Pavimento y Afirmado.

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

EL GERENTE DE LA EMPRESA AEA LABORATORIO DE
INGENIERIA CIVIL E.I.R.L. SUSCRIBE:

CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN

Que el Sr. PEDRO RAMÓN PATAZCA ROJAS, identificado con DNI. N.º 45902345, MAESTRANTE del programa de ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA de la escuela de POSGRADO UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – CHICLAYO, con registro universitario N.º 1000128462. Se encuentra AUTORIZADO para realizar su proyecto de investigación titulado “PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA AEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. LAMBAYEQUE, 2018 – 2021.” dentro de nuestra empresa.

Se expide el presente documento a la parte interesada para los fines que crea conveniente.

Chiclayo, 19 de julio del 2017.


LABORATORIO DE INGENIERIA CIVIL E.I.R.L.
Segundo D. Galarreta Vera
GERENTE

Av. Las Américas Nro. 271 - San Francisco - Chiclayo
Calle Junín N° 354 - San Francisco - Chiclayo
Telf.: 074-637248 Rpm: #979438766 / #956678141
aealaboratorio@gmail.com

E. Consulta RUC de la empresa

18/7/2017

Consulta RUC: versión Imprimible

CONSULTA RUC: 20601049059 - ALEA LABORATORIO DE INGENIERIA CIVIL E.I.R.L.			
Número de RUC:	20601049059 - ALEA LABORATORIO DE INGENIERIA CIVIL E.I.R.L.		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	01/03/2016	Fecha Inicio de Actividades:	01/03/2016
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. LAS AMERICAS NRO. 271 P.J. SAN FRANCISCO LAMBAYEQUE - CHICLAYO - CHICLAYO		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 9609 - OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS PERSONALES N.C.P.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

**G. PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CALIDAD
DEL SERVICIO DE LA EMPRESA ALEA
LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL
E.I.R.L. LAMBAYEQUE.**

INDICE DE CONTENIDO:

- 1.1. PRESENTACIÓN
- 1.2. OBJETIVO GENERAL
- 1.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES INSTITUCIONALES
 - 1.3.1. MISIÓN
 - 1.3.2. VISIÓN
 - 1.3.3. VALORES INSTITUCIONALES
- 1.4. ANÁLISIS DEL ENTORNO
 - 1.4.1. ANÁLISIS EXTERNO
 - 1.4.2. ANÁLISIS INTERNO
 - 1.4.2.1 Análisis de los elementos que conforman la calidad del servicio al cliente
 - 1.4.2.2. Análisis del Cuadro Pictórico de la satisfacción del cliente en la empresa.
- 1.5. Análisis FODA
- 1.6. Muestra de matriz de evaluación de factores externos (MATRIZ EFE)
- 1.7. Muestra de una matriz de evaluación de factores internos matriz EFI
- 1.8. Matriz cruzada de opciones estratégicas
- 1.9 Análisis CAME
- 1.10. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR
- 1.11. ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS
 - 1.11.1. IDENTIFICACIÓN DEL NEGOCIO
 - 1.11.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
- 1.12. ESTRATEGIAS, ACTIVIDADES Y METAS
- 1.13. RESUMEN DE ACTIVIDADES / PRESUPUESTO
- 1.14. RESULTADOS ESTIMADOS
- 1.15. REFERENCIAS

INDICE DE TABLAS

- Figura a. Análisis de la problemática actual
- Figura b: Análisis CAME
- Figura c. Análisis de la cadena de valor

INDICE DE FIGURAS

- Tabla A: Factores de Éxito EFE
- Tabla B: Factores de éxito EFI
- Tabla C: Matriz cruzada de opciones estratégicas
- Tabla D: Establecimientos de Estratégias y metas y objetivos estratégicos
- Tabla E: Presupuesto

PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. LAMBAYEQUE, 2018 - 2021

1.1. Presentación

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) con fecha 01 de marzo del 2016, RUC N.º 20601049059 y dirección de domicilio fiscal en la Av. Las Américas Nro. 271 P.J. San Francisco Lambayeque - Chiclayo – Chiclayo; y registrada en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, 2017) con expediente N° 0689110-2016, para los servicios de Construcción, supervisión (dirección) de obras de construcción, y alquiler de maquinarias de construcción.

El presente Plan Estratégico ayudará a que los líderes a plasmar la dirección que le quieren dar a la empresa, y cuando este plan es transmitido hacia toda la organización, ésta generará sinergias en todo el personal para la obtención de sus objetivos. Asimismo, este plan ayuda a que cada trabajador sepa hacia a donde se quiere ir y se comprometa con ese destino. En ese sentido el objetivo primordial de la estrategia es elevar la fidelización de los clientes.

1.2. Objetivo General

Trazar un mapa para la empresa ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L, que señale los pasos para alcanzar nuestra visión. Convertir los proyectos en acciones (tendencias, metas, objetivos, reglas, verificación y resultados), en el rubro de la construcción.

1.3. Misión, Visión y valores institucionales

1.3.1. Misión

Ofrecer un servicio de laboratorio especializado en el desarrollo de ensayos de materiales, contando con personal altamente calificado, moderna infraestructura y una sólida organización, en el rubro de la construcción.

1.3.2. Visión

Liderar la región norte en el rubro de los servicios de Laboratorio especializado en el desarrollo de ensayos de materiales.

