



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Planeamiento estratégico y calidad del servicio al cliente en
la empresa Melaminorte EIRL, 2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS MBA

AUTOR:

Br. Guzmán Antúnez Román Patricio

ASESOR:

Mgr. Flores Sotelo Willian Sebastián

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección

PERÚ – 2017

Página del jurado

Dr. Rodolfo Talledo Reyes
Presidente

Dr. José Perales Vidarte
Secretario

Mgtr. Willian Flores Sotelo
Vocal

Dedicatoria

A mi Esposa, hijos y nietos, quienes son el impulso que motiva los esfuerzos para concretizar todos mis proyectos.

Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo por brindarme la oportunidad de ampliar el conocimiento científico y hacer posible una concretización de mis anhelos. Al profesor Willian Flores por su apoyo y conocimiento para el desarrollo de la tesis.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Guzmán Antúnez Román Patricio, estudiante del Programa de Maestría en Administración de negocios MBA de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo sede Lima, identificado con DNI n.º 15676903, respectivamente, con la tesis titulada *Planeamiento estratégico y calidad del servicio al cliente en la empresa Melaminorte EIRL, 2016*, presentado en 96 folios para la obtención del grado académico de magister en Administración de Negocios declaro bajo juramento que es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 02 de marzo de 2017

Br. Guzmán Antúnez Román Patricio

DNI n.º 15676903

Presentación

Señores miembros del jurado calificador

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, pongo a vuestra consideración la evaluación de la tesis *Planeamiento estratégico y calidad del servicio al cliente en la empresa Melaminorte EIRL, 2016*, elaborada con el propósito de obtener el grado académico de magíster en Administración de negocios MBA.

En el presente trabajo, se estudia la relación del *Planeamiento Estratégico y Calidad del Servicio en la empresa Melaminorte EIRL, 2016*. El estudio comprende los siguientes capítulos: el capítulo I se refiere a la introducción; el capítulo II se refiere al Marco metodológico; El capítulo III, describe resultados; el capítulo IV se refiere a la discusión; el capítulo V a las conclusiones; el capítulo VI a las recomendaciones. Por último, el capítulo VII menciona las referencias bibliográficas y los anexos respectivos.

Espero la valoración que corresponda a la presente investigación así como me dispongo a atender las observaciones y sugerencias formuladas, las mismas que permitirán su enriquecimiento, lo que redundará en beneficio de la empresa.

Los Olivos, 02 de marzo 2017

El autor

Lista de contenidos

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Lista de contenido	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	14
1.1. Antecedentes	15
1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística	21
1.2.1. Variable 1: Planeamiento estratégico	21
1.2.2. Variable 2: Calidad de servicio al cliente	31
1.3. Justificación	41
1.4. Problema general	42
1.5. Hipótesis	45
1.6. Objetivos	46
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO	48
2.1. Variables	49
2.2. Operacionalización de las variables	50
2.3. Metodología	54
2.4. Tipo de estudio	54
2.5. Diseño de investigación	54
2.6. Población, muestra y muestreo	55
2.7. Criterios de selección	55
2.8. Técnicas e instrumentos recolección de datos	56

2.9. Validez y confiabilidad	61
2.10. Métodos de análisis de datos	62
2.11. Aspectos éticos	63
CAPÍTULO III: RESULTADOS	64
3.1. Análisis descriptivo de los resultados	65
3.2. Análisis inferencial de los resultados	70
CAPITULO IV: DISCUSIÓN	74
CAPITULO V: CONCLUSIONES	78
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	80
CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
ANEXOS	90
Matriz de consistencia	91
Matriz de datos	92
Base de datos de las variables	94
Cuestionario Planeamiento estratégico	96
Cuestionario Calidad der servicio	98

