



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Planificación estratégica y su relación con la calidad de servicio de la
mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Rojas Navarro, Pamela Antuane (ORCID: 0000-0002-4965-3753)

ASESOR:

Dr. Mori Paredes, Manuel Alberto (ORCID: 0000-0002-9687-492X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y comercio internacional

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

Le dedico la presente investigación a mi madre, a mi padre, a mis hermanos y a mis abuelos, ya que ellos son mi motor y mi motivo en mi realización académica.

Agradecimiento

Agradezco a Dios y a mis padres por el amor, la bendición y el apoyo incondicional que me brindan día a día para mi realización como profesional y finalmente a nuestro asesor del trabajo de investigación.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	11
3.2 Variables y operacionalización	12
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5 Procedimientos	15
3.6 Método de análisis de datos	16
3.7 Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN	22
VI. CONCLUSIONES	25
VII. RECOMENDACIONES	26
REFERENCIAS	27
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 01. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1 y V2.....	17
Tabla 02. Correlación V1 y V2.....	17
Tabla 03. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1D1 y V2.....	18
Tabla 04. Correlación V1D1 y V2.....	18
Tabla 05. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1D2 y V2.....	19
Tabla 06. Correlación V1D2 y V2.....	20
Tabla 07. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1D3 y V2.....	20
Tabla 08. Correlación V1D3 y V2.....	21

Índice de gráficos y figuras

Figura 01. Fórmula de tamaño de muestra.....	14
--	----

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre planificación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020. La investigación es de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal, correlacional. Se consideró como población a los clientes de la mype NR Arquitectos SAC y se tomó una muestra representativa del tipo aleatorio simple de 10 clientes. La técnica que se aplicó fue la encuesta y el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario, el cual fue medido mediante la escala de Likert. Se comprobó la fiabilidad del instrumento a través del Alfa de Cronbach, el instrumento estuvo compuesto de 18 preguntas por variable y obtuvo una confiabilidad de ,955 y ,945 respectivamente. Los resultados se obtuvieron con el sistema SPSS, a través de este se demostró el grado de correlación de la primera variable con la segunda obteniendo un coeficiente de ,970. Se concluyó que, la herramienta de planeación estratégica ayudará a la empresa NR Arquitectos SAC distrito La Victoria a alcanzar la calidad de su servicio.

Palabras claves: Planificación estratégica, calidad de servicio, formulación estratégica, implementación estratégica y evaluación estratégica.

Abstract

The objective of this study was to determine the relationship between strategic planning and the quality of service of the mype NR Arquitectos SAC district La Victoria, year 2020. The research is quantitative in focus, with a non-experimental, cross-sectional, correlational design. The clients of the mype NR Arquitectos SAC were considered as the population and a representative sample of the simple random type of 10 clients was taken. The technique used was the survey and the instrument for data collection was the questionnaire, which was measured using the Likert scale. The reliability of the instrument was verified through Cronbach's Alpha, the instrument was composed of 18 questions per variable and obtained a reliability of .955 and .945 respectively. The results were obtained with the SPSS system, through this the degree of correlation of the first variable with the second was demonstrated, obtaining a coefficient of .970. It was concluded that the strategic planning tool will help the company NR Arquitectos SAC, La Victoria district, to achieve the quality of its service.

Keywords: Strategic planning, service quality, strategic formulation, strategic implementation and strategic evaluation.

I. INTRODUCCIÓN

Muchas de las mypes peruanas que han salido al mercado a emprender, han terminado desapareciendo en un corto plazo. Debido a diferentes motivos como la dura competencia del mercado, la poca preparación para afrontar problemas que se les presenten, no satisficieron la necesidad del cliente, etc. Para este problema tan común en el país existe una herramienta que desconocen muchos de los micro o pequeños empresarios, llamada planificación estratégica, que puede ayudar a enfrentar futuros problemas que se les presenten y a mejorar su calidad de servicio, debido que el satisfacer al cliente es difícil, pero no imposible.

En la reseña de Córdova (2016) sobre la investigación desarrollada en el estado de New York de Block, Joern, Kohn, Miller y Ullrich nos mencionaron que se realizó un estudio en la cual se tomó a 4568 empresas alemanas, las cuales se les determinó como emprendedores por necesidad (EPN). Este estudio muestra que muchos de los EPN entrevistados no aplicaban la planeación estratégica porque no contaban con tiempo y con capital suficiente para poder llevar a cabo las estrategias en un largo plazo. Por esa razón, en este estudio se dio a notar que estas EPN recurren a otras estrategias, la más utilizada es la reducción de costos con la cual pudieron crecer y compensar esa necesidad que tenían al crear su empresa. Sin embargo, se vio una limitación en la innovación porque no aplican otra estrategia a parte de la mencionada y eso afectaría a su calidad de servicio, debido a que el cliente espera algo más del servicio conocido.

En América Latina, los países aplicaban diferentes tipos de planificaciones. En el estudio de Rengifo (2017), se observó los tipos de planificación que utilizan los países de Latinoamérica y el Caribe. En promedio lo aplicaban entre 6.3% a 25%. La investigación muestra una evolución de los tipos de planeación que han usado los países, en el cual a comienzos de 1980 a 1990, Costa Rica es el único país donde lo aplican, los siguientes diez años lo aplican Costa Rica, Venezuela y Argentina, y así sucesivamente hasta tenerlo como la segunda planificación más utilizada por los países latinoamericanos. También concluye que los países latinoamericanos aplican diferentes tipos de planificación para administrar los países de una manera más eficaz. En el Perú, existe un problema con el crecimiento de las mypes, muchas de ellas no logran alcanzar la sostenibilidad deseada del

negocio, se quedan a mitad de camino cuando se dan cuenta que necesitan estrategias para combatir a la competencia y mejorar la calidad de su servicio.

Lo antes sostenido es concordante con el artículo de Rocca, García y Durendez (2016), nos mencionaron que los factores internos que más destacan en la limitación del desarrollo de las mypes peruanas es no contar con tanto capital, el tener escasa capacidad de personal y el poco conocimiento que pueda tener el gerente sobre la gestión empresarial. Se tomó una muestra de 94 mypes para decidir las causas asociadas al éxito de las mypes peruanas. En el análisis dividen a las mypes en dos grupos. Uno de mayor rendimiento y el otro de bajo rendimiento, en el cual se aprecia que el 71.7% del grupo de mayor rendimiento aplica el plan estratégico y el grupo de bajo rendimiento 58.8% es el cual no aplica esta herramienta de gestión.

En Lima, las mypes desconocen los beneficios que un plan estratégico puede traerles desde definir los valores organizacionales de la empresa hasta llevar un cronograma de actividades para gestionar mejor la empresa. Es más, en el plan nacional de competitividad elaborada por el ministerio de producción (2011) nos indicaron que en la capital se concentra un gran número de Mypes (48.58%). La visión que planteo es que al 2021 las mypes apliquen procesos de plan estratégicos y operativos para así obtener mejores resultados en la calidad. Hay un gran porcentaje de limeños que tienen presente la calidad de servicio. Según el diario Gestión (2019), este factor influye un 60% en la compra de un limeño. También JL Consultores lo consideran como un aspecto importante que se les brinda a los clientes porque casi el 71% de ellos no regresan si tienen una mala experiencia en su compra. Es esencial tener en cuenta todos los aspectos de nuestra empresa, tanto interno como externo, que puedan afectar a la calidad final.

La empresa NR Arquitectos SAC ubicada en la provincia de Lima y el distrito de La Victoria, como cualquier empresa busca destacarse de la competencia, ofreciendo el diseño y ejecución de proyectos de arquitectura residencial, comercial, corporativa e institucional. Además, desea alcanzar la calidad en su servicio aplicando la herramienta de planeación estratégica. Por ello, el problema general formulado será ¿Qué relación existe entre planificación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020? Asimismo,

como problemas específicos ¿Qué relación existe entre formulación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020? ¿Qué relación existe entre implementación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020? ¿Qué relación existe entre evaluación estratégica y la calidad de servicio la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020?

La justificación desde el punto de vista social, favorecerá no solo a la mype NR Arquitectos SAC, sino también a las demás mypes peruanas a tener mayor conocimiento sobre cómo aplicar la herramienta planeación estratégica y a los consumidores que se verán beneficiados con la mejora en la calidad de los diseños y ejecuciones de los proyectos de arquitectura que soliciten. García y Coronado (2018) en su artículo científico sobre el planeamiento estratégico aplicado a las micro y pequeñas empresas en Lima explica que beneficiará a un importante sector poblacional porque servirá para orientar acciones y políticas de apoyo al crecimiento y desarrollo de las mypes.

Desde el punto de vista práctico, ayudará a la microempresa a tener una visión más clara de cómo se encuentra su empresa y a plantear e implementar estrategias para tener una ventaja competitiva sobre la competencia mejorando así la oferta para sus clientes. Además, con la investigación se pretende que la micro empresa pueda lograr la internacionalización en un futuro cercano, ya que hoy por hoy la mype no tiene los conocimientos suficientes para ofrecer su servicio al exterior y el plan estratégico es una herramienta que también puede implementarse para evaluar el mercado internacional. El mismo autor en su artículo científico menciona que tiene una implicancia práctica porque aporta una solución a los diferentes problemas de tipo empresarial de las MYPES. Asimismo, Quintila, Camacho y Segura (2019) en su artículo sobre calidad de servicio para una mype chocolatera explican que con su investigación buscan que la aplicación de un modelo de medición de servicios oriente a las compañías a seguir con una cultura de calidad. Con la investigación no solo se busca que apliquen la herramienta, sino que les sirva de guía para que actúen de manera eficaz ante las limitaciones que tengan.

Desde el punto de vista metodológico, el cuestionario realizado para la recolección de datos cuenta con algunas preguntas que están validadas para el sector de

negocios y arquitectura, por lo que servirá a futuros trabajos en la parte metodológica de una investigación científica.

El objetivo general planteado será determinar la relación que existe entre planificación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020. De igual manera, como objetivos específicos. Determinar la relación que existe entre formulación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020. Determinar la relación que existe implementación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020. Determinar la relación que existe evaluación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020.

Respecto a la hipótesis, Sajjad (2016) expresa que da una solución a un problema basándose en un fundamento previo. En otras palabras, se realiza la suposición después de haber recaudado información sobre la investigación, ya que la formulación de la hipótesis se basa en dichos descubrimientos. La hipótesis general a plantear será: existe relación positiva entre planificación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020. De igual forma, como hipótesis específicas. Existe relación positiva entre formulación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020. Existe relación positiva entre implementación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020. Existe relación positiva entre evaluación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020.

II. MARCO TEÓRICO

En trabajos previos nacionales se tomaron las siguientes investigaciones:

Montalvo, *et al.* (2020) en su artículo titulado *calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado*. Tuvo como objetivo establecer la relación de su primera variable con la satisfacción del usuario. Fue un estudio cuantitativo, correlacional, no experimental y tomó a una población de 152 personas. Concluyo que si existe influencia de la primera variable con la segunda variable de estudio.

Velarde, *et al.* (2020) en su artículo titulado *calidad del servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016*. Tuvo como objetivo demostrar si existe correlación entre sus dos variables de estudio. Fue un estudio correccional, no experimental y su población fueron 297 consumidores que hayan adquirido productos en Lima. Se concluyó que si existe relación entre la calidad de servicio con su segunda variable.

Sánchez (2019), en su investigación titulada *planeamiento estratégico y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo, 2018*. Tuvo como objetivo determinar la planificación estratégica y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora. Fue un estudio descriptivo, correlacional y con un diseño no experimental. La población lo conformaron 40 laboradores del servicio de venta, considerados como clientes internos y el instrumento implementado fue un cuestionario diseñado por el investigador. El resultado obtenido fue que no existe correlación entre el plan estratégico y la calidad de servicio. Se concluyó que no existe una relación positiva entre la primera variable con la segunda variable.

Huallpa (2019), en su investigación titulada *Planeamiento estratégico y gestión de calidad de servicio educativo en las academias preuniversitarias del cercado de la ciudad de Juliaca – 2018*. Tuvo como objetivo determinar si el plan estratégico está siendo aplicado a la gestión de calidad de servicio educativo en las academias preuniversitarias. El estudio fue cuantitativo, no experimental y su población fueron 8 instituciones preuniversitarias. Tuvo como resultados que el 87.50% considera esencial aplicar un plan estratégico, pero las instituciones restantes no o consideran importante. Se concluyó que la mayoría de las academias estudiadas no aplican la planificación, sin embargo, lo consideran importante de tener en cuenta para la calidad de servicio educativo.

Alarcón (2018), en su investigación titulada *la planeación estratégica y su influencia en el desarrollo empresarial de las mypes de ciudad de Dios - SJM, 2018*. Tuvo como finalidad de investigación definir la influencia de la planificación estratégica en el desarrollo empresarial de las mypes. Fue un estudio de cuantitativo, nivel explicativo de corte transversal, se tomó como población a 60 mypes. El

instrumento empleado fue la encuesta, uno para cada variable la cual fue validada a través del Alfa de Cronbach. El principal resultado fue que la planificación estratégica tuvo una influencia positiva en la evolución de la empresa. Se concluyó que si existe influencia entre las dos variables de la investigación.

Morocho y Burgos (2018), en su artículo científico titulado *calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018*. Tuvo como finalidad definir la relación de sus dos variables de estudio de la empresa Alpecorp S.A. Fue un estudio correlacional no experimental, su técnica utilizada fue la encuesta con el método SERVQUAL y su población fueron 69 clientes de la compañía. Obtuvo como resultado una correlación de 0,821 por lo que concluyo que ambas variables de la compañía están significativamente relacionadas.

Obregón y Aquino (2016), en su artículo científico titulado *planeamiento estratégico y su relación con el clima organizacional en una institución pública peruana*. Tuvo como propósito precisar la relación que existe entre las dos variables en el personal administrativo de la institución. Fue un estudio de diseño no experimental correlacional, el instrumento fue un cuestionario con escala de Likert y su población fueron 228 personas y una muestra de 143 administrativos. Se concluyó que ambas variables tienen una relación significativa alta.

En trabajos previos internacionales se tomaron las siguientes investigaciones:

Asma y Majeed (2019) en su artículo científico titulado *el impacto de la planificación estratégica en los municipios palestinos sobre la calidad del servicio brindado a sus ciudadanos*. Tuvo como propósito análisis el impacto de la planificación estratégica en los municipios sobre la calidad del servicio brindado a la población. Fue un estudio de enfoque analítico descriptivo correlacional, tuvo como población a 120 empleados de la municipalidad de Jenin, la cual fue una muestra aleatoria y el instrumento aplicado fue el cuestionario. Se concluyó que la primera variable tiene un impacto positivo sobre la calidad de servicio prestado a la población.

Leyva, *et al.* (2018) en su artículo científico titulado *influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes*. Tuvo como objetivo determinar la influencia de la planificación estratégica sobre las capacidades gerenciales como elementos

internos que observan los empresarios. Fue un estudio tipo mixto, en el cual la primera etapa es un análisis con el método Delphi y el segundo es un análisis estadístico. La población de estudio fueron las pequeñas y medianas empresas asociada a la CANACO, los instrumentos implementados fueron un panel de discusión abierta y una encuesta. Los resultados fueron que los dos factores internos de las pymes tienen una influencia sobre su competencia empresarial. Se concluyó que la planificación estratégica y las habilidades gerenciales tienen una importancia en las pymes de la ciudad Hermosillo, Sonora que mediante estas dos variables se puede lograr la competitividad empresarial.