1.3.3. Valores institucionales

- Trabajo honesto, responsable y creativo
- Servicio
- Confidencialidad y transparencia de la información.
- Respeto mutuo entre empresa -cliente

1.4. Análisis del entorno

1.4.1. Análisis externo

1.4.1.1. Perspectivas internacionales

Las malas condiciones climáticas en los Estados Unidos, la crisis en Ucrania, el restablecimiento del equilibrio en China, los disturbios políticos en varias economías de ingresos medianos, el lento avance en las reformas estructurales y las limitaciones en materia de capacidad son factores que contribuyen a que 2014 sea el tercer año consecutivo con un crecimiento inferior al 5% para el conjunto de países en desarrollo. (Le Herald, 2014)

Según el Banco Mundial (2014), en el informe “Baja proyecciones para perspectivas de la economía mundial e insta a países en desarrollo a impulsar sus reformas internas”, presenta las siguientes cifras:

“Las tasas de crecimiento en el mundo en desarrollo se mantienen excesivamente modestas para crear el tipo de empleo necesario que se requiere para mejorar las vidas del 40 % más pobre”, dijo Jim Yong Kim, presidente del Grupo del Banco Mundial. “Claramente, los países deben avanzar más rápido e invertir más en sus reformas estructurales internas para lograr que el crecimiento económico de base amplia llegue a los niveles necesarios para terminar con la pobreza extrema en esta generación”.

El Banco ha revisado sus proyecciones a la baja para los países en desarrollo y ahora apunta a un crecimiento de 4,8 % este año, bastante inferior a sus estimaciones de 5,3 % realizadas en enero. Sin embargo, hay indicios que sugieren un fortalecimiento de 5,4 % y 5,5 % en 2015 y 2016, respectivamente. Se espera que China crezca un 7,6 % este año, pero esto dependerá del éxito que tengan los esfuerzos relacionados con el restablecimiento del equilibrio. Si se presenta una caída abrupta, las repercusiones se sentirán intensamente en todo el continente asiático.

A pesar de las debilidades observadas en el primer trimestre en los Estados Unidos, la recuperación de los países de ingresos altos está cobrando impulso y se prevé que estas economías crecerán un 1,9 % en 2014, para acelerarse a 2,4 % en 2015 y 2,5 % en 2016. La zona del euro, en tanto, se ampliaría en un 1,1 % este año y la economía de los Estados Unidos, que se contrajo en el primer trimestre debido a las malas condiciones climáticas, se expandiría en 2,1 % (inferior a la predicción anterior de 2,8 %) en el mismo lapso.

Se proyecta que la economía mundial se recuperará a medida que avance el año y crezca un 2,8 % este año, para consolidarse en 3,4 % y 3,5 % en 2015 y 2016, respectivamente¹. Las economías de ingresos altos contribuirán con cerca de la mitad del crecimiento mundial este año, a diferencia de lo que ocurrió en 2013, cuando aportaron menos del 40 %.

La aceleración de las economías de ingresos altos dará un ímpetu importante a los países en desarrollo. Se estima que dichas economías inyectarán US\$6.300 billones adicionales a la demanda mundial en los próximos tres años, lo que significa un aumento considerable con respecto a los US\$3.900 billones que contribuyeron durante los últimos tres años y supera los aportes previstos de parte de los países en desarrollo.

Los riesgos financieros a corto plazo son menos apremiantes, en parte debido a que el peligro de deterioro de la situación se ha materializado sin generar grandes conmociones y que los ajustes económicos en el último año han reducido las vulnerabilidades. El déficit en cuenta corriente de algunas de las economías más afectadas durante 2013 y comienzos de 2014 ha disminuido y los flujos de capital hacia los países en desarrollo han repuntado. El rendimiento por concepto de bonos de los países en desarrollo se ha reducido y las bolsas de valores se han recuperado; en algunos casos, incluso han superado los niveles de principios de año, aunque en muchos casos se mantienen más bajos que el año pasado (y por un margen significativo).

Los mercados se mantienen inestables y las especulaciones respecto del momento exacto y la magnitud de los futuros cambios en las políticas a nivel macro en las naciones de ingresos altos podrían crear nuevos episodios de volatilidad. Por otra parte, todavía persisten las vulnerabilidades en varios países donde la inflación alta se combina con déficit en cuenta corriente (Brasil, Sudáfrica y Turquía). El riesgo que se corre es que la reciente flexibilización de las condiciones financieras internacionales incremente nuevamente el crecimiento del crédito y el déficit en cuenta corriente.

“La solidez financiera de las economías ha mejorado. Con la excepción de China y Rusia, las bolsas de valores han funcionado bien en las economías emergentes, particularmente en India e Indonesia. Pero todavía no podemos cantar victoria. Se espera una restricción gradual de las políticas fiscales y de las reformas estructurales para restaurar el espacio fiscal mermado por la crisis financiera de 2008. En resumen, ahora es el momento de prepararse para una próxima crisis”, señaló Kaushik Basu, vicepresidente superior y economista principal del Banco Mundial

Los presupuestos de las naciones en desarrollo se han deteriorado significativamente desde 2007. En casi la mitad de los países en desarrollo, el déficit fiscal es superior al 3% del PIB, mientras que las relaciones deuda-PIB han aumentado en más de 10 puntos porcentuales desde 2007. Es necesario que las políticas fiscales se vuelvan más restrictivas en los países que aún mantienen un déficit elevado, dentro de los cuales se encuentran Ghana, India, Kenia, Malasia y Sudáfrica.

Por otra parte, para mantener el rápido crecimiento de los ingresos, es necesario impulsar la agenda de reformas estructurales (que se ha frenado en los últimos años) en muchos países en desarrollo.