Lista de tablas

Tabla 1.	<i>Aporte de principales autores de planeamiento estratégico</i>	27
Tabla 2.	<i>Aporte de principales autores de calidad de servicio</i>	37
Tabla 3.	<i>Cantidad de Ítems por dimensiones: Variable (1) planeamiento estratégico</i>	51
Tabla 4	<i>Escala de medición: Variable (1) planeamiento estratégico</i>	51
Tabla 5	<i>Variables, dimensiones e indicadores: Variable (1) Planeamiento estratégico</i>	52
Tabla 6.	<i>Cantidad de Ítems por dimensiones - Variable (2) calidad del servicio al cliente</i>	52
Tabla 7	<i>Escala de medición: Variable (2) calidad del servicio al cliente</i>	53
Tabla 8.	<i>Variables, dimensiones e indicadores: Variable (2) calidad del servicio al cliente</i>	53
Tabla 9	<i>Escala de medición: Variable (1) Planeamiento estratégico</i>	57
Tabla 10.	<i>Planeamiento estratégico –Índices de Baremación</i>	57
Tabla 11	<i>Niveles de las dimensiones de la variable (1) Planeamiento estratégico</i>	58
Tabla 12	<i>Consolidado de Niveles de las dimensiones de la variable (1) Planeamiento Estratégico</i>	58
Tabla 13.	<i>Escala de medición y rangos: Variable (2) calidad del servicio al cliente</i>	59
Tabla 14.	<i>Niveles de Variable 2: calidad del servicio al cliente</i>	59
Tabla 15.	<i>Niveles de las dimensiones de la Variable (2) calidad del servicio</i>	60
Tabla 16.	<i>Consolidado de Niveles de las dimensiones de la Variable 2: calidad del servicio al cliente</i>	60
Tabla 17	<i>Alfa de Cronbach: Variable (1) Planeamiento estratégico</i>	61
Tabla 18.	<i>Alfa de Cronbach: Variable (Y) calidad del servicio al cliente</i>	62
Tabla 19.	<i>Descripción de los Niveles de los Planeamiento estratégico</i>	65
Tabla 20.	<i>Descripción de los Niveles de la calidad del servicio al cliente</i>	67

- Tabla 21. *Coeficiente de correlación de Spearman entre las variables planeamiento estratégico y calidad del servicio al cliente* 70
- Tabla 22. *Coeficiente de correlación de Spearman entre la Formulación de estrategias y calidad del servicio al cliente* 71
- Tabla 23. *Coeficiente de correlación de Spearman entre la Dimensión implementación de estrategias y calidad del servicio al cliente.* 72
- Tabla 24. *Coeficiente de correlación de Spearman entre la Evaluación de estrategias y calidad del servicio al cliente* 73

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i>	Modelo integral de administración estratégica	25
<i>Figura 2.</i>	Matriz producto -Mercado	26
<i>Figura 3.</i>	Diagrama de las cinco fuerzas de Porter	27
<i>Figura 4</i>	Modelos de deficiencias Gaps	40
<i>Figura 5.</i>	Diseño de la investigación	55
<i>Figura 6.</i>	Niveles del planeamiento estratégico por dimensiones	65
<i>Figura 7.</i>	Niveles de la calidad del servicio al cliente	68

Resumen

La presente tesis se titula “Planeamiento Estratégico y Calidad del Servicio al cliente en la empresa Melaminorte EIRL, 2016”. El objetivo general fue determinar la relación entre Planeamiento Estratégico y Calidad del Servicio al cliente en la empresa Melaminorte EIRL, 2016.

Con respecto a la metodología, la investigación se realizó bajo el esquema del método hipotético deductivo. El tipo aplicado en este estudio fue correlacional, ya que su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que existe entre las dos variables (Planeamiento Estratégico y Calidad del Servicio). El diseño fue no experimental de forma Transeccional-correlacional. La población estuvo conformada por 42 clientes de la empresa Melaminorte Lima, 2016. Para la recolección de información, se utilizó la técnica de la encuesta.

La conclusión a la que llegó la presente investigación fue la existencia de una correlación baja entre la variable Planeamiento Estratégico y Calidad del Servicio al cliente de la empresa Melaminorte EIRL, 2016. La relación confirma un buen Planeamiento Estratégico y una excelente calidad del servicio al cliente.

Palabras claves: Planeamiento Estratégico, Calidad del Servicio y Cliente.

Abstract

This thesis is entitled "Strategic planning and quality of customer service in the company Melaminorte EIRL, 2016". The general objective was to determine the relationship between strategic planning and the quality of customer service at Melaminorte EIRL, 2016.

With respect to the methodology, the research was carried out under the scheme of the deductive hypothetical method. The type applied in this study was correlational, since its purpose is to know the relationship or degree of association that exists between the two variables (strategic planning and quality of service). The design was non - experimental in a transactional - correlational manner. The sample consisted of 42 clients of Melaminorte Lima, 2016. For the collection of information, the survey technique was used and to collect the data of both variables.

The conclusion reached by the investigation was the existence of a moderate correlation between the variable Strategic Planning and the quality of the customer service of the company Melaminorte EIRL, 2016. The relationship confirms a good strategic planning confirms a quality of the service to the client.

Keywords: Strategic Planning, Quality of Service and Customer.