Jama (2018), en su investigación titulada *Efecto del tamaño de la empresa en la relación entre las dimensiones de planificación estratégica y el rendimiento de las empresas manufactureras en Kenia*. Tuvo como finalidad medir la relación entre las dimensiones de la planificación estratégica y el desempeño de las empresas manufactureras en Kenia y el efecto de la medida de la empresa sobre las dos variables estudiadas. Fue un estudio cuantitativo y cualitativo, se tomó como población a 191 empresas manufactureras, el instrumento empleado fue un cuestionario elaborado para los gerentes de las empresas. El resultado que se obtuvo fue que hay una relación directa entre las dimensiones de la planeación estratégica y el desempeño de las empresas, sin embargo, no se encontró que el tamaño de la empresa tenga algún efecto sobre estas dos variables. Se concluyó que la participación de los gerentes en la planificación estratégica es un factor importante porque mejoran el desempeño general de la empresa.

Gomera, *et al.* (2018), en su artículo científico titulado *relación entre planificación estratégica y desempeño financiero: el caso de las pequeñas, micro y medianas empresas en el área metropolitana de Buffalo City*. Tuvo como finalidad determinar la relación de la planeación estratégica con la segunda variable. Fue un estudio cuantitativo con un método de análisis de regresión y correlacional, la técnica que se utilizó es la encuesta tomando una muestra de 225 propietarios de pymes que operan en el área metropolitana de Buffalo City en la provincia de Eastern Cape en Sudáfrica. Se concluyó que la primera variable sí tiene una relación positiva sobre el desempeño financiero de las pequeñas y medianas empresas.

Romero (2016), en su artículo científico titulado *la planificación estratégica y su influencia en la calidad de la gestión educativa de la Universidad Técnica de Babahoyo*. Se tuvo como finalidad determinar la influencia de la planeación estratégica en la calidad de gestión en la institución en estudio. El tipo de investigación fue cuantitativa y descriptiva, se tomó a 263 personas como población entre ellos directivos, docentes y empleados. El instrumento implementado fue la encuesta con la escala Likert. El resultado obtenido fue que existe una relación del 86% entre las dos variables estudiadas. Se concluyó que la primera variable tuvo una influencia directa sobre la calidad de gestión de la universidad.

Suharto y Sulistiyono (2015), en su artículo científico titulado *la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor en la industria de los astilleros*. Tuvo como propósito determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en la industria de los astilleros. Tuvo un enfoque cuantitativo exploratorio, el método fue aleatorio simple, el instrumento aplicado fue cuestionario con escala Likert y se aplicó a la empresa de construcción Janata Marina Indah, un total de 36 encuestados. Se concluyó que la primera las dimensiones de la primera variable si tienen una influencia positiva sobre la segunda variable.

Wijetunge, y Pushpakumari (2014), en su artículo científico titulado *la relación entre la planificación estratégica y el desempeño empresarial: un estudio empírico de las pymes manufactureras en la provincia occidental de Sri Lanka*. Tuvo como finalidad analizar la relación entre planeación estratégica y el desempeño laboral de las pymes. Tuvo un estudio cuantitativo deductivo y correlacional. Tomó como población a 275 gerentes de las pymes en la provincia occidental y su instrumento fue el cuestionario. Sus resultados analizados concluyeron que existe una relación positiva entre las dos variables estudiadas.

Para teorías relacionadas la primera variable estudiada en esta investigación es la planificación estratégica. Esta variable es una de las herramientas aplicadas en las empresas para determinar sus objetivos y de acuerdo a eso, planificar estrategias. Según David (2013) explica que el realizar un plan es como jugar en la empresa y no será fácil ya que para alcanzar la victoria en tu juego deberán tomar una serie de decisiones y estrategias para vencer al oponente. Además, que todos los jugadores deberán estar comprometidos para poder lograr el triunfo. Una compañía

debe armar un buen plan estratégico con la ayuda tanto del gerente como de los trabajadores de la empresa. Esta variable presenta tres dimensiones: formulación, implementación y evaluación estratégica. Este autor manifiesta que la formulación estratégica involucra la visión, misión, análisis del entorno, objetivos y planeación de estrategias; la implementación estratégica involucra el establecer objetivos anuales y designar las labores que cada uno debe realizar para poder cumplir con las estrategias establecidas; y evaluación estratégica que involucra todo el control que se realiza una vez las estrategias sean implementadas. El autor establece tres indicadores en la primera dimensión: misión y visión, análisis del entorno y selección de estrategias; con las cuales pretende determinar las bases para una empresa, en esta parte se decide que nuevas estrategias pueden implementarse para obtener una ventaja sobre la competencia, a partir de estas decisiones tomadas se establecerá un compromiso a largo plazo de la empresa con los trabajadores, proveedores, etc. En la segunda, se establece: objetivos anuales, políticas y asignación de recursos; con el cual pretende comenzar a desarrollar las estrategias planteadas de la primera fase, en esta parte se ve lo que es el compromiso y disciplina de la empresa, y para lograr que estas estrategias se lleven a cabo estableció estos indicadores. Por último, los indicadores establecidos fueron: monitoreo, adaptación del análisis del entorno y toma de decisiones; en esta fase se da lo que es la evaluación de las estrategias si están funcionando o no, que ajustes se podrían realizar y volver a analizar el entorno externo e interno para así realizar las correcciones que se necesiten.

Asimismo, Ortega (como se citó en González y Rodríguez, 2019) expresó que su desarrollo fue claramente para definir los objetivos, formular y analizar las tácticas determinando todo el proceso a realizar para dar seguimiento al plan. Al establecer los objetivos de la empresa se procede a la siguiente etapa de la planeación que son la creación y evaluación de las estrategias que se van a implementar en la compañía. Estas estrategias requieren de la participación de todas las áreas y que sea una actividad constante porque no solo se crean estrategias una vez al año, el entorno externo de una empresa es muy cambiante e impredecible, se requiere de la supervisión y el compromiso de todos los participantes para que se puede lograr con éxito.

Por esta razón, Reis y Peña (2000) manifiestan que las empresas deben implementar estas estrategias para fijar una posición competitiva, ya que existe un mercado tan amplio con una ventaja limitada. Entonces las empresas deben identificar esos recursos que necesitan para cumplir con los requisitos del cliente a un nivel aceptable e implementar planes, políticas, programas y técnicas porque alcanzar la satisfacción del cliente se considera crucial en el proceso de la planeación estratégica.

Además, Sarmiento (2014) explicó que para participar en el mercado exterior con estrategias globales primero se debe tener una base, desarrollar un plan estratégico para tener en claro que actividades llevar a cabo para alcanzar así la internacionalización deseada. Es por ello, que se agregó un modelo de internacionalización para la micro empresa, tomando los pasos de internacionalización para el plan estratégico del artículo de Darling y Seristo (2004) como referencia, para que en un futuro cercano se exporte el servicio al mercado internacional. Para observar el modelo ir a anexo 1.

La segunda variable estudiada fue calidad de servicio. La calidad de servicio es lo que toda empresa busca alcanzar porque eso significa que se ha logrado las expectativas del cliente. Grönroos (como se citó en Valls, Román, Chica y Salgado, 2017) explica que es el efecto de todo un desarrollo de apreciación, también conocido como calidad de servicio recibida porque el consumidor compara el servicio que se le brinda con sus expectativas. En otras palabras, la calidad de servicio no solo se alcanza cuando se satisface al cliente, sino también cuando se brinda el servicio prometido, cuando se brinda un servicio no esperado o implícito y cuando se supera las expectativas del cliente. Esta variable presenta tres dimensiones: Confiabilidad, respuesta y empatía. Valls et al (2017) mencionan que la confiabilidad es la habilidad de brindar tu trabajo de una forma segura y responsable, la respuesta es la habilidad de otorgar un servicio rápido y la empatía es la atención cuidadosa y personalizada al cliente. En otras palabras, con la primera dimensión se establece dos indicadores: seguridad y responsabilidad; con el cuál se pretende medir si el cliente está recibiendo el servicio prometido de una forma segura y responsable. La segunda dimensión presenta los siguientes indicadores: rapidez y flexibilidad; con el cual se pretende determinar si el cliente

recibe un servicio rápido o en el tiempo que se promete y cuál es la respuesta de la empresa si el cliente realiza un cambio. La empatía presenta: atención personalizada e interés en el cliente; se da cuando los empleadores de una empresa muestran interés en brindar ayuda al consumidor y le brindan una atención particular, según las necesidades que presente.

De igual manera, Barber y Goodman (2011) manifiesta que es una brecha que existe entre las expectativas del consumidor con el servicio y la apreciación del real servicio que se le ha brindado. Es decir, es un espacio en donde se encuentra el valor que percibe el cliente y la esperanza que tienen de que el servicio solicitado sobrepase la necesidad que desea satisfacer.

Según Lovelock y Wirtz (2009) explican que son “evaluaciones cognitivas a largo plazo que hacen los clientes de la prestación del servicio de una empresa” (p. 627). Los clientes al solicitar un servicio esperan que cumpla con lo que ellos necesitan, como se comentó en el primer autor, no solo es la satisfacción que se puedan llevar sino también otras evaluaciones que lo define solamente el cliente.

Álvarez, et al. (2019) nos menciona que esta variable es compleja de definir porque existen muchos conceptos, uno de ellos es que se divide en dos visiones: uno objetivo que se puede interpretar como la visión interna de la empresa y otra subjetiva que se puede interpretar como la visión de los consumidores. Las definiciones citadas podrían decirse que tienen un enfoque más subjetivo del cliente, pero como menciona los autores es una variable que puede tomar diferentes significados según el punto de vista, si de la empresa que brinda el servicio o del cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

El tipo de investigación fue aplicada. Según el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC) (2018) una investigación es aplicada cuando la metodología o protocolo para resolver una necesidad se determina mediante la información científica. Asimismo, De Mello y Pedroso (2018) explicaron que el estudio comienza con una

problemática práctica que es resuelta mediante teorías. En la investigación se tomó fundamentos teóricos de libros, artículos científicos y tesis para probar la relación de las variables planificación estratégica y calidad de servicio. El enfoque fue cuantitativo. Los mismos autores indicaron que una investigación cuantitativa se caracteriza por analizar datos a través de las definiciones de distintas fuentes de información y variable medibles. La investigación buscó medir el grado de relación entre planificación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC, usando una herramienta estadística.

El diseño fue no experimental de corte transversal, correlacional. Salkind, (2010) indicó que este diseño describe a un grupo y analiza la población que va a tomar de muestra, ya que no se selecciona al azar y no modifica ninguna variable. La investigación al no manipular ninguna variable se consideró no experimental. También se consideró correlacional porque se quería probar que la primera variable planificación estratégica tendría relación significativa sobre la segunda variable calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC, año 2020.

3.2 Variables y operacionalización

Variable 1: Planificación estratégica

David (2013) explicó que el realizar un plan es como jugar en la empresa y no será fácil ya que para alcanzar la victoria en tu juego deberán tomar una serie de decisiones y estrategias para vencer al oponente. Además, que todos los jugadores deberán estar comprometidos para poder lograr el triunfo. Este autor estableció tres indicadores en la primera dimensión: misión y visión, análisis del entorno y selección de estrategias; con las cuales pretende determinar nuevas estrategias a implementar para obtener una ventaja sobre la competencia. En la segunda, se estableció: objetivos anuales, políticas y asignación de recursos; con el cual pretende comenzar a desarrollar las estrategias planteadas de la primera fase. Por último, en la tercera dimensión los indicadores establecidos fueron: monitoreo, adaptación del análisis del entorno y toma de decisiones; que pretende

ajustar las estrategias implementadas y volver a analizar el entorno externo e interno para así realizar las correcciones que se necesiten. En el anexo 2 se encuentra la operacionalización de la variable con su respectivo concepto, dimensiones e indicadores.

Variable 2: Calidad de servicio

Grönroos (como se citó en Valls, Román, Chica y Salgado, 2017) explicó que es el efecto de todo un desarrollo de apreciación, también conocido como calidad de servicio recibida porque el consumidor compara el servicio que se le brinda con sus expectativas. El mismo autor, en la primera dimensión estableció dos indicadores: seguridad y responsabilidad; con el cuál se pretende medir si el cliente está recibiendo el servicio prometido de una forma segura y responsable. La segunda dimensión presento los siguientes indicadores: rapidez y flexibilidad; con el cual se pretende determinar si el cliente recibe un servicio rápido o en el tiempo que se promete y cuál es la respuesta de la empresa si el cliente realiza un cambio. La empatía presento: atención personalizada e interés en el cliente; se da cuando los empleadores de una empresa muestran interés en brindar ayuda al consumidor y le brindar una atención particular, según las necesidades que presente. En el anexo 2 se encuentra la operacionalización de la variable con su respectivo concepto, dimensiones e indicadores.

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Arias, Villasís y Miranda (2016) expresaron que la población es un grupo, que no está conformado solo por personas sino también pueden estar conformados por animales, compañías, objetos, etc; con este conjunto se seleccionará la muestra que cumplan ciertas características predeterminadas. En esta investigación se consideró como población a los clientes de la mype NR Arquitectos SAC, los cuales están conformados por 10 empresas y personas naturales.

El muestreo del estudio fue probabilístico utilizando la siguiente expresión de estimación:

Figura 01: Fórmula de tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N es el tamaño de la población = 10

Z es el valor de la variable normal estándar = 1.96

p es el valor de la probabilidad favorable de la variable en estudio = 0.5

q es el valor de la probabilidad no favorable de la variable en estudio = 0.5

e es igual al error de precisión = 0.05

Reemplazando por los valores numéricos:

$$n = 1.96^2 (0.5)(0.5) * 10 / 0.05^2 * (10 - 1) + 1.96^2 * (0.5)(0.5)$$

$$n = 9.77 = 10$$

$$n = 10$$

Se estimó un tamaño de muestra igual a 10, configurando una muestra representativa del tipo aleatorio simple, dado de que proviene de la aplicación de la teoría del muestreo, sobre la población de origen abordada en el presente estudio. Otzen y Manterola (2017) expresaron que la técnica aleatorio simple asegura que todos los individuos pueden ser incluidos en la muestra. De igual forma, West (2016) mencionó que cada uno de los participantes tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra.

Unidad de análisis

Estuvo conformado por 10 clientes de la mype NR Arquitectos SAC, distrito La Victoria.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó en el estudio fue la encuesta, ya que se desea obtener información directamente de los clientes de la mype. Según Ponto (2015, como se citó en Maymone, et al., 2018) explicó que esta técnica recopila la información de la población con la finalidad de analizarlo y que pueden ser cuantitativos o cualitativos o una combinación de ambos.

El instrumento que se empleó en este estudio fue el cuestionario para recolectar los datos de los clientes. Taherdoost, (2016) afirmó que es la herramienta más utilizada porque proporciona la información relevante para el estudio, además de ser fiable y con validez.