“Será crucial que se gaste en forma más inteligente en vez de aumentar los gastos. Las dificultades en materia de energía e infraestructura, mercado laboral y ambiente empresarial en muchas de las grandes economías de ingresos medianos están frenando el crecimiento del PIB y de la productividad. La reforma de los subsidios es una posible instancia para generar dinero y así aumentar la calidad de las inversiones públicas en capital humano e infraestructura física”, señaló Andrew Burns, principal autor del informe.

Aspectos regionales destacados:

Según el Banco Mundial (2014), en el informe “Baja proyecciones para perspectivas de la economía mundial e insta a países en desarrollo a impulsar sus reformas internas”, presenta las siguientes cifras:

En Asia oriental y el Pacífico, 2013 marcó otro año de crecimiento anual modesto, debido principalmente al ajuste interno dirigido a abordar los desequilibrios acumulados durante los años de expansión impulsada por el crédito. El ajuste ha continuado durante 2014, con un crecimiento real de los préstamos que se ha moderado a tasas de menos de dos dígitos, particularmente en China, Malasia e Indonesia. Las perspectivas para la región apuntan a una leve disminución del crecimiento de 7,2 % en 2013 a alrededor de 7,0 % en 2016, unos 2 puntos porcentuales menos que en los años de auge que precedieron a la crisis, pero más bien en línea con el potencial. Se espera que el crecimiento en China disminuya gradualmente de 7,6 % en 2014 a 7,4 % en 2016 como reflejo de un sostenido restablecimiento del equilibrio. Las proyecciones indican que el crecimiento regional (sin incluir a China) se consolidará de un 5,0 % aproximado este año a 5,5 % en 2016 debido al fortalecimiento de la demanda externa, la reducción del freno al crecimiento causado por la situación política que se vive en Tailandia y la flexibilización del ajuste interno en otros lugares.

Los países en desarrollo de Europa y Asia central mantuvieron una recuperación modesta en el primer trimestre de 2014, a pesar de las dificultades provocadas por las turbulencias financieras y la situación de Ucrania. El producto industrial experimentó una aceleración impulsada por el aumento de las exportaciones a la zona del euro. En Asia central, la magra expansión de Rusia (un importante socio comercial y fuente de remesas), la disminución de los precios de metales y minerales y las restricciones en materia de capacidad interna han retrasado el crecimiento en 2014. En general, se cree que la situación que vive Ucrania ha reducido en un punto porcentual la expansión entre los países de ingresos

medios y bajos de la región. Mientras este efecto pasa, se espera que el producto aumente levemente de un 2,4 % en 2014 (3,6 % en 2013) a 3,7 % y 4 % en 2015 y 2016, respectivamente. Por otra parte, el crecimiento de Rusia, que ha pasado a ser un país de ingresos altos, será apenas positivo (0,5 %) en 2014, para subir a 1,5 % y 2,2 % en 2015 y 2016, respectivamente.

La actividad en América Latina y el Caribe ha sido floja como resultado de la estabilización o caída de los precios de los productos básicos, el menor crecimiento del PIB de los Estados Unidos en el primer trimestre y los problemas internos. El debilitamiento regional se mantiene desde el año 2013 y perjudica las exportaciones de bienes de varios países. Los datos actualizados de Argentina, Brasil, México y Perú para el primer trimestre son deficientes debido a una variedad de influencias, dentro de las cuales se incluye la disminución del PIB de los Estados Unidos relacionada con las condiciones climáticas, el reciente aumento de impuestos en México y la desaceleración en China. En cambio, se espera que Bolivia y Panamá crezcan en más de 5 % este año. Se proyecta, asimismo, que las exportaciones regionales, incluidas los ingresos por concepto de turismo en el Caribe, se consoliden debido al mayor crecimiento en los países más avanzados y a mejoras en la competitividad luego de la depreciación de varias monedas ocurrida previamente. Esto, junto con el sólido y sostenido crecimiento de las inversiones a lo largo de la costa del Pacífico de Sudamérica y las fuertes afluencias de capital, genera un modesto aumento de 1,9 % del PIB regional en 2014 que se aceleraría a 2,9 % en 2015 y 3,5 % en 2016. Se prevé que Brasil, la economía más grande de la región, se ampliará este año en 1,5 %, lo cual es inferior a lo esperado, pero se fortalecerá a 2,7 % y 3,1 % en 2015 y 2016, respectivamente.

Se espera el fortalecimiento gradual del crecimiento en los países en desarrollo del Oriente Medio y Norte de África, pero manteniéndose débil durante el periodo previsto después de la contracción de 0,1 % en 2013. En países importadores de petróleo, la actividad económica se está estabilizando. Las exportaciones en varias economías del Mediterráneo están repuntando debido a la recuperación de la zona del euro. Aunque la actividad ha vuelto a subir en

Egipto a partir de niveles bajos, los efectos colaterales del conflicto en Siria siguen deprimiendo las actividades, las exportaciones y los estados de ánimo en el Líbano. En los países en desarrollo exportadores de petróleo de la región, el producto muestra señales de fortalecimiento luego de las perturbaciones previas, en particular en Iraq. Sin embargo, la producción agregada se mantiene bajo el promedio de 2013. Las perspectivas para la región son inciertas y están sujetas a una diversidad de riesgos internos relacionados con la inestabilidad política y las políticas inciertas. Se espera que el crecimiento en los países en desarrollo de la región repunte gradualmente a un 1,9 % en 2014 y a 3,6 % y a 3,5 % en 2015 y 2016, respectivamente, ayudado por el repunte en la producción del petróleo entre los países exportadores y una modesta recuperación entre las economías que lo importan.

Las estimaciones indican que la expansión del PIB en Asia meridional se redujo a un 4,7 % en términos de precios de mercado durante el año calendario 2013 (2,6 puntos porcentuales menos que el promedio en 2013-2012). Este debilitamiento refleja principalmente una baja en la actividad fabril y una fuerte desaceleración en el aumento de las inversiones en India. Se estima que el crecimiento en Pakistán se ha mantenido en general estable pese a la contracción fiscal, pero que sigue estando muy por debajo del promedio regional debido en parte a las dificultades relacionadas con el suministro de energía y las incertidumbres en materia de seguridad. La consolidación del crecimiento mundial y el repunte modesto de la actividad industrial deberían ayudar a aumentar el crecimiento de Asia meridional a un 5,3 % en 2014, para luego aumentar a 5,9 % en 2015 y 6,3 % en 2016. La mayor parte de la aceleración está localizada en India gracias al incremento gradual de la inversión interna y al aumento de la demanda mundial. Las proyecciones suponen que se implementan las reformas para flexibilizar las restricciones por el lado de la oferta (especialmente en energía e infraestructura) y mejora la productividad laboral, continúa la consolidación fiscal y se mantiene una orientación confiable en las políticas monetarias. Se espera que el crecimiento de India alcance un 5,5 % en el ejercicio de 2014-2015 y se acelere a 6,3 % en 2015-2016 y 6,6 % en 2016-2017.

En África al sur del Sahara, la fuerte demanda doméstica sustentó el crecimiento del PIB de 3,6 % en 2012 a 4,7 % en 2013. El agregado regional estuvo deprimido debido a un débil 1,9 % de crecimiento en Sudáfrica por causa de limitaciones estructurales, relaciones laborales tensas y una baja confianza de consumidores e inversionistas. Sin incluir a Sudáfrica, el crecimiento regional promedio del PIB alcanzó un 6,0 % en 2013. El déficit en cuenta corriente y fiscal aumentó en toda la región como resultado de un alto gasto público, la sostenida caída en los precios de los productos básicos y un sólido crecimiento de las importaciones. Las perspectivas a mediano plazo de la región siguen siendo favorables y se predice una expansión del PIB más bien estable en torno al 4,7 % en 2014 antes de aumentar moderadamente a un 5,1 % en 2015 y 2016 gracias a la consolidación de la demanda externa y de las inversiones en recursos naturales, infraestructura y producción agrícola. Se espera un crecimiento particularmente sólido en África oriental ayudado por los flujos de inversión extranjera directa para recursos submarinos de gas natural en Tanzania y la incipiente producción de petróleo en Uganda y Kenia. Aunque el crecimiento en África meridional seguirá siendo moderado, se fortalecerá modestamente en Angola y seguirá siendo sólido en Nigeria, la economía más grande de la región.

1.4.1.2. Perspectiva nacional

De acuerdo con la publicación “Economía del Perú crecería 5.2% en el 2014, según informe de Latín Focus” en el portal del diario Gestión (2014) manifiesta lo siguiente:

Según el último reporte de Latín Focus Consensus Forecast, la economía peruana crecerá 5.2% este año, lo que significa 0.2 puntos porcentuales menos que lo estimado en un sondeo anterior, pero mantiene una expectativa de 5.6% para el próximo año. Indicó que el Producto Bruto Interno (PBI) del Perú creció 4.8% en el primer trimestre del año, impulsado por el aumento de la demanda interna, lo cual compensa los efectos de la desaceleración del sector externo.

En abril, las exportaciones peruanas registraron por segundo mes consecutivo una caída de dos dígitos, mientras que la balanza comercial obtuvo un déficit récord de US\$ 861 millones. “Mirando los datos a futuro sugieren que la economía peruana puede seguir debilitándose. En mayo la confianza del consumidor perdió lo ganado en el mes anterior y la confianza empresarial ha registrado un ligero descenso”, según el reporte. En materia de inflación, el reporte de Latín Focus señala que el indicador anualizado subió de 3.5% en abril a 3.6% en mayo, por lo que el Banco Central de Reserva (BCR) decidió mantener la tasa de interés de referencia en 4% en su reunión de política monetaria de junio. Al respecto, los panelistas ven la inflación a fin de año en 2.9% en el 2014, nivel que refleja un aumento de 0.4 puntos porcentuales con relación al estimado anterior, La inflación para el 2015 será de 2.5%.

Sector Construcción para el 2017

Según el INEI (2017), el sector construcción sumó dos meses de crecimiento consecutivo en julio: Camino a la solidificación. El PBI del sector construcción aumentó 3.8% anual durante julio y sumó dos meses de crecimiento consecutivo, informó el INEI. Por otro lado, según datos adelantados de agosto, el consumo interno de cemento se habría expandido a un ritmo de 3.52% anual, informó el INEI. El crecimiento de julio se refleja en el mayor consumo interno de cemento (1.41%) y el avance de la inversión en obras públicas (11.1%). En junio, el sector construcción anotó un avance de 3.49% por mayor consumo interno de cemento y el avance físico de obras, luego de registrar 10 meses de caídas consecutivas (agosto del 2016, 1.1%). Por otro lado, el consumo interno de cemento "se incrementa en 3.52% en el mes de agosto el 2017", indicó Aníbal Sánchez, jefe del INEI, en base a indicadores adelantados. Otro indicador adelantado es el de la producción del sector Electricidad, el cual habría crecido 2% interanual durante agosto. Además, el sector hidrocarburos se contrajo 0.47% en agosto, pese del crecimiento de la producción de petróleo crudo en 19.42%. Los indicadores que empujaron a la baja al sector fueron los de la producción de líquidos de gas natural (-5.97%) y el de producción de gas natural en (-6.87%).