El cuestionario empleado en el estudio, ha sido validado por 3 expertos en metodología de investigación científica. Los porcentajes que se obtuvieron en la validación fueron, en promedio, 80%. Según Pallant (2011, como se citó en Haradhan, 2017) es requerido para medir correctamente los conceptos del estudio y en el grado que los resultados sean veraces. (ver anexo 4)

La confiabilidad del instrumento se realizó a través del programa SPSS, con el propósito de hallar el coeficiente del Alfa de Cronbach de cada variable. Bolarinwa (2015) señaló que es el grado de los resultados obtenidos a través de una medición y procedimiento. (ver anexo 4)

3.5 Procedimientos

La fuente que se tomó en consideración para la recolección de datos fue la de campo. Los resultados del cuestionario fueron obtenidos de forma virtual debido a la coyuntura actual que está pasando el país. Mediante la mype NR Arquitectos SAC se le envió la encuesta a cada cliente.

3.6 Método de análisis de datos

Se aplicó el SPSS para realizar los gráficos y tablas con sus porcentajes. Con este programa estadístico se obtuvo la fiabilidad de nuestro instrumento el cuestionario, para así poder aplicarlo a nuestra población.

De acuerdo a la muestra tomada de la población, se realizó cálculos estadísticos aplicando un nivel de significancia de 0.05 ($p < 0.05$). El valor presentado indico que el 95% para seguridad y el 5% será un margen de error.

3.7 Aspectos éticos

El presente estudio no fue mostrado al público, debido a que así lo desea la microempresa. Además, se llevó a cabo dicha investigación para el progreso de la mype NR Arquitectos SAC en sus procedimientos, que puedan aplicar la herramienta estudiada y mejorar el servicio brindado a sus clientes. También, para la realización de la investigación se tuvo en cuenta todas las normas y estructuras del estudio. Además, que no se realizó ninguna manipulación de las variables de estudio.

IV. RESULTADOS

Prueba de hipótesis de normalidad entre V1 y V2

H0: Los datos analizados siguen la distribución normal

H1: Los datos no analizados no siguen la distribución normal

Tabla 01

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1 y V2

		V1	V2
N		10	10
Parámetros normales ^{a,b}	Media	74,10	66,60
	Desv. Desviación	9,255	11,047
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,162	,150
	Positivo	,162	,145
	Negativo	-,096	-,150
Estadístico de prueba		,162	,150
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Se infiere que las variables V1 y V2 siguen una distribución normal.

Prueba de hipótesis específica general:

H0: No existe correlación entre V1 y V2

H1: Existe correlación entre V1 y V2

Tabla 02

		V1	V2
V1	Correlación de Pearson	1	,970**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	10	10
V2	Correlación de Pearson	,970**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	10	10

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 02, señala un coeficiente de correlación de ,970, esto indica que hay una correlación significativa alta entre la primera variable y la segunda variable. Por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula y concluir que existe

asociación entre planificación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020.

Prueba de hipótesis de normalidad entre V1D1 y V2

H0: Los datos analizados siguen la distribución normal

H1: Los datos no analizados no siguen la distribución normal

Tabla 03

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1D1 y V2

		V1D1	V2
N		10	10
Parámetros normales ^{a,b}	Media	23,80	66,60
	Desv. Desviación	2,860	11,047
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,210	,150
	Positivo	,210	,145
	Negativo	-,092	-,150
Estadístico de prueba		,210	,150
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Se infiere que las variables V1D1 y V2 siguen una distribución normal.

Prueba de hipótesis específica número 1:

H0: No existe correlación entre V1D1 y V2

H1: Existe correlación entre V1D1 y V2

Tabla 04

Correlación V1D1 y V2

		V1D1	V2
V1D1	Correlación de Pearson	1	,831**

	Sig. (bilateral)		,003
	N	10	10
V2	Correlación de Pearson	,831**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	10	10

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 04, señala un coeficiente de correlación de ,831, esto indica que hay una correlación significativa alta entre la dimensión de la primera variable y la segunda variable. Por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula y concluir que existe relación entre formulación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020.

Prueba de hipótesis de normalidad entre V1D2 y V2

H0: Los datos analizados siguen la distribución normal

H1: Los datos no analizados no siguen la distribución normal

Tabla 05

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1D2 y V2

		V1D2	V2
N		10	10
Parámetros normales ^{a,b}	Media	25,10	66,60
	Desv. Desviación	3,725	11,047
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,195	,150
	Positivo	,148	,145
	Negativo	-,195	-,150
Estadístico de prueba		,195	,150
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Se infiere que las variables V1D2 y V2 siguen una distribución normal.

Prueba de hipótesis específica número 2:

H0: No existe correlación entre V1D2 y V2

H1: Existe correlación entre V1D2 y V2

Tabla 06

<i>Correlación V1D2 y V2</i>			
		V1D2	V2
V1D2	Correlación de Pearson	1	,933**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	10	10
V2	Correlación de Pearson	,933**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	10	10

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 06, señala un coeficiente de correlación de ,933, esto indica que hay una correlación significativa alta entre la segunda dimensión de la primera variable y la segunda variable. Por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula y concluir que existe relación entre implementación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020.

Prueba de hipótesis de normalidad entre V1D3 y V2

H0: Los datos analizados siguen la distribución normal

H1: Los datos no analizados no siguen la distribución normal

Tabla 07

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra V1D3 y V2

		V1D3	V2
N		10	10
Parámetros normales ^{a,b}	Media	25,20	66,60

	Desv. Desviación	3,190	11,047
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,199	,150
	Positivo	,142	,145
	Negativo	-,199	-,150
Estadístico de prueba		,199	,150
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

- a. La distribución de prueba es normal.
- b. Se calcula a partir de datos.
- c. Corrección de significación de Lilliefors.
- d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Se infiere que las variables V1D3 y V2 siguen una distribución normal.

Prueba de hipótesis específica número 3:

H0: No existe correlación entre V1D3 y V2

H1: Existe correlación entre V1D3 y V2

Tabla 08

		V1D3	V2
V1D3	Correlación de Pearson	1	,980**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	10	10
V2	Correlación de Pearson	,980**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	10	10

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 08, señala un coeficiente de correlación de ,980, esto indica que hay una correlación significativa alta entre la tercera dimensión de la primera variable y la segunda variable. Por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula y concluir que existe relación entre evaluación estratégica y la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, año 2020.

V. DISCUSIÓN

A partir de la hipótesis general, según los resultados obtenidos en la hipótesis se prueba la teoría de David (2013) donde menciona que un plan estratégico debe llevarse a cabo con la participación de todos los miembros de la empresa para lograr el éxito. Se analizaron las siguientes investigaciones. En la investigación de Sánchez (2019) no concuerda con la hipótesis del presente trabajo, dado que tiene una correlación baja, debido que en esta investigación la planificación estratégica no es un fuerte predictor de la calidad de servicio de la empresa importadora, además de tomar a 40 colaboradores en la aplicación de la teoría del muestreo en el área interna, mientras que en la investigación desarrollada se tomó a los clientes de la mype.

Por otro lado, en el artículo de Asma y Majeed (2019), se encuentra una semejanza porque la planeación estratégica tiene una correlación positiva con la calidad del servicio, por lo que se confirma su hipótesis de que existe relación entre las dos variables. Ambas investigaciones han reafirmado la posición de mi investigación que aplicar la herramienta planificación estratégica va a ayudar a la mype en estudio a gestionar mejor su empresa y alcanzar la calidad de su servicio.

Para la primera hipótesis específica, se contrastaron los resultados obtenidos con el artículo de Gomera, *et al.* (2018) dónde relacionan las mismas dimensiones tomadas en esta investigación con su segunda variable rendimiento financiero, este estudio en su primera hipótesis obtuvo como resultado una correlación alta de la formulación estratégica con el rendimiento financiero, confirmando su hipótesis planteada. Por otro parte, en el artículo de Wijetunge, y Pushpakumari (2014) tuvo una semejanza menor, ya que obtuvo una correlación moderada con su segunda variable desempeño empresarial, ya que relaciona cada paso en el proceso de la planificación estratégica con su variable dependiente, este estudio contiene un cuadro de correlación más detallado porque se observa la influencia de cada paso en su segunda variable. En el artículo Asma y Majeed (2019) correlacionan las dimensiones de calidad de servicio con los factores de la planificación que vienen a ser parte de la formulación estratégica (misión, visión, objetivos y decisiones estratégicas)

obteniendo una correlación alta con la dimensión de confiabilidad de la variable calidad de servicio. Estas investigaciones demuestran que el primer proceso de la planificación es primordial y que influye significativamente en la seguridad y confianza del cliente, como lo mencionó David (2013) la formulación estratégica determina las bases para una empresa, por esa razón se recomienda a la mype que pueda analizar cuidadosamente su entorno para así plantear estrategias y tener una ventaja sobre la competencia.

Para la segunda hipótesis específica, se contrastaron los resultados obtenidos con el artículo de Wijetunge, y Pushpakumari (2014) como se mencionó en la comparación de la primera hipótesis específica este estudio toma cada paso del proceso de la planificación y en esta segunda la relación fue más elevada que la primera, se puede inferir que si la implementación estratégica de una empresa es eficiente entonces el rendimiento empresarial también lo será, por lo que se puede aplicar eso también en la presente investigación con la calidad de servicio, ya que los resultados demuestran la alta influencia de esta dimensión en la segunda variable.

En el artículo de Gomera, *et al.* (2018) toma la misma dimensión obteniendo una correlación menor a la que se obtuvo en este estudio. Ambas investigaciones muestran un coeficiente menor, debido a que son estudios que buscan demostrar su influencia con otra variable y a que ambos cuentan con una población mayor.

En la tercera y última hipótesis específica, se contrastaron con el artículo de Gomera, *et al.* (2018), debido a que relaciona la misma dimensión de control y evaluación con su segunda variable, el resultado que obtuvo fue una correlación moderada baja, siendo esta la más baja de las dos primeras dimensiones.

Al igual que el anterior artículo, el estudio de Wijetunge, y Pushpakumari (2014) obtuvo una correlación moderado bajo sobre su segunda variable, confirmando la baja influencia de la planificación sobre su variable rendimiento empresarial. Ambas investigaciones obtuvieron un coeficiente de correlación moderado bajo en la dimensión de evaluación estratégica, esta investigación a comparación de los dos estudios que obtuvieron su mayor coeficiente en formulación estratégica, en el caso de Gomera, *et al.* e implementación estratégica, en el

caso Wijetunge, y Pushpakumari, este estudio obtuvo el más alto en la tercera dimensión evaluación estratégica, por lo que se infiere que cada proceso de la planificación si influye significativamente, pero dependiendo de la segunda variable en estudio puede que un paso del proceso tenga una influencia mayor sobre el otro, pero finalmente estas tres dimensiones se complementan.

Como lo mencionó Ortega (como se citó en Gonzáles y Rodríguez, 2019) que el desarrollo de una planeación comienza formulando los objetivos, para luego implementar estrategias y por último evaluar si estas estrategias están funcionando o no. Por esa razón, se recomienda a la mype una vez realizado los dos primeros procesos, enfocarse en la evaluación de las estrategias que tiene mayor relación con la calidad de servicio, como explico David (2013) en esta fase se observa si están funcionando o no las estrategias implementadas, que ajustes se podrían realizar para mejorar y volver a evaluar su entorno externo e interno, ya que es muy cambiante e impredecible. Un claro ejemplo, es lo que se vivió este año por la pandemia, que por meses las actividades del sector de arquitectura estuvieron detenidas, hasta que en el mes de septiembre volvieron a reactivarse las actividades cumpliendo con los protocolos establecidos por el estado.

Para la elaboración de la investigación solo se presentaron inconvenientes en la recolección de artículos para los antecedentes, ya que se encontró pocas investigaciones que tengan las dos variables de estudio y que la metodología coincida. Además, no se logró hallar investigaciones del mismo sector debido que en el sector de arquitectura existen más investigaciones dónde aplican la planificación estratégica a la empresa, más no analizan que influencia puede tener esta herramienta sobre la calidad de su servicio o en su rendimiento como empresa, si antes de aplicarla es o no factible y les dará buenos resultados. En el caso de las dimensiones se tomó de artículos que cuenten con las mismas dimensiones y se apoyó con la teoría de los autores de la primera variable. Concluyendo con el análisis de los resultados se pudo aceptar las hipótesis planteadas, ya que se comprobó su correlación positiva.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo al desarrollo de la presente investigación, se llega a las siguientes conclusiones:

1. Se comprueba que la herramienta de planeación estratégica ayudará a la empresa NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, a gestionar mejor sus actividades y a orientarla a alcanzar la calidad de su servicio ofrecido al cliente.
2. De acuerdo a la percepción de los clientes de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, la formulación de la estrategia utilizada por la empresa, no tiene una influencia tan significativa como la implementación y la evaluación estratégica; lo cual obliga a la empresa a revisar las estrategias vigentes.
3. La implementación estratégica tiene una influencia sobre la calidad de servicio, dado a que, si se tiene una administración eficiente en el cumplimiento de las actividades programadas, se podrá lograr un mejor servicio.
4. La evaluación estratégica tiene una gran influencia en la calidad de servicio de la mype NR Arquitectos SAC distrito La Victoria, por lo que se necesita mayor atención por parte del gerente de la micro empresa.

VII. RECOMENDACIONES

1. Implicar a todos los miembros de la micro empresa para realizar la formulación de nuevas estrategias en las cuales cada miembro aporte al cumplimiento de los objetivos establecidos; comprometiendo a todos los integrantes del grupo empresarial.
2. Desarrollar acciones que apoyen a las estrategias que se van a implementar, como un cronograma. Vigilar el progreso de dichas acciones y evaluar su eficiencia en las reuniones de la empresa.
3. Realizar un plan de acción donde se encuentre cada objetivo propuesto con su respectiva estrategia, que describa quienes realizaran ese objetivo, con qué recursos lo lograrán, por qué medios, como lo van a realizar, en que tiempo y cuál será el KPI referente que va a medir el rendimiento.
4. Puntualizar que estrategias están con mejor rendimiento, según el plan de acción realizado y de acuerdo a eso evaluar que estrategias deben mejorar o cambiar para seguir progresando en la calidad de su servicio.

REFERENCIAS

Alarcón, A. (2018). *La planeación estratégica y su influencia en el desarrollo empresarial de las mypes de ciudad de Dios - SJM, 2018*. (Tesis de Licenciatura).