1.4.2. Análisis interno

1.4.2.1 Análisis de los elementos que conforman la calidad del servicio al cliente

1. El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el servicio que adquirió.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.
- Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente"

2. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- Promesas que ofrecen los competidores.

La empresa debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra. Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente situación que es atribuible a las actividades de mercadotecnia (en especial, de la publicidad y las ventas personales). En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

3. Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o

proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

1.4.2.2. Análisis del Cuadro Pictórico de la satisfacción del cliente en la empresa.

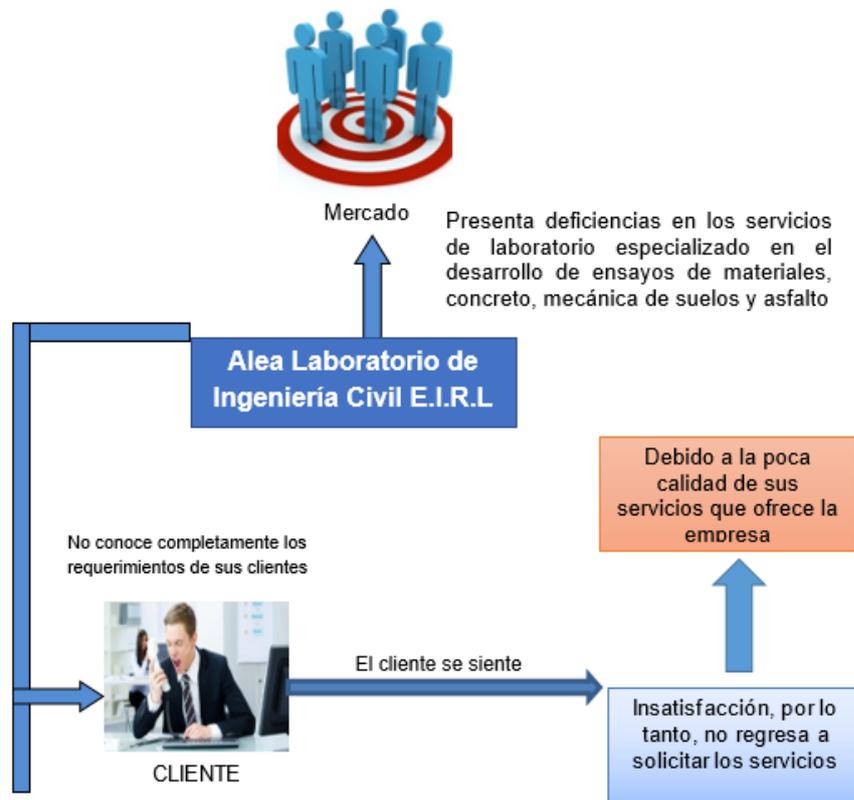


Figura a. Análisis de la problemática actual

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se puede observar la situación actual de la empresa ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. y relación con los clientes, como existe calidad en sus servicios que ofrece, es por ello por lo que se necesita mejorar o aplicar estrategias que permitan mejorar los procesos de la empresa y así ofrecer un mejor servicio.

1.5. Análisis FODA

Fortalezas

- 1) Moderna y amplia infraestructura
- 2) Experiencia en el rubro
- 3) Cartera de clientes establecida
- 4) Sólida organización
- 5) Personal altamente capacitado
- 6) Modernos equipos de laboratorio de ensayo de materiales
- 7) Diversidad de servicios de acuerdo a la necesidad
- 8) Amplias oficinas de trabajo

Debilidades

- 1) No existe seguimiento de post venta.
- 2) No hay un módulo de atención al cliente
- 3) Ausencia de fiabilidad, capacidad de respuesta,
- 4) No se tiene un sistema de información acerca del cliente
- 5) Muestra insuficiencia en cuanto a seguridad y empatía hacia el cliente
- 6) Ausencia de promociones
- 7) No tiene página web
- 8) Bajas ventas
- 9) Bajos pedidos

Amenazas

- 1) Competidores con mayor capacidad y experiencia
- 2) Políticas económicas inadecuadas
- 3) Desempleo
- 4) Inflación
- 5) Accidentes, siniestros, robos

Oportunidades

- 1) Identificar las necesidades no satisfechas de los clientes.
- 2) Diseñar una página web
- 3) Conocer nuestros principales competidores
- 4) Falta de estrategias para mejorar fuerza de ventas de servicios en el mercado (radial tv, internet, redes sociales)
- 5) Captar clientes potenciales insatisfechos
- 6) Alianzas estratégicas con otros laboratorios
- 7) Aprovechar el boom de la construcción
- 8) Campañas de publicidad y promoción

1.6. Muestra de matriz de evaluación de factores externos (MATRIZ EFE)

Valores para el peso relativo:

El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito.

0.0 = no es importante.

1.0 = muy importante.

Calificación: Alto=3; Medio=2 Bajo=1

Tabla A: Factores de Éxito EFE

FACTORES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
AMENAZAS			
1 Competidores con mayor capacidad y experiencia	0.07	2	0.14
2 Políticas económicas inadecuadas	0.18	3	0.54
3 Desempleo	0.19	3	0.57
4 Inflación	0.1	2	0.2
5 Accidentes, siniestros, robos	0.05	3	0.15
Total Amenazas	0.59		1.6
OPORTUNIDADES			
1 Identificar las necesidades no satisfechas de los clientes.	0.065	2	0.13
2 Diseñar una página web	0.07	3	0.21
3 Conocer nuestros principales competidores	0.13	3	0.39
4 Falta de estrategias para mejorar la fuerza de ventas de productos en el mercado tv, internet, redes sociales)	0.15	2	0.3
5 Captar clientes potenciales insatisfechos	0.15	3	0.45
6 Alianzas estratégicas con otros laboratorios	0.11	3	0.33
7 Aprovechar el boom de la construcción	0.1	2	0.2
8 Campañas de publicidad y promoción	0.1	3	0.3
Total Oportunidades	0.875		2.31
Total	1.465		3.91

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El ponderado de las amenazas es menor (1.6) al de las oportunidades (2.31), por lo tanto, la capacidad externa es alentadora, de esta manera se concluye que la De la empresa ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. Debe aprovechar al máximo sus oportunidades.

1.7. Muestra de una matriz de evaluación de factores internos matriz EFI Valores para el peso relativo:

El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito

0.0 = no es importante. 1.0 = muy importante.

Calificación: Alto=3; Medio=2 Bajo=1

Tabla B: Factores de éxito EFI

FACTORES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Moderna y amplia infraestructura	0.06	3	0.18
2. Experiencia en el rubro	0.05	2	0.1
3. Cartera de clientes establecida	0.06	3	0.18
4. Sólida organización	0.06	3	0.18
5. Personal altamente capacitado	0.12	2	0.24
6. Modernos equipos de laboratorio	0.16	3	0.48
7. Diversidad de servicios de acuerdo a la necesidad	0.13	3	0.39
8. Amplias oficinas de trabajo	0.05	2	0.1
Total Fortalezas	0.69		1.85
DEBILIDADES			
1. No existe seguimiento de post venta.	0.12	3	0.36
2. No hay un módulo de atención al cliente	0.13	3	0.39
3. Ausencia de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía	0.06	3	0.18
4. No se tiene un sistema de información acerca del cliente	0.05	3	0.15
5. Muestra insuficiencia en cuanto a seguridad y empatía hacia el cliente.	0.08	3	0.24
6. Ausencia de promociones	0.06	3	0.18
7. No tiene página web	0.13	3	0.39
8. No se conoce los nuevos estilos de vida del cliente	0.14	3	0.42
9. Bajas ventas	0.05	3	0.15
10. Bajos pedidos	0.06	3	0.18
Total Debilidad	0.88		2.64
TOTAL	1.57		4.49

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se aprecia que el ponderado de las debilidades es mayor (1.85) al de las fortalezas (2.64), por lo tanto, la capacidad interna es negativa, de esta manera se concluye que la De la empresa ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. Debe aprovechar al máximo sus fortalezas y desarrollar estrategias para disminuir sus debilidades.

1.8. Matriz cruzada de opciones estratégicas

Tabla C: Matriz cruzada de opciones estratégicas

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Moderna y amplia infraestructura	1. No existe seguimiento de post venta.
	2. Experiencia en el rubro	4. No se tiene un sistema de información acerca del cliente
	3. Cartera de clientes establecida	6. Ausencia de promociones
	4. Sólida organización	7. No tiene página web
OPORTUNIDADES	FO	DO
2 Identificar servicios sustitutos en el mercado	Promociones estratégicamente innovadoras para la promoción de nuestros productos	Creación de un módulo atención al cliente para escuchar sus demandas o necesidades insatisfechas
3 Conocer nuestros principales competidores	Desarrollas un Sistema de información que permita conocer los productos más vendidos en el mercado	Desarrollar sistemas de Call Center, Redes Sociales y un sistema de Email para estar en constante comunicación
4 Conocer la mayor fuerza de ventas de productos en el mercado	Crear sistema de información al cliente haciendo uso de recursos tecnológicos: redes sociales, Call center, correo, etc.	Desarrollar un sistema de registro web del cliente para conocer sus datos y preferencias
5 Identificar el desarrollo demanda existente en el mercado	Creación de un módulo atención al cliente para escuchar sus demandas o necesidades insatisfechas.	Desarrolla un sistema de Información para conocer la evolución de los precios de mercado.
AMENAZAS	FA	DA
1 Competidores con mayor capacidad y experiencia	Creación de un módulo atención al cliente para escuchar sus demandas o necesidades insatisfechas	Programa de capacitación de ventas
2 Políticas económicas inadecuadas	Rotación de cargos periódicamente para tener una organización dinámica	Sistema de información interno y externo de la situación del mercado actual.
3 Desempleo	Programa de promotores de productos y servicios	Programa de promociones mediante promotores.
4 Inflación	Promociones estratégicamente innovadoras para la promoción de nuestros productos	Establecer estrategias de costos para combatir la inflación