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19383/Alarc%C3%B3n_A_AD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Álvarez, J., González, E., Del Río-Rama, M., Durán, A. (2019). Quality in Customer Service and Its Relationship with Satisfaction: An Innovation and Competitiveness Tool in Sport and Health Centers. *International Journal Environmental Research and Public Health*,16(20), 39-42. [10.3390/ijerph16203942](https://doi.org/10.3390/ijerph16203942)

Arias, J., Villasís, M. y Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revistas Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Asma, O. y Majeed, M. (2019). The Impact of Strategic Planning in Palestinian Municipalities on the Quality of Service Provided to Its Citizens. *International Business Research*, 12(5), 69-85. [10.5539/ibr.v12n5p69](https://doi.org/10.5539/ibr.v12n5p69)

Barber, N. y Goodman, J. (2011). A Strategic Approach to Managing Customer Service Quality. *Journal of Service Science*, 4(2), 17-32. [10.19030/jss.v4i2.6642](https://doi.org/10.19030/jss.v4i2.6642)

Bolarinwa, O. (2015). Principles and methods of validity and reliability testing of questionnaires used in social and health science researches. *Nigerian Postgraduate Medical Journal*, 22, 195-201. <https://www.npmj.org/article.asp?issn=1117-1936;year=2015;volume=22;issue=4;spage=195;epage=201;aulast=Bolarinwa>

Consejo nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica. (5 de julio de 2018). Ley del consejo nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica (CONCYTEC). *Diario El Peruano*. https://portal.concytec.gob.pe/images/ley-concytec-18/modificacion_ley.pdf

- Córdova, M. (2016). Block, Joern, Karsten Kohn, Danny Miller y Katrin Ullrich. 2015 Necessity entrepreneurship and competitive strategy. *Small Business Economics*. New York, volumen 44, número 1, pp. 37-54. 360. *Revista De Ciencias De La Gestión*, 1(1), 204-209. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/14879>
- Darling, J. y Seristo, H. (2004). Key steps for success in export markets. A new paradigm for strategic decision making. *European Business Review*, 16 (1), 28-43. <https://doi.org/10.1108/09555340410512394>
- David, F. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. (14to ed.). Recuperado de https://www.academia.edu/15691071/Conceptos_de_Administracion_estrategica_-_David_F
- De Mello, A. y Pedroso, M. (2018). Applied Research Articles: narrowing the gap between research and organizations. *Revista de Gestão*, 25 (4), 338-339. <https://doi.org/10.1108/REGE-10-2018-075>
- Diario Gestión. (14 de septiembre de 2019). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños*. <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/?ref=gesr>
- García, J. y Coronado J. (2018). Planeamiento estratégico aplicado a las micro y pequeñas empresas en la región lima-provincias, 2016. *Revista Big Bang Faustiniiano*, 7 (3), 35-40. <http://200.48.129.168/index.php/BIGBANG/article/view/433/419>
- Gomera, S., Chinyamurindi, W., & Mishi, S. (2018). Relationship between strategic planning and financial performance: The case of small, micro- and medium-scale businesses in the Buffalo City Metropolitan. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), 1-9. <https://doi.org/10.4102/sajems.v21i1.1634>
- González, J y Rodríguez, M. (2019). *Manual práctico de planeación estratégica*. <https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf>

- Haradhan, M. (2017). Two Criteria for Good Measurements in Research: Validity and Reliability. *Annals of Spiru Haret University*, 17 (4), 56-82. <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/83458/>
- Huallpa, F. (2019). *Planeamiento estratégico y gestión de calidad de servicio educativo en las academias preuniversitarias del cercado de la ciudad de Juliaca* – 2018. (Tesis de Licenciatura). http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11934/PLAN_ESTRATEGICO_GESTION_DE_CALIDAD_ACADEMIA_PREUNIVERSITARIA_HUALLPA_LOAYZA_FREDY_RENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jama, M. (2018). *Effect of Firm Size on the Relationship between Strategic Planning Dimensions and Performance of Manufacturing Firms in Kenya*. (Tesis de doctorado). https://pdfs.semanticscholar.org/8dcb/8ba1b6277ef5e5eaa5f285f00fae824ce8c7.pdf?_ga=2.183183406.922779835.1587614091-390065850.1587614091
- Leyva, A., Cavazos, J. y Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Revista Contaduría y Administración*, 63(3), 1-21. <https://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia*. (6ta ed.). <https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- Maymone, M., Venkatesh, S., Secemsky, E., Reddy, K. y Vashi, N. (2018). Research Techniques Made Simple: Web-Based Survey Research in Dermatology: Conduct and Applications. *Journal of investigative dermatology*, 138, 1456-1462. <https://doi.org/10.1016/j.jid.2018.02.032>
- Ministerio de la producción. (2011). *Plan Nacional para la productividad y competitividad de las MYPE 2011-2021*. http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/2/jer/PLAN_MYPE_2011_2021/propuesta-plan-mype-2011-2021.pdf

- Montalvo, S., Estrada, E. y Mamani, H. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Revista de Ciencia y Desarrollo*, 23(3), 1-6. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7437230.pdf>
- Morocho, T. y Burgos, S. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 5(1), 22-39. <https://doi.org/10.17162/riva.v5i1.1279>
- Obregón, A. y Aquino, J. (2016). Planeamiento estratégico y su relación con el clima organizacional en una institución pública peruana. *Revista apuntes de ciencia & sociedad*, 6(2), 108-112. <https://doi.org/10.18259/acs.2016018>
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Quintila, J. Camacho, M. y Segura, L. (2019). Evaluación de la calidad en el servicio mediante el modelo Servqual a una microempresa chocolatera. *Revista de desarrollo sustentable, negocios, emprendimiento y educación*, 1(1). <https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/01/modelo-servqual.html>
- Rengifo, J. (2017). *Tipologías de planificación local y regional en América Latina y el Caribe. Estudio de casos.* https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/430851/08.JARR_8de10.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Reis, D. y Peña, L. (2000). Linking customer satisfaction, quality, and strategic planning. *Revista de Administração de Empresas*, 40(1), 42-46. [10.1590/S0034-75902000000100005](https://doi.org/10.1590/S0034-75902000000100005)
- Rocca, E. García, D. y Durendez, A. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Revista contabilidad y negocio*, 11(22), 52-68. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/16431/16815>

- Romero, P. (2016). La planificación estratégica y su influencia en la calidad de la gestión educativa de la Universidad Técnica de Babahoyo. *Revista Ciencia e Investigación*, 1(2), 20-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6118751>
- Sajjad, S. (2016). Formulating and testing hypothesis. *Basic Guidelines for Research: An Introductory Approach for All Disciplines*, 1(4), 51-71. https://www.researchgate.net/publication/325846748_FORMULATING_AND_TESTING_HYPOTHESIS
- Salkind, N. (2010). Nonexperimental Designs. *Encyclopedia of research design*, 1(0). [10.4135/9781412961288](https://doi.org/10.4135/9781412961288)
- Sánchez, C. (2019). *Planeamiento estratégico y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo, 2018.* (Tesis de licenciatura). http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8758/1/2019_Sanchez-Cueva.pdf
- Sarmiento, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Revista Dimensión Empresarial*, 12 (1), 111-138. <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>
- Suharto y Sulistiyono. (2015). The Relationship of Service Quality on Consumer Satisfaction in Shipyard Industry. *Revista Modern Applied Science*, 9(11), 247-257. [10.5539/mas.v9n11p247](https://doi.org/10.5539/mas.v9n11p247)
- Taherdoost, H. (2016). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *SSRN Electronic Journal*, 5(3), 28-36. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3205040>
- Valls, W., Román, V., Chica, C. y Salgado, G. (2017). *La calidad del servicio: Vía segura para alcanzar la competitividad.* https://issuu.com/marabiertouleam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest
- Velarde Mamani, C., Medina Gutiérrez, D., De La Cruz Vargas, A., & Apaza Tarqui, E. (2020). Calidad del servicio y la relación con la satisfacción de los clientes

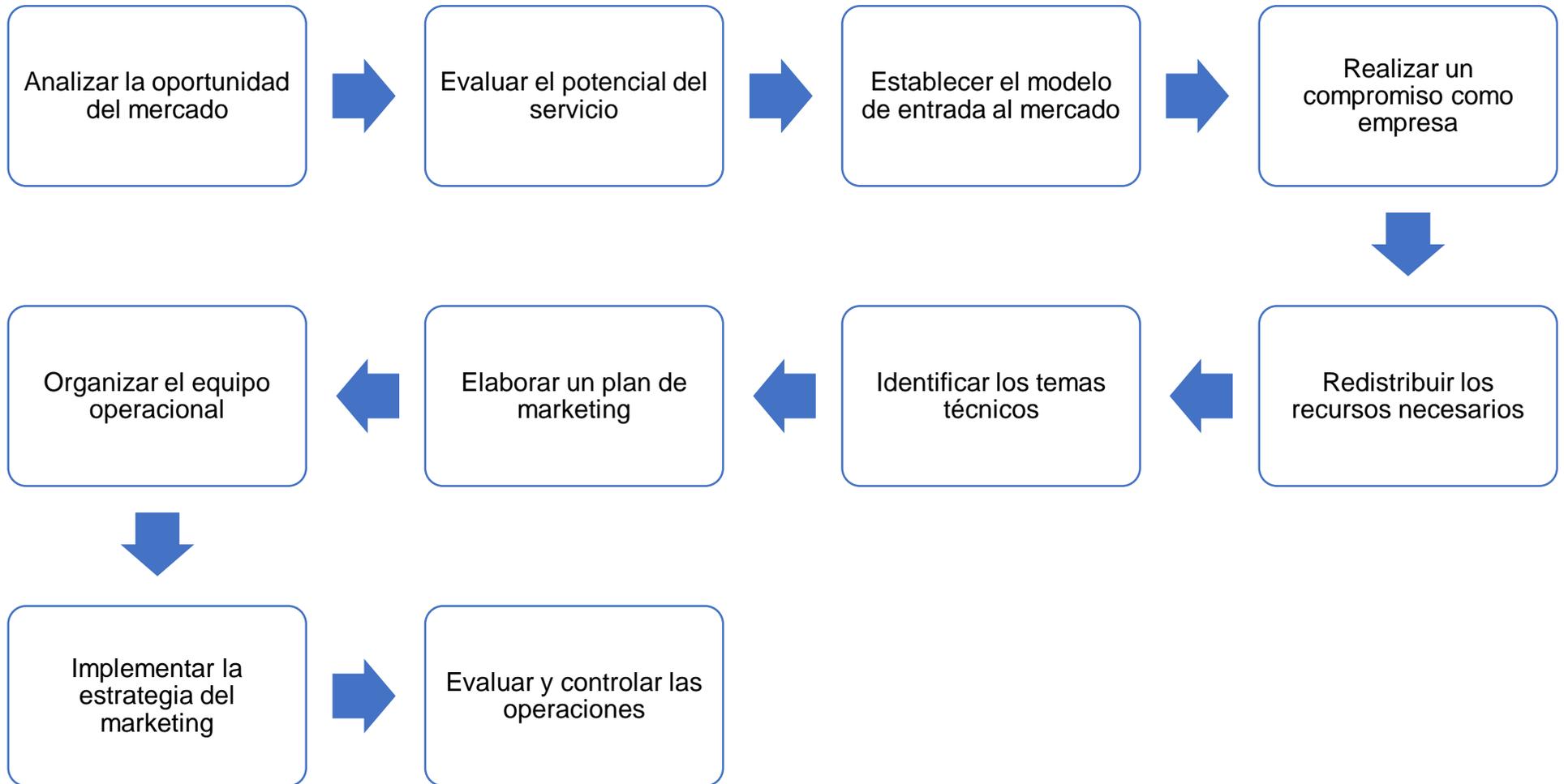
del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 4(1), 43-60. <https://doi.org/10.17162/riva.v4i1.1272>

West, P. (2016). Simple random sampling of individual items in the absence of a sampling frame that lists the individuals. *New Zealand Journal of Forestry Science*, 46 (15). <https://doi.org/10.1186/s40490-016-0071-1>

Wijetunge, W.A.D.S. y Pushpakumari, M.D., 2014. The relationship between strategic planning and business performance: an empirical study of manufacturing SMEs in Western province in Sri Lanka. *Kelaniya Journal of Management*, 3(1), 23–41. <http://doi.org/10.4038/kjm.v3i1.7476>

ANEXOS

Anexo 1: Pasos para la internacionalización de un negocio



Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

Operacionalización de la variable 1: Planificación Estratégica

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Planificación estratégica	David (2013) explica que el realizar un plan es como jugar en la empresa y no será fácil ya que para alcanzar la victoria en tu juego deberán tomar una serie de decisiones y estrategias para vencer al oponente. Además, que todos los jugadores deberán estar comprometidos para poder lograr el triunfo.	El presente estudio, para el trabajo de campo aplicara la encuesta como técnica, y el cuestionario como instrumento, asimismo, se tomarán los indicadores y dimensiones que estableció el autor base.	Formulación Estratégica	Misión y visión	1,2	Escala likert Muy en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni desacuerdo ni en acuerdo (3) De acuerdo (4) Muy de acuerdo (5) Ordinal
				Análisis del entorno	3,4	
				Selección de estrategias	5,6	
			Implementación Estratégica	Objetivos anuales	7,8	
				Políticas	9,10	
				Asignación de recursos	11,12	
			Evaluación Estratégica	Monitoreo	13,14	
				Adaptación del análisis del entorno	15,16	
Toma de decisiones	17,18					

Operacionalización de la variable 2: Calidad de servicio

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala de medición		
Calidad de servicio	Grönroos (como se citó en Valls, Román, Chica y Salgado, 2017) explica que es el efecto de todo un desarrollo de apreciación, también conocido como calidad de servicio recibida porque el consumidor compara el servicio que se le brindo con sus expectativas.	El presente estudio, para el trabajo de campo aplicara la encuesta como técnica, y el cuestionario como instrumento, se tomarán los indicadores y dimensiones que estableció el autor base.	Confiabilidad	Seguridad	1,2,3	Escala likert		
				Responsabilidad	4,5,6		Muy en desacuerdo (1)	
			Respuesta	Rapidez	7,8,9	En desacuerdo (2)		
				Flexibilidad	10,11,12	Ni desacuerdo ni en acuerdo (3)		
			Empatía	Atención personalizada	13,14,15	De acuerdo (4)		
				Interés en el cliente	16,17,18	Muy de acuerdo (5)		
								Ordinal

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA PARA CLIENTES SOBRE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Planificación Estratégica de los clientes de la mype NR Arquitectos SAC. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- 1) MUY EN DESACUERDO 2) EN DESACUERDO
3) NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
4) DE ACUERDO 5) MUY DE ACUERDO

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA						
Misión y Visión						
1	La misión establecida responde a los objetivos del negocio de la empresa	1	2	3	4	5
2	La visión establecida responde a hacia algo factible y dónde desea llegar la empresa.	1	2	3	4	5
Análisis del entorno						
3	El entorno interno analiza las fortalezas y las debilidades de la empresa	1	2	3	4	5
4	El entorno externo analiza las oportunidades y amenazas de la empresa	1	2	3	4	5
Selección de estrategias						
5	La estrategias son seleccionadas según a los objetivos establecidos	1	2	3	4	5
6	La estrategias son seleccionadas en función a las necesidades del cliente	1	2	3	4	5
IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA						
Objetivos anuales						
7	Define las actividades a realizar en su plan estratégico en base a los objetivos anuales de la empresa	1	2	3	4	5
8	Los objetivos anuales que se formularon están centrados en mejorar el servicio brindado al cliente, cumplir con la misión y alcanzar la visión del negocio	1	2	3	4	5
Políticas						
9	Las políticas se definen según los objetivos anuales propuestos	1	2	3	4	5
10	Se realiza una serie de normas dentro de la empresa para el cumplimiento de la planificación estratégica	1	2	3	4	5
Asignación de recursos						
11	Existen facilidades en la dotación de recursos para el cumplimiento de los objetivos anuales planteados	1	2	3	4	5
12	Se designa un cronograma para el cumplimiento de las actividades a cargo de los responsables del plan estratégico	1	2	3	4	5
EVALUACIÓN ESTRATÉGICA						
Monitoreo						