Fuente: Elaboración propia

1.9. Análisis CAME

Análisis CAME

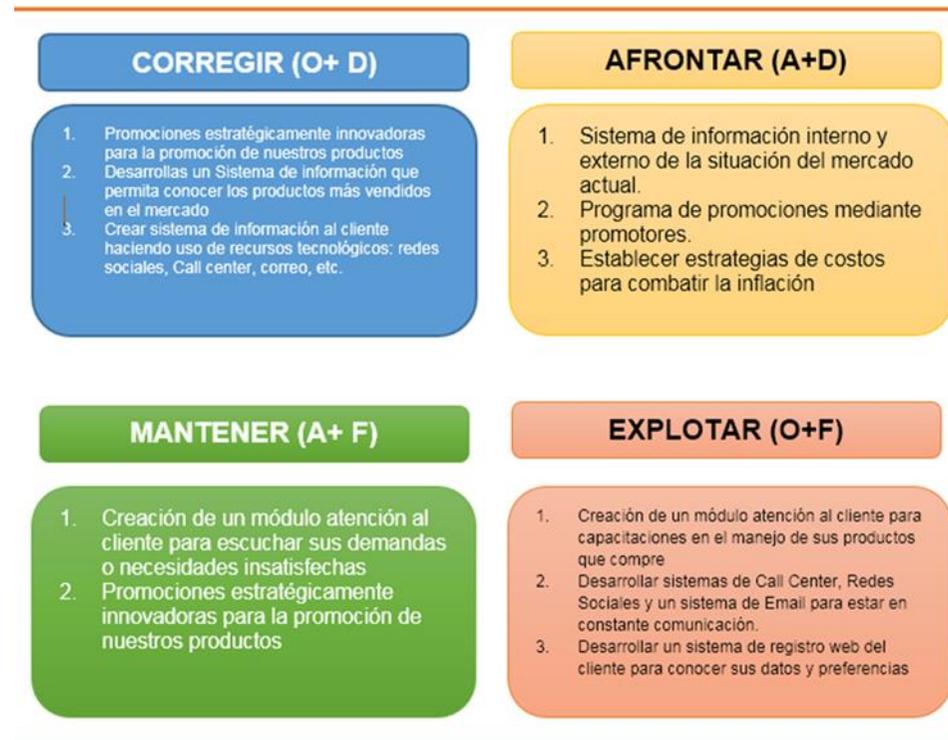


Figura b: Análisis CAME

Fuente: Elaboración propia

1.10. Análisis de la cadena de valor

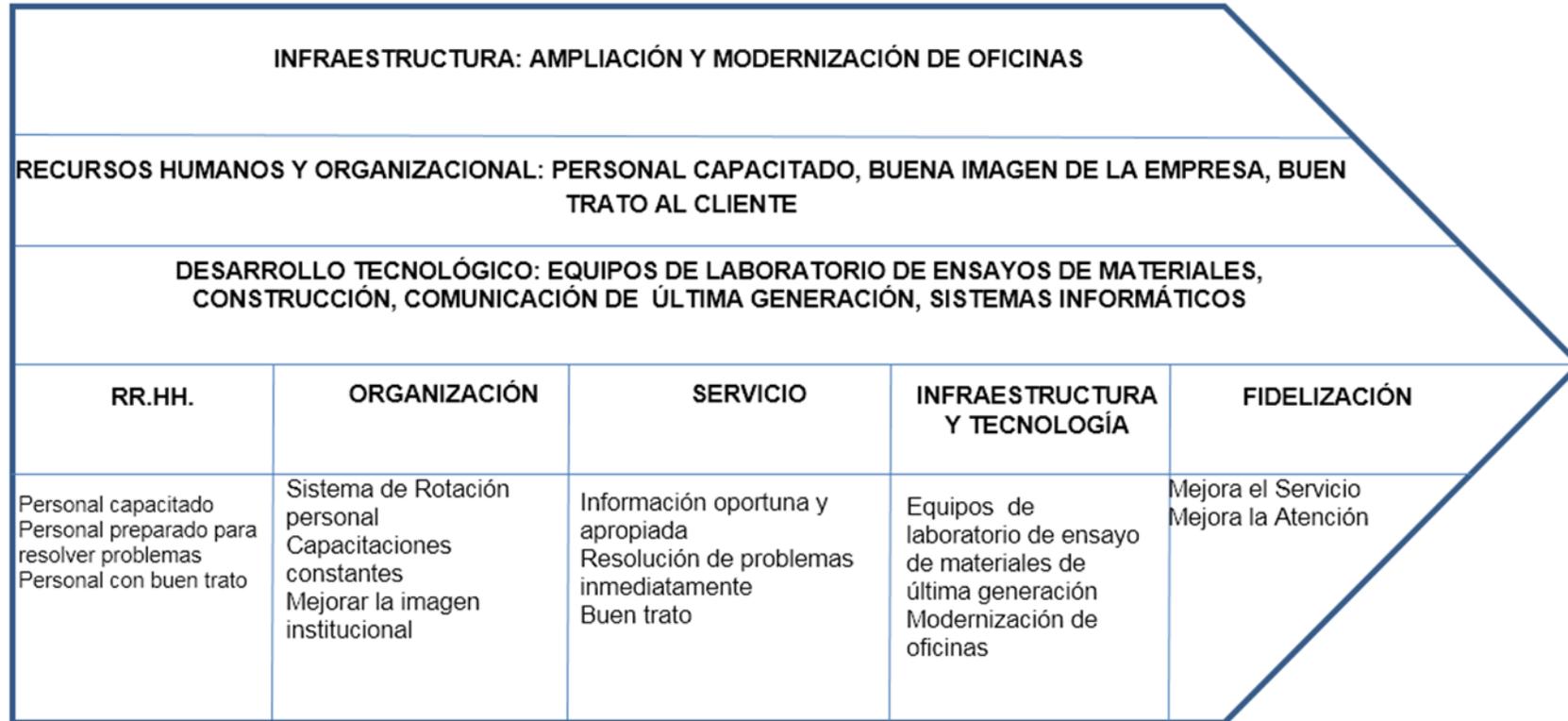


Figura c. Análisis de la cadena de valor

Fuente: Elaboración propia

1.11. Elección de estrategias

1.11.1. Identificación del negocio

La empresa ALEA LABORATORIO DE INGENIERÍA CIVIL E.I.R.L. desarrolla su actividad principal enfocado en el servicio de laboratorio especializado en el desarrollo de ensayos de materiales, concreto, mecánica de suelos y asfalto.