13	Mediante programas, se realiza controles sobre las actividades estratégicas implementadas en el plan estratégico	1	2	3	4	5
14	Se establecen indicadores de gestión para medir el cumplimiento de los objetivos dentro del plan estratégico	1	2	3	4	5
Adaptación del análisis del entorno						
15	Regularmente realiza cambios en el análisis interno de la empresa para obtener mejores resultados	1	2	3	4	5
16	Regularmente la empresa se está adaptando a los cambios del entorno externo para obtener mejores resultados	1	2	3	4	5
Toma de decisiones						
17	Se toma las decisiones de cambio, de acuerdo a los resultados obtenidos del análisis del entorno	1	2	3	4	5
18	Modifica las estrategias implementadas según los resultados que se obtuvieron en el plan estratégico	1	2	3	4	5

ENCUESTA PARA CLIENTES SOBRE CALIDAD DE SERVICIO

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Calidad de Servicio de los clientes de la mype NR Arquitectos SAC. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- 1) MUY EN DESACUERDO 2) EN DESACUERDO
 3) NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
 4) DE ACUERDO 5) MUY DE ACUERDO

CONFIABILIDAD						
Seguridad						
1	Considera usted que la mype resuelve todas las inquietudes del cliente durante la realización de la venta del servicio	1	2	3	4	5
2	En la realización de las reuniones se muestra la capacidad y el desempeño de la mype para realizar el trabajo solicitado	1	2	3	4	5
3	La ejecución del proyecto de arquitectura solicitado se realiza de manera eficiente	1	2	3	4	5
Responsabilidad						
4	La mype cumple con el plazo establecido para la entrega del diseño solicitado	1	2	3	4	5
5	Se realiza un seguimiento de las peticiones del cliente en las primeras reuniones	1	2	3	4	5
6	El servicio que entrega la mype cumple con lo ofrecido al cliente	1	2	3	4	5
RESPUESTA						
Rapidez						
7	Considera usted que la atención al cliente de la mype se da en un tiempo razonable a los clientes	1	2	3	4	5
8	Las reuniones comienzan de manera puntual	1	2	3	4	5
9	Explica de manera coherente y eficiente la realización de todo el trabajo solicitado.	1	2	3	4	5
Flexibilidad						
10	La mype responde de manera eficiente ante algún requerimiento que solicite en la realización del diseño	1	2	3	4	5
11	Al realizar cambios al diseño inicial usted queda satisfecho con el servicio	1	2	3	4	5
12	Durante la realización del contrato, el cliente queda conforme con las clausulas acordadas por ambas partes.	1	2	3	4	5
EMPATÍA						
Atención personalizada						
13	Recibe una atención personalizada hasta que finalice el servicio	1	2	3	4	5
14	A parte de los requerimientos del cliente, la mype orienta al cliente hacia una mejor opción del servicio que se va a brindar	1	2	3	4	5
15	La atención que brinda la empresa es reconocida por sus clientes	1	2	3	4	5

Interés en el cliente						
16	La mype siempre se encuentra a disposición del cliente	1	2	3	4	5
17	La mype muestra su capacidad en reconocer las necesidades que requiere el cliente	1	2	3	4	5
18	La mype está en constantemente brindando información sobre la realización de su diseño	1	2	3	4	5

Anexo 4: Validación de juicio de expertos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MARQUEZ CARO, FERNANDO LUIS**
I.2. Especialidad del Validador: **DR. SOCIÓLOGO**
I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTP – Universidad César Vallejo**
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario - PI
I.5. Autor del instrumento: Rojas Navarro, Pamela

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80 %	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 09 de junio del 2020.

.....
Firma de experto informante

DNI: **08729589**

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Planificación Estratégica

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: **08729589**

Teléfono: _____

Variable 2: Calidad de servicio

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



.....

Firma de experto informante

DNI: **08729589**

Teléfono: _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **ORDERIQUE TORRES, JOSE LA ROSA**
 I.2. Especialidad del Validador: **Mgtr. ECONOMISTA**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario – PI
 I.5. Autor del instrumento: Rojas Navarro, Pamela

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80 %	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, **09 de junio** del 2020.



Firma de experto informante

DNI: **10302739**

Teléfono: **996378659**

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Planificación Estratégica

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: **10302739**

Teléfono: **996378659**

Variable 2: Calidad de servicio

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: **10302739**

Teléfono: **996378659**

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MICHCA MAGUIÑA, MARY HELLEN MARIELA**
 I.2. Especialidad del Validador: **Dra. EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario – PI
 I.5. Autor del instrumento: Rojas Navarro, Pamela

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80 %	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, **09 de junio** del 2020.



Firma de experto informante

DNI: **41478652**

Teléfono: **995801023**

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Planificación Estratégica

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: **41478652**

Teléfono: **995801023**

Variable 2: Calidad de servicio

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: **41478652**

Teléfono: **995801023**

Validación del instrumento por expertos

Expertos	Porcentaje
Márquez Caro, Fernando Luis	80%
Orderique Torres, Jose de la Rosa	80%
Michca Maguiña. Mary Helen Mariela	80%

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad de la variable Planificación Estratégica

Estadísticos de fiabilidad con Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,955	18

Interpretando la variable planificación estratégica, el coeficiente que se obtuvo fue de 0,955; lo que indica que el instrumento se puede aplicar a la población de estudio, ya que tiene una alta confiabilidad.

Confiabilidad de la variable Calidad de Servicio

Estadísticos de fiabilidad con Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,945	18

Interpretando la variable calidad de servicio, el coeficiente que se obtuvo fue de 0,945; lo que indica que el instrumento se puede aplicar a la población de estudio, ya que tiene una alta confiabilidad.

Anexo 5: Resultado

Análisis descriptivo primera variable Planificación estratégica

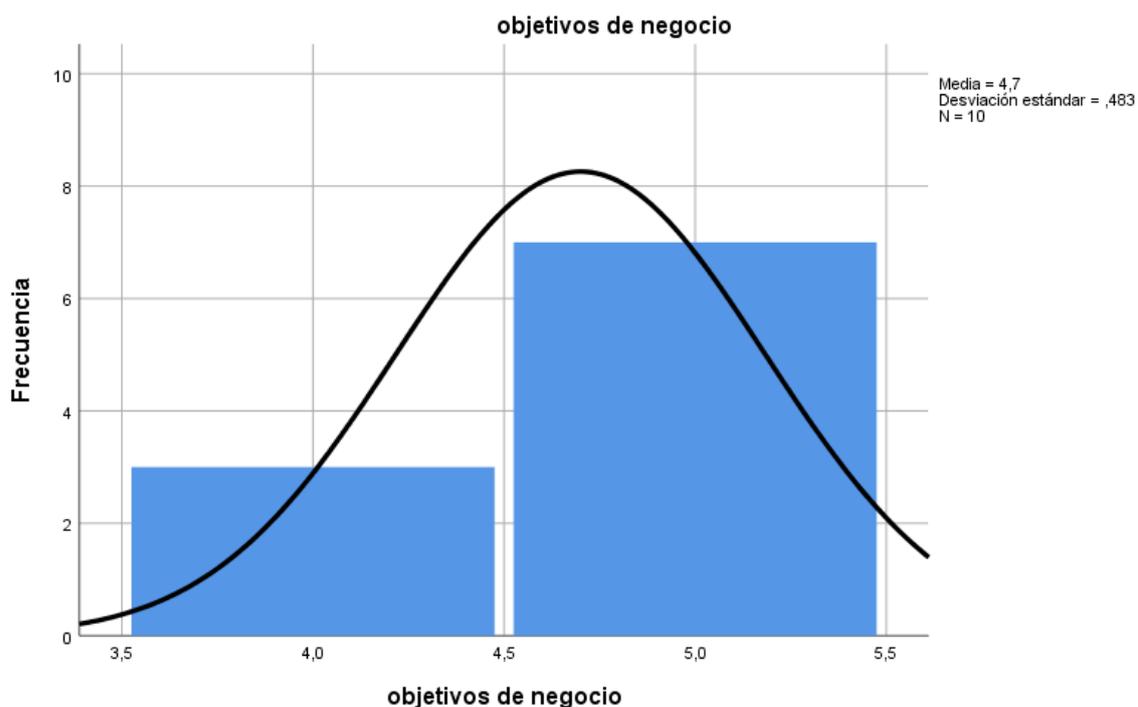
Análisis descriptivo de la dimensión formulación estratégica

Tabla 09

OBJETIVOS DE NEGOCIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	30,0	30,0	30,0
	Muy de acuerdo	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 01



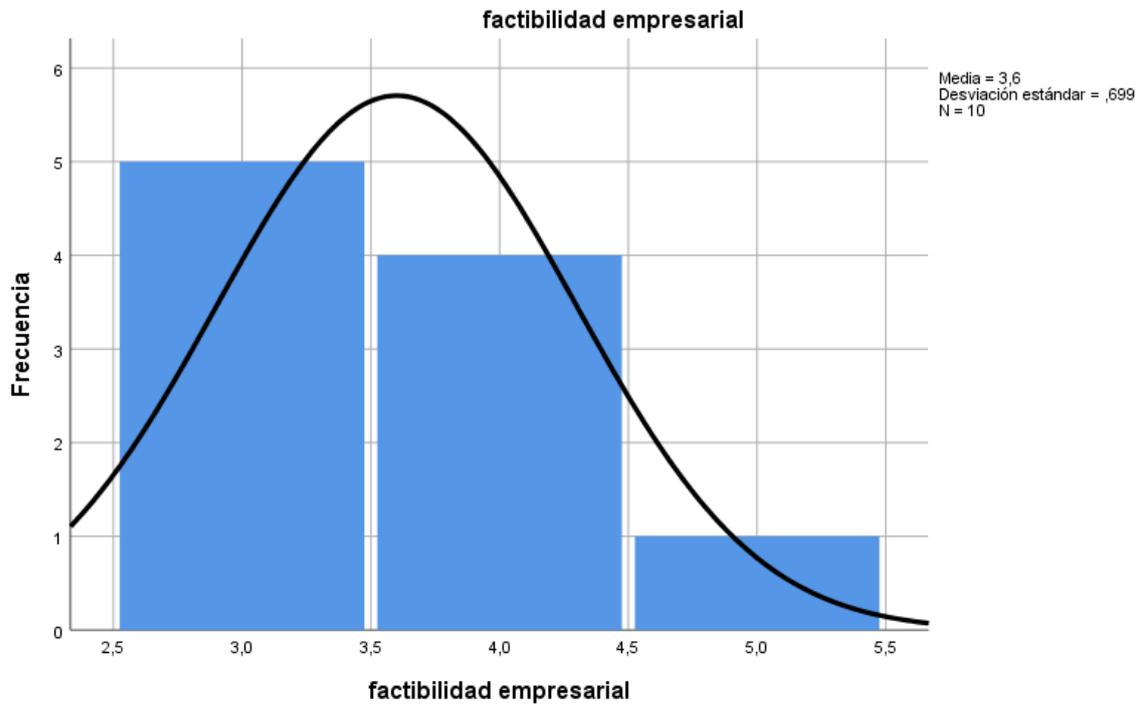
En la tabla 09 y figura 01, se observa una muestra de 10 clientes de la mype NR Arquitectos SAC, el 30% indicaron estar de acuerdo con que la misión de la mype está establecida según sus objetivos y el 70% indicaron estar muy de acuerdo con la pregunta que se les planteó.

Tabla 10

FACTIBILIDAD EMPRESARIAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	50,0	50,0	50,0
	De acuerdo	4	40,0	40,0	90,0
	Muy de acuerdo	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 02



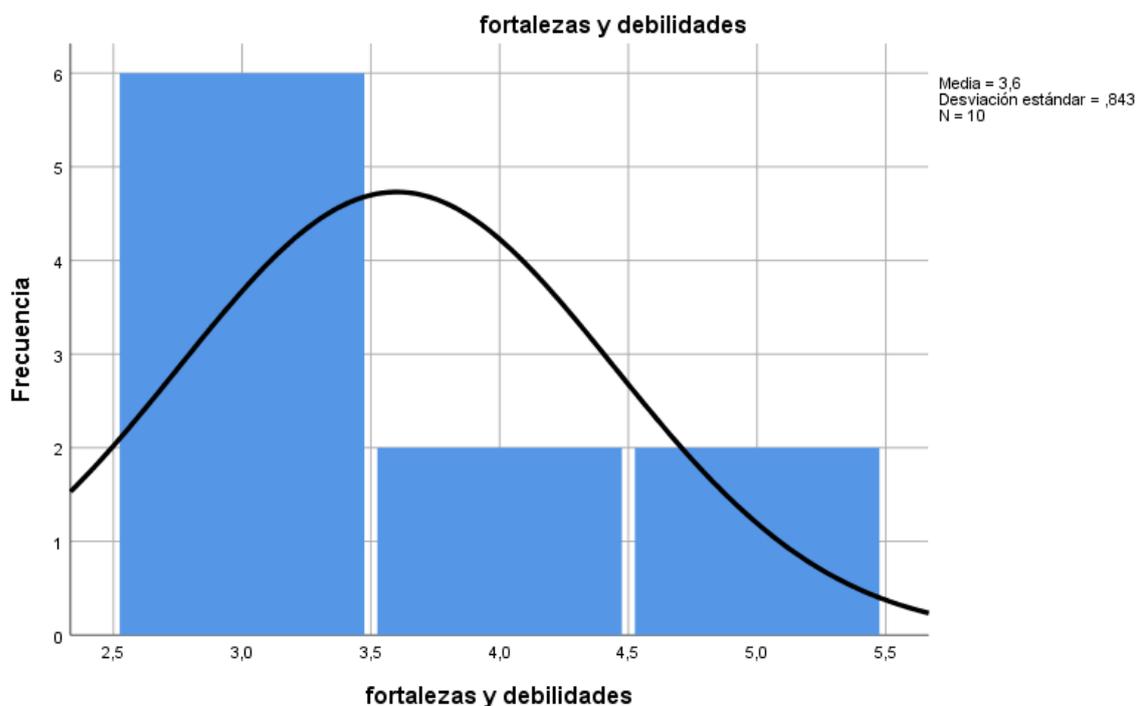
En la tabla 10 y figura 02, se observa una muestra de 10 clientes de la mype NR Arquitectos SAC, el 50% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que la visión del negocio responda hacia algo factible, un 40% respondió estar de acuerdo y el 10% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 11

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	60,0	60,0	60,0
	De acuerdo	2	20,0	20,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 03



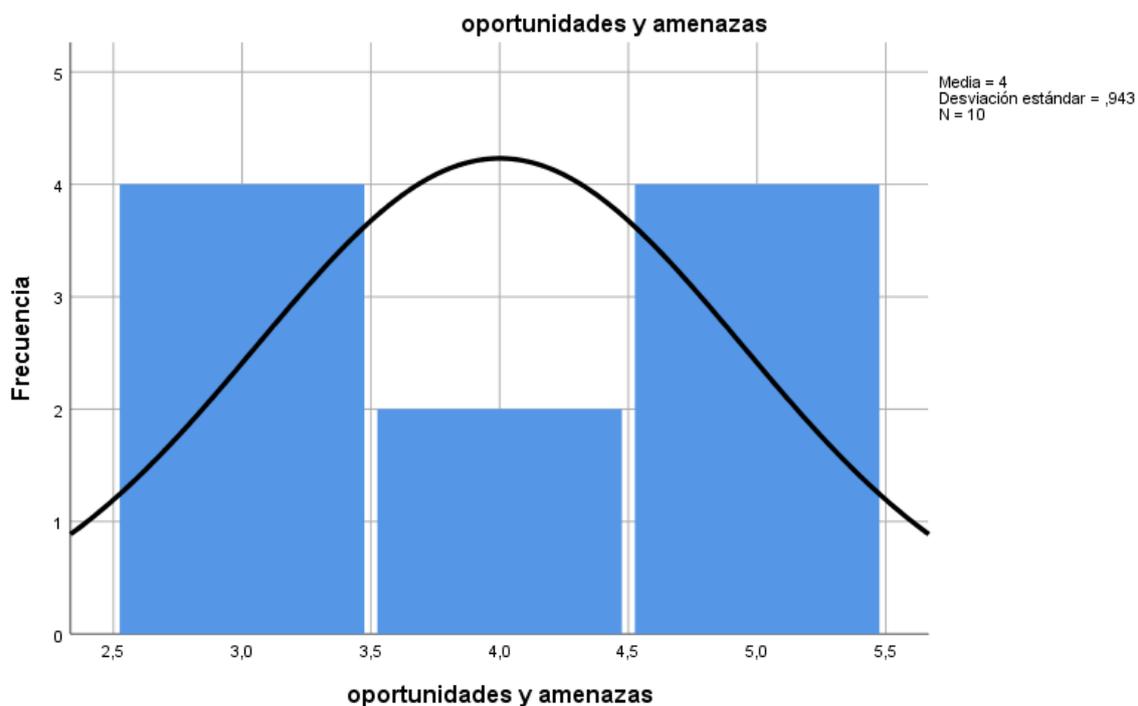
En la tabla 11 y figura 03, se observa una muestra de 10 clientes de la mype NR Arquitectos SAC, el 60% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que el entorno interno analiza las fortalezas y debilidades de la mype, un 20% respondió estar de acuerdo y el 20% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 12

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	40,0	40,0	40,0
	De acuerdo	2	20,0	20,0	60,0
	Muy de acuerdo	4	40,0	40,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 04



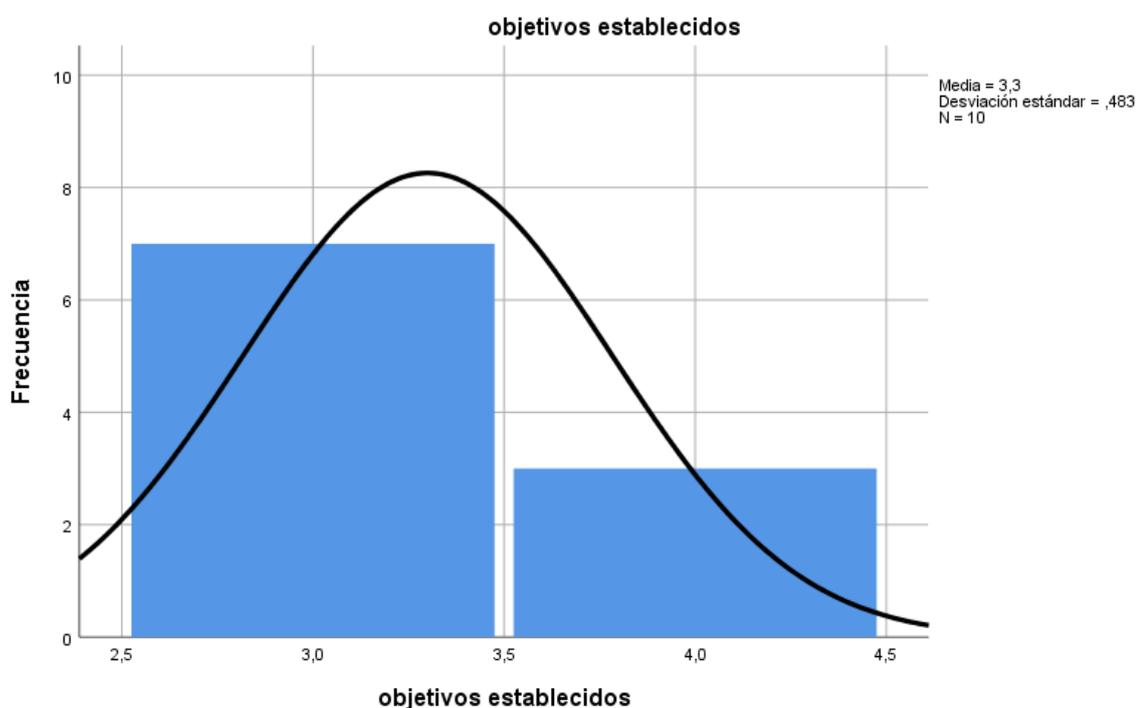
En la tabla 12 y figura 04, se observa los resultados que el 40% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que el entorno externo analiza las oportunidades y amenazas, un 20% respondió estar de acuerdo y el 40% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 13

OBJETIVOS ESTABLECIDOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	70,0	70,0	70,0
	De acuerdo	3	30,0	30,0	100,0
Total		10	100,0	100,0	

Figura 05



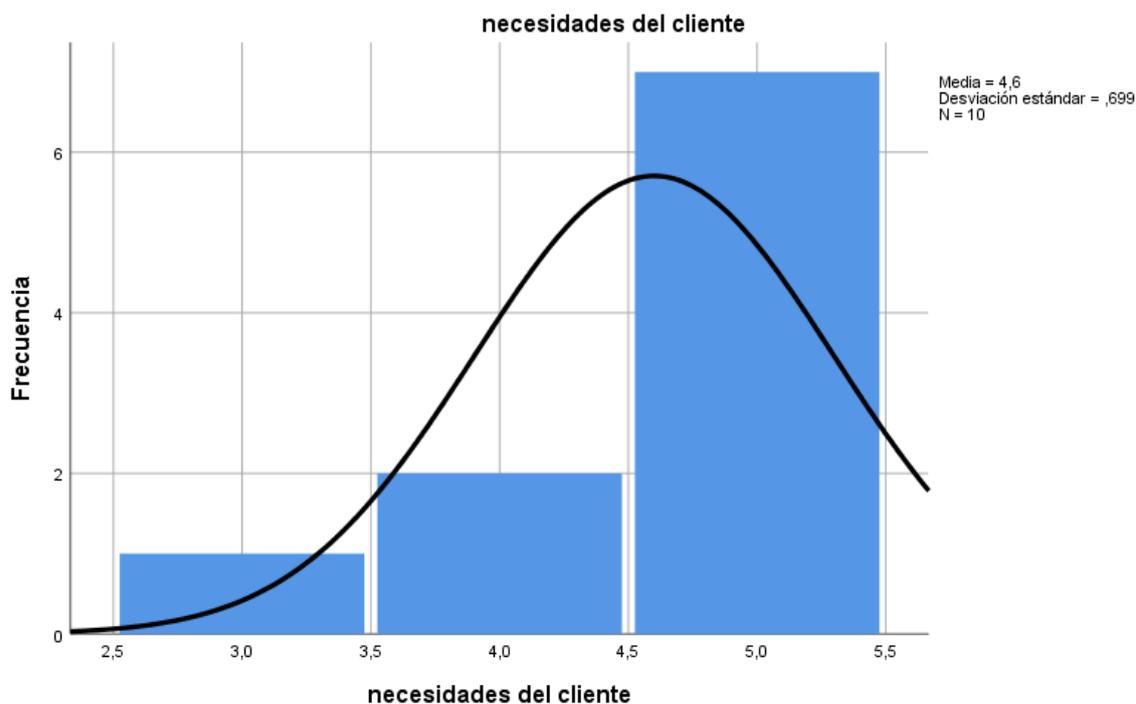
En la tabla 13 y figura 05, se observa los resultados que el 70% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que las estrategias se establecen según los objetivos establecidos y el 30% indicaron estar de acuerdo.

Tabla 14

NECESIDADES DEL CLIENTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	2	20,0	20,0	30,0
	Muy de acuerdo	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 06



En la tabla 14 y figura 06, se observa los resultados que el 10% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que las estrategias se establecen según las necesidades del cliente, el 20% está de acuerdo y el 70% indicaron estar muy de acuerdo.

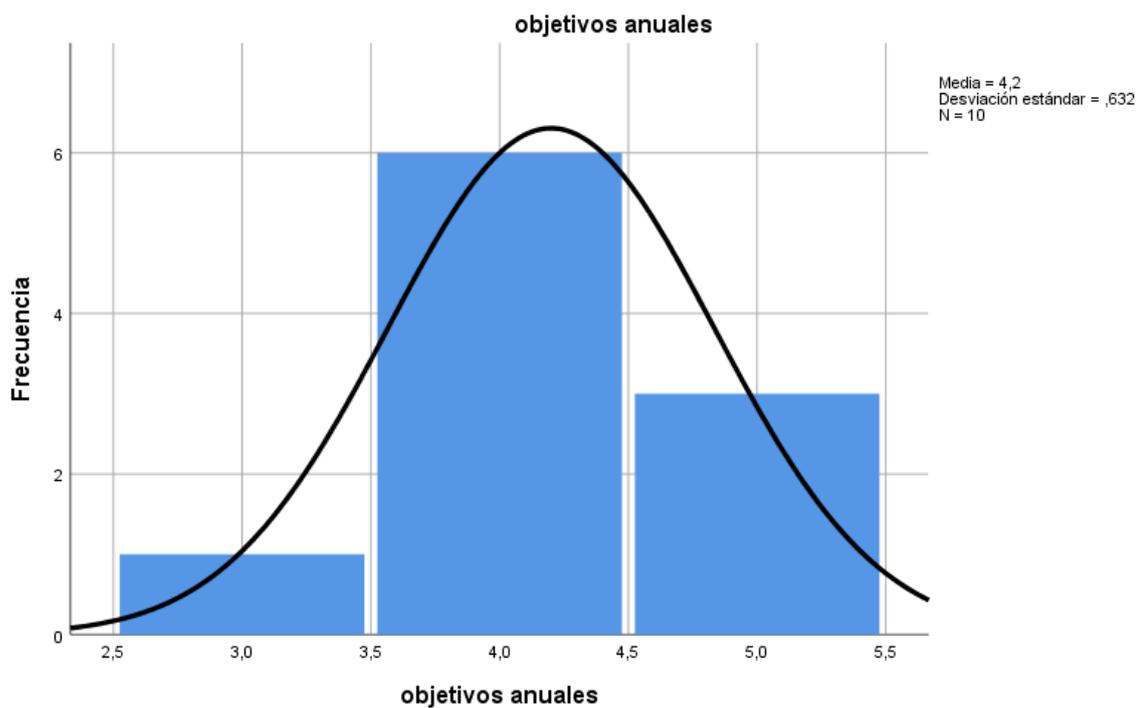
Análisis descriptivo de la dimensión implementación estratégica

Tabla 15

OBJETIVOS ANUALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	6	60,0	60,0	70,0
	Muy de acuerdo	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 07



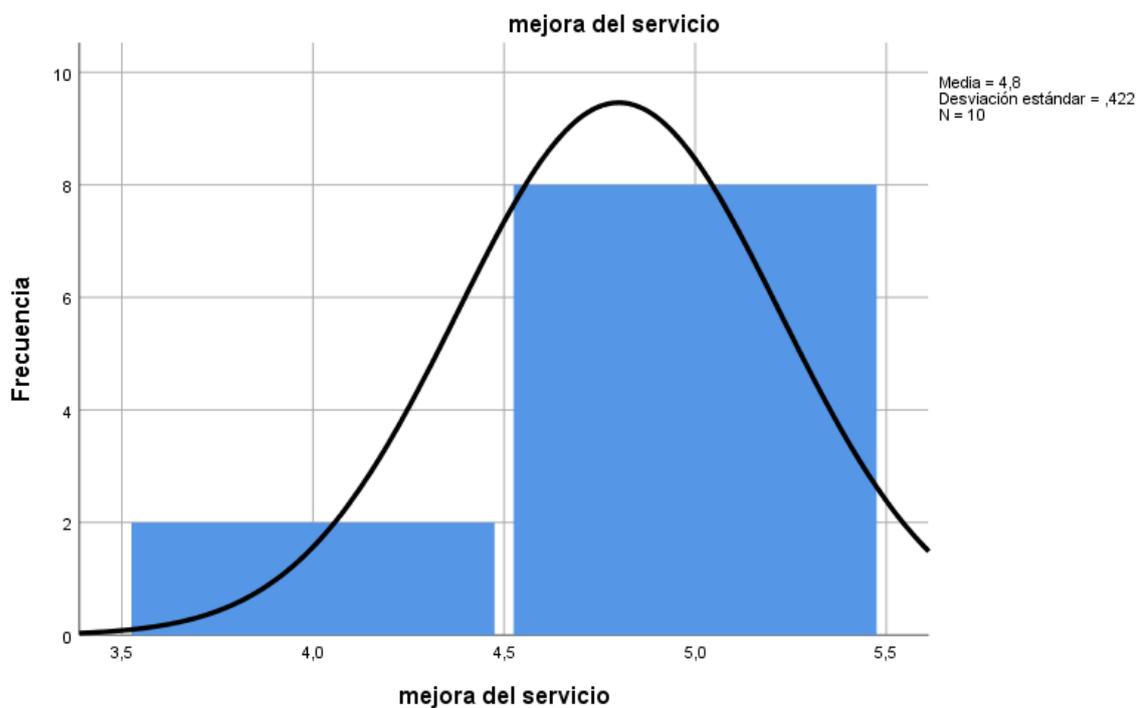
En la tabla 15 y figura 07, se observa los resultados que el 10% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que se define las actividades según los objetivos anuales, el 60% indicó estar de acuerdo y el 30% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 16

MEJORA DEL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	20,0	20,0	20,0
	Muy de acuerdo	8	80,0	80,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 08



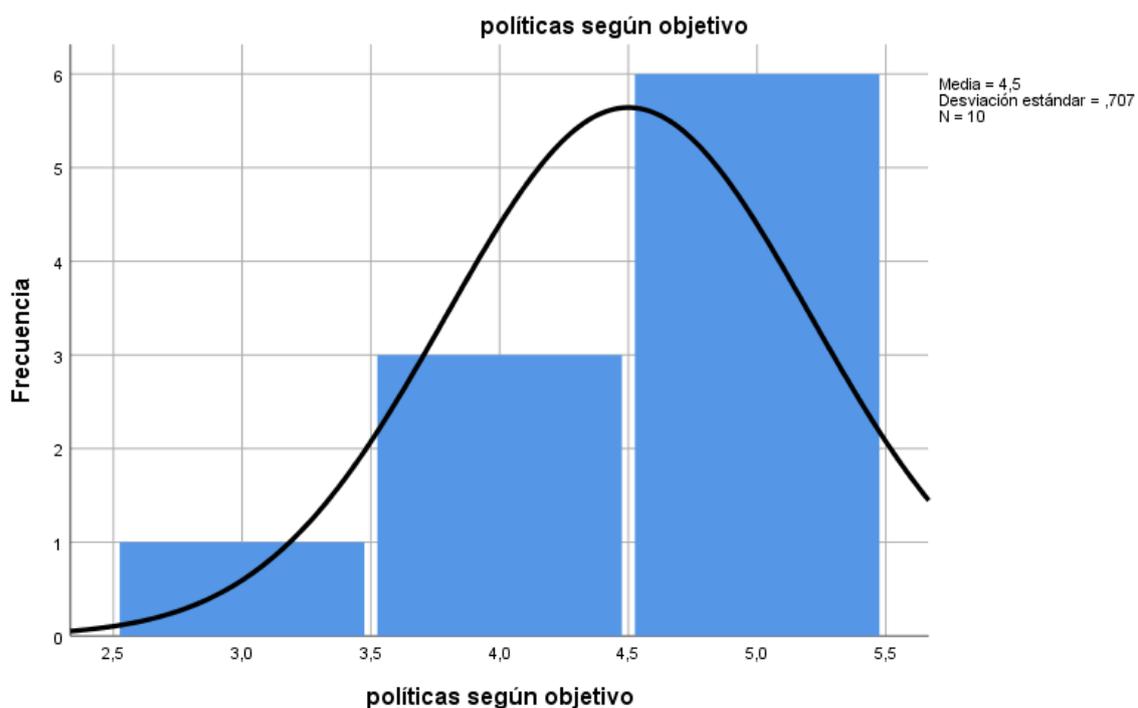
En la tabla 16 y figura 08, se observa los resultados del instrumento. El 20% indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que los objetivos anuales se establecen para mejorar el servicio y el 80% indicaron estar de acuerdo.