1.11.2. Objetivos estratégicos

Los objetivos se derivan del análisis estratégico del FODA, y la Empresa debe dar atención preferencial en el horizonte de planificación.

1.11.3. Específicos

Área Recursos Humanos

- Realizar capacitaciones
- Aplicar sistema de rotación de personal
- Contratación de personal selecto

Infraestructura, sistema y comunicaciones

- Mejoramiento de ensayos de materiales, concreto, mecánica de suelos y asfalto.
- Implementación tecnológica para el desarrollo de actividades de oficina
- Ampliación y modernización de infraestructura de oficinas

Área de Marketing

- Capacitación en atención al cliente
- Programas de mejoramiento de imagen institucional

1.12. Estrategias, actividades y metas

Tabla D: Establecimientos de Estrategias y metas y objetivos estratégicos

ESTRATÉGICOS	ACTIVIDADES	METAS	PRESUPUESTO	OBJETIVO
Creación de un módulo de atención personalizada al cliente para enseñarle los diversos servicios que la empresa ofrece.	Crear un área especializada para atender al cliente.	Solucionar sus problemas y necesidades en un 80%	750.00	Cliente atendido
Desarrollar sistemas de Call Center, Redes Sociales y un sistema de Email para estar en constante comunicación.	Desarrollo de Tecnologías de Información: Central telefónica, Página web, cuenta Facebook	70% de comunicación mejorada con el cliente	5,000.00	Cliente muy bien informado
Desarrollar un sistema de registro web del cliente para conocer sus datos y preferencias.	Diseño de página web para registro de clientes y sus preferencias	80% de clientes registrados, de esta manera se tiene información valiosa del cliente	3,000.00	Eficiente seguimiento al cliente
Desarrolla un sistema de Información para conocer los servicios y estrategias de los competidores más cercanos	Desarrollo de Tecnologías de Información, creación de una base de datos para el registro de la evolución del comportamiento del precio en el mercado	100% de información sobre la evolución de los precios del mercado	1,500.00	Conocimiento para tener los mejores precios para nuestros clientes
Promociones innovadoras de los servicios que superen la competencia.	Diseño de promociones innovadoras los fines de semana.	15% de incremento en los pedidos	2,000.00	Eficiente abastecimiento de pedidos del cliente
Desarrollas un Sistema de información que permita conocer los productos más vendidos en el mercado	Desarrollo de Tecnologías de Información, creación de una base de datos, para el registro de los productos más vendidos	Trabajo en equipo	500.00	Eficiente servicio al cliente
Crear sistema de información al cliente haciendo uso de recursos tecnológicos: redes sociales, Call center, correo, etc.	Desarrollo de Tecnologías de Información: Central telefónica, Página web, cuenta Facebook	100% de clientes escuchados	3,000.00	Eficiente servicio de atención al cliente
		TOTAL-→	S/. 15,750.00	

Fuente: Elaboración propia.

1.13. Resumen de actividades / Presupuesto

Tabla E: Presupuesto

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
Crear un área especializada para atender al cliente.	750.00
Crear un área especializada para atender al cliente.	750.00
Desarrollo de Tecnologías de Información: Central telefónica, Página web, cuenta Facebook	5,000.00
Diseño de página web para registro de clientes y sus preferencias	3,000.00
Desarrollo de Tecnologías de Información, creación de una base de datos para el registro de la evolución de precios en el mercado	1,500.00
Diseño de promociones innovadoras los fines de semana.	2,000.00
Desarrollo de Tecnologías de Información, creación de una base de datos, para el registro de los productos más vendidos	500.00
Desarrollo de Tecnologías de Información: Central telefónica, Página web, cuenta Facebook	3,000.00
TOTAL-→	S/. 15,750.00

Fuente: Elaboración propia.

Descripción:

Se observa que las actividades que más presupuesto necesitan son Desarrollo de Tecnologías de Información: Central telefónica, Página web, cuenta Facebook y el Diseño de página web para registro de clientes y sus preferencias.

1.14. Resultados Estimados

- Solucionar sus problemas y necesidades en un 80%
- 70% de comunicación mejorada con el cliente
- 80% de clientes registrados, de esta manera se tiene información valiosa del cliente
- 100% de información sobre la evolución de los precios del mercado
- 15% de incremento en los pedidos
- Mejoramiento del Trabajo en equipo
- 100% de clientes escuchados

1.15. Referencias

Banco Mundial. (10 de junio de 2014). Banco Mundial baja proyecciones para perspectivas de la economía mundial e insta a países en desarrollo a impulsar sus reformas internas.

Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2014/06/10/wb-lowers-projections-global-economic-outlook-developing-countries-domestic-reforms>

Gestión. (17 de junio de 2014). Economía del Perú crecería 5.2% en el 2014, según informe de Latín Focus. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/economia-peru-creceria-5-2-2014-informe-latin-focus-63226>

INEI, I. (15 de octubre de 2017). INEI: Sector construcción sumó dos meses de crecimiento consecutivo en julio. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/inei-sector-construccion-sumo-dos-meses-crecimiento-consecutivo-julio-143627>

Le Herald. (15 de enero de 2014). Banco Mundial insta a países en desarrollo a impulsar reformas internas. Obtenido de

<http://www.elheraldo.hn/especiales/eleccionesgenerales2013/718058-332/poco-crecimiento-econ%C3%B3mico-mundial-golpear%C3%A1-a-exportadores-hondure%C3%B1os>