Tabla 17

POLÍTICAS SEGÚN OBJETIVO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	3	30,0	30,0	40,0
	Muy de acuerdo	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 09



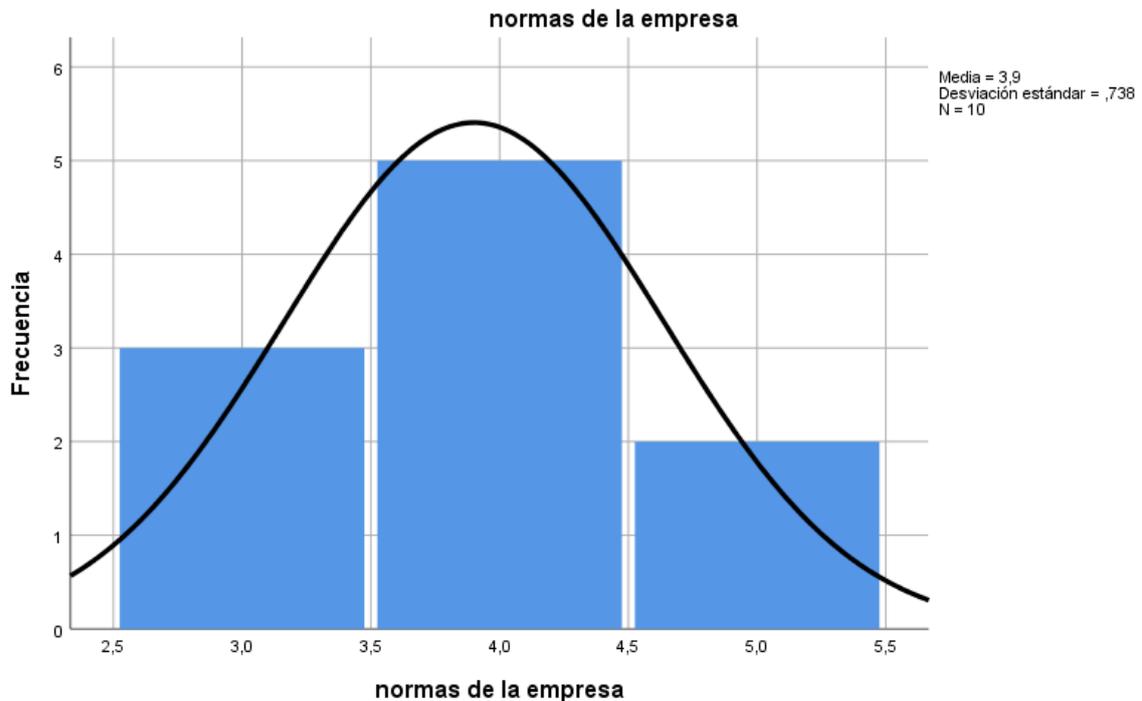
En la tabla 17 y figura 09, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que las políticas de una empresa se basan en los objetivos, el 30% indicó estar de acuerdo y el 60% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 18

NORMAS DE LA EMPRESA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	5	50,0	50,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 10



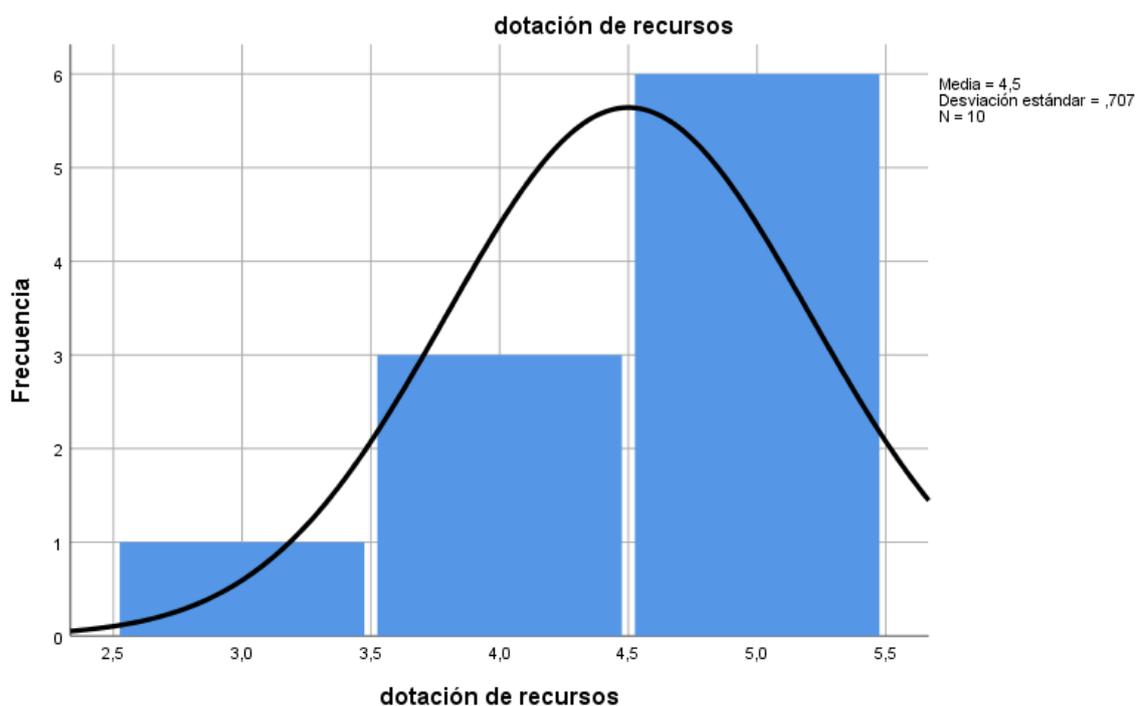
En la tabla 18 y figura 10, se observa los resultados que el 30% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que para una correcta planificación se necesita establecer normas, el 50% indicó estar de acuerdo y el 20% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 19

DOTACIÓN DE RECURSOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	3	30,0	30,0	40,0
	Muy de acuerdo	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 11



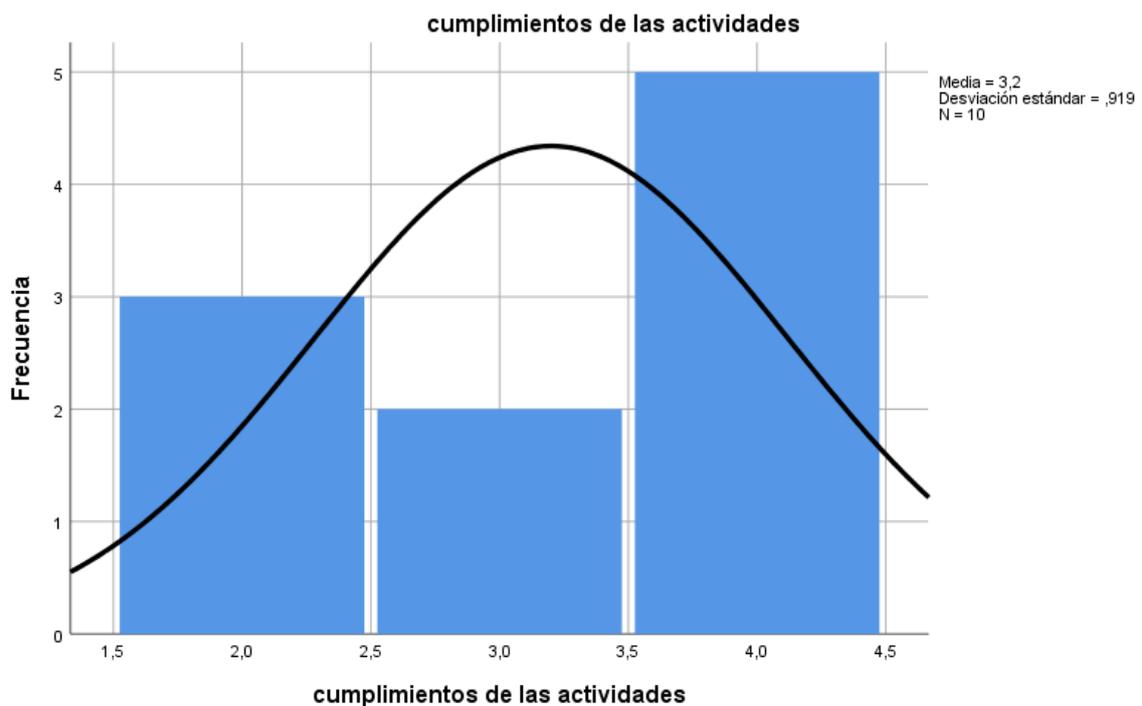
En la tabla 19 y figura 11, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que existe facilidades para la dotación de recursos, el 30% indicó estar de acuerdo y el 60% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 20

CUMPLIMIENTOS DE LAS ACTIVIDADES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	30,0	30,0	30,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20,0	20,0	50,0
	De acuerdo	5	50,0	50,0	100,0
Total		10	100,0	100,0	

Figura 12



En la tabla 20 y figura 12, se observa los resultados que el 30% de la población indicaron estar en desacuerdo en que se designe un cronograma para el cumplimiento de las actividades, el 20% indicó estar de acuerdo y el 50% indicaron estar de acuerdo.

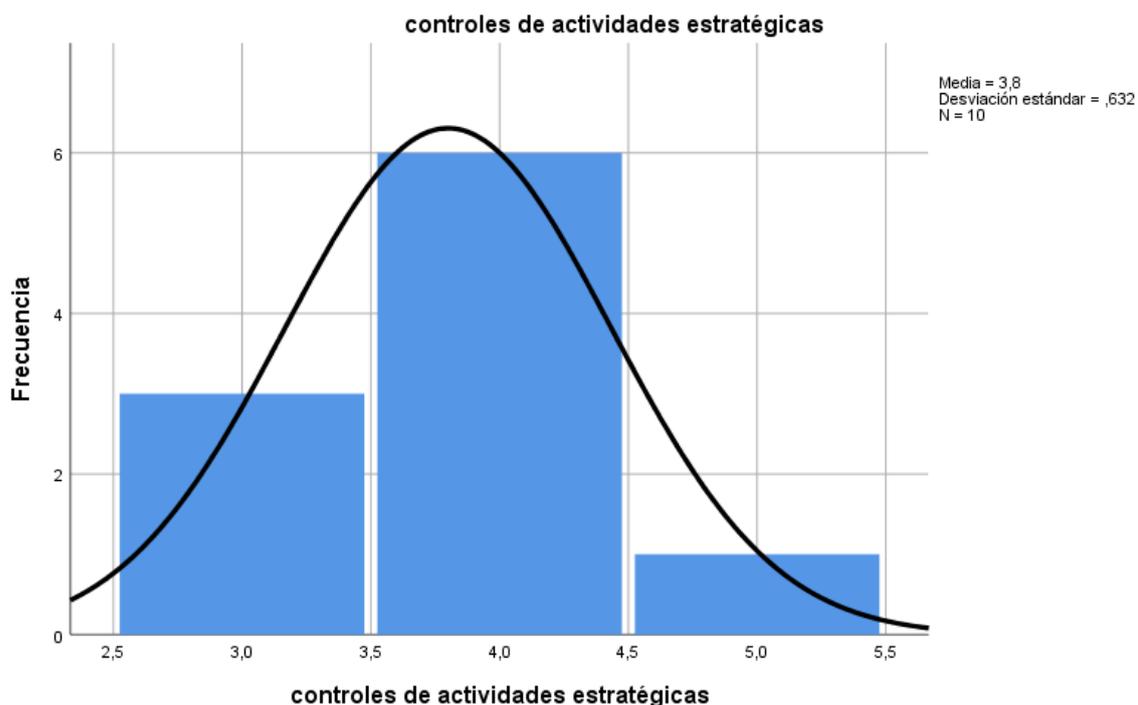
Análisis descriptivo de la dimensión evaluación estratégica

Tabla 21

CONTROLES DE ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	6	60,0	60,0	90,0
	Muy de acuerdo	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 13



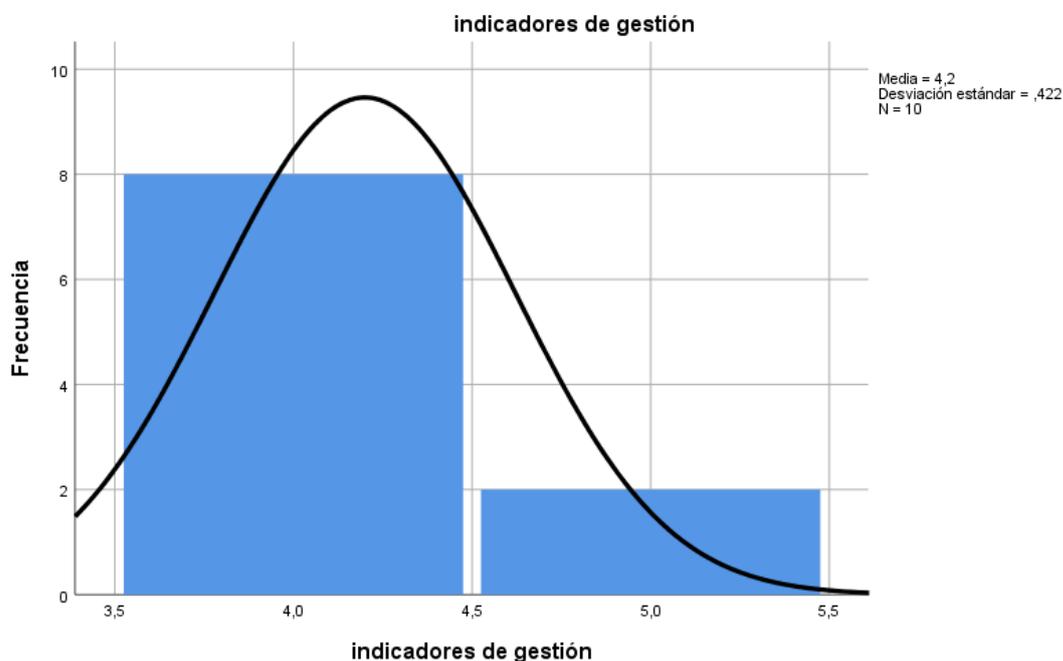
En la tabla 21 y figura 13, se observa los resultados que el 30% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que se realice un control de las actividades, el 60% indicó estar de acuerdo y el 10% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 22

INDICADORES DE GESTIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	8	80,0	80,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 14



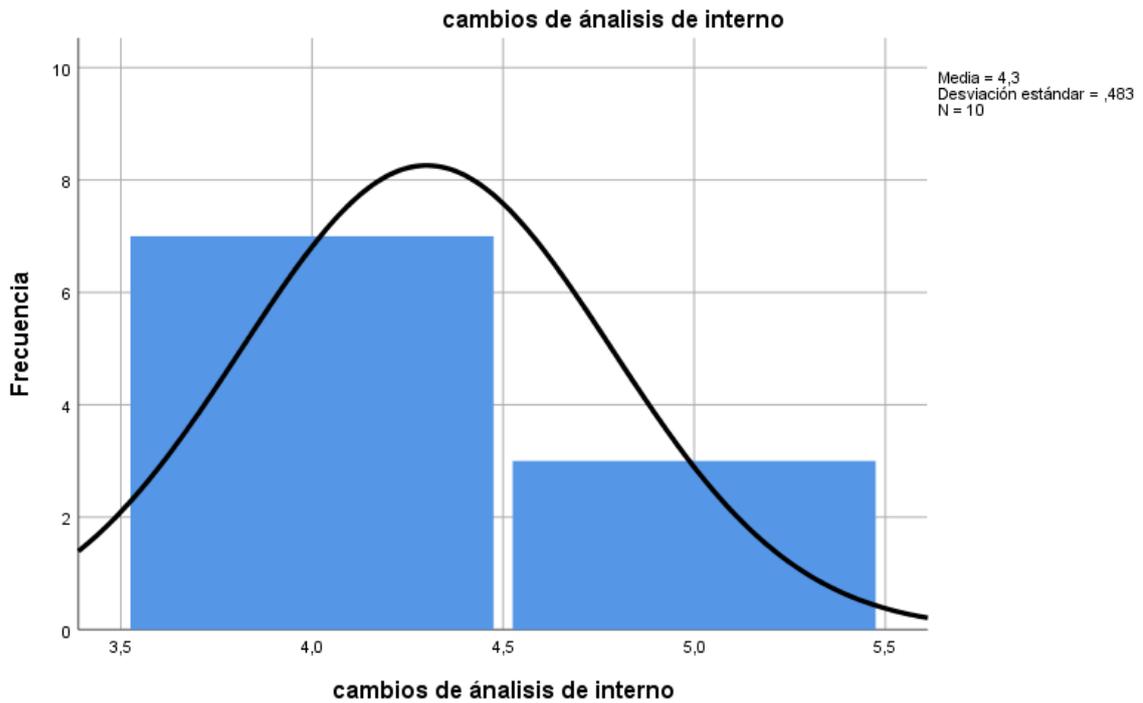
En la tabla 22 y figura 14, se observa los resultados que el 80% de la población indicaron estar de acuerdo en que la mype establece indicadores de gestión para medir el cumplimiento de los objetivos y el 20% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 23

CAMBIOS DE ANÁLISIS DE INTERNO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	7	70,0	70,0	70,0
	Muy de acuerdo	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 15



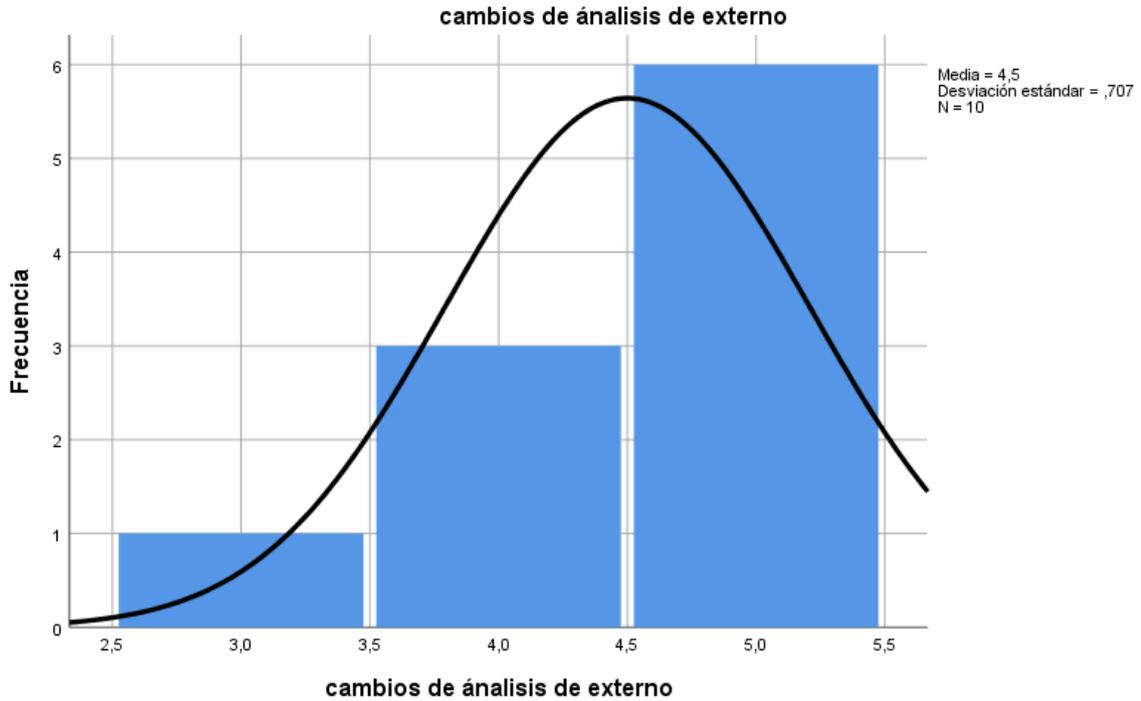
En la tabla 23 y figura 15, se observa los resultados que el 70% de la población indicaron estar de acuerdo en que regularmente se realiza cambios en el análisis interno y el 30% indicaron estar muy de acuerdo.

Tabla 24

CAMBIOS DE ANÁLISIS DE EXTERNO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	3	30,0	30,0	40,0
	Muy de acuerdo	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 16



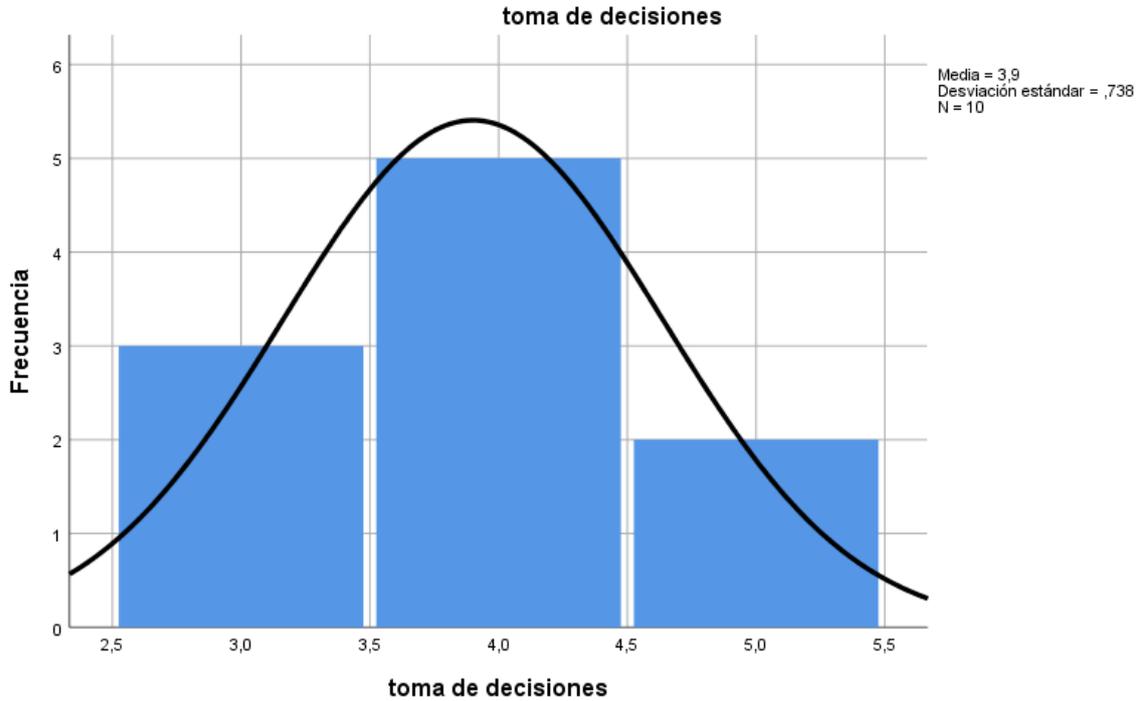
En la tabla 24 y figura 16, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que regularmente se realiza cambios en el análisis externo, el 30% indicó estar de acuerdo y el 60% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 25

TOMA DE DECISIONES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	5	50,0	50,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 17



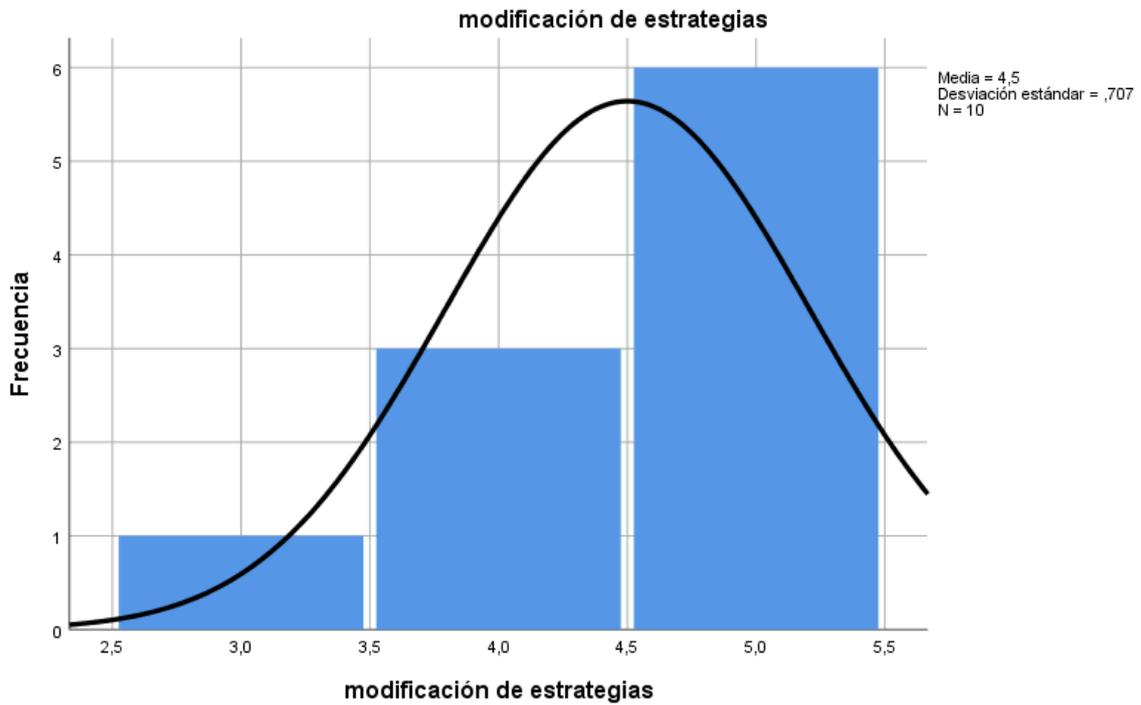
En la tabla 25 y figura 17, se observa los resultados que el 30% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que se toma decisiones de acuerdo a los resultados obtenidos del análisis del entorno, el 50% indicó estar de acuerdo y el 20% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 26

MODIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	3	30,0	30,0	40,0
	Muy de acuerdo	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 18



En la tabla 26 y figura 18, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que se modifica las estrategias de acuerdo a los resultados obtenidos, el 30% indicó estar de acuerdo y el 60% indicó estar muy de acuerdo.

Análisis descriptivo segunda variable Calidad de servicio

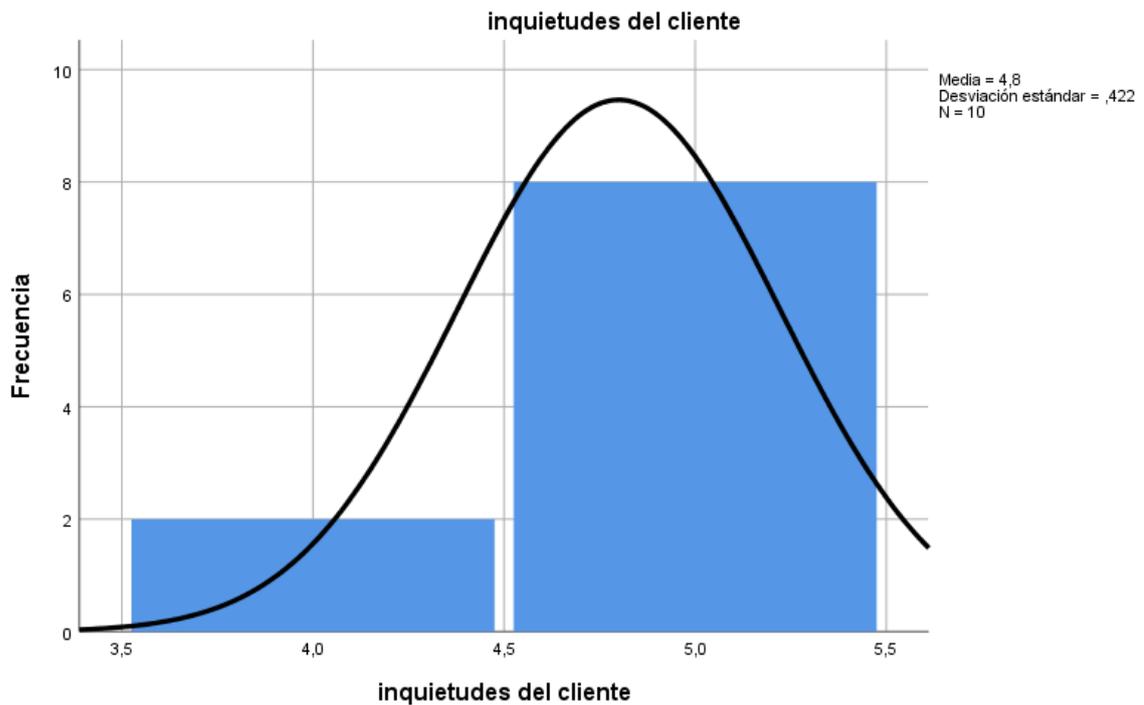
Análisis descriptivo de la dimensión compatibilidad

Tabla 27

INQUIETUDES DEL CLIENTE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	2	20,0	20,0	20,0
Muy de acuerdo	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Figura 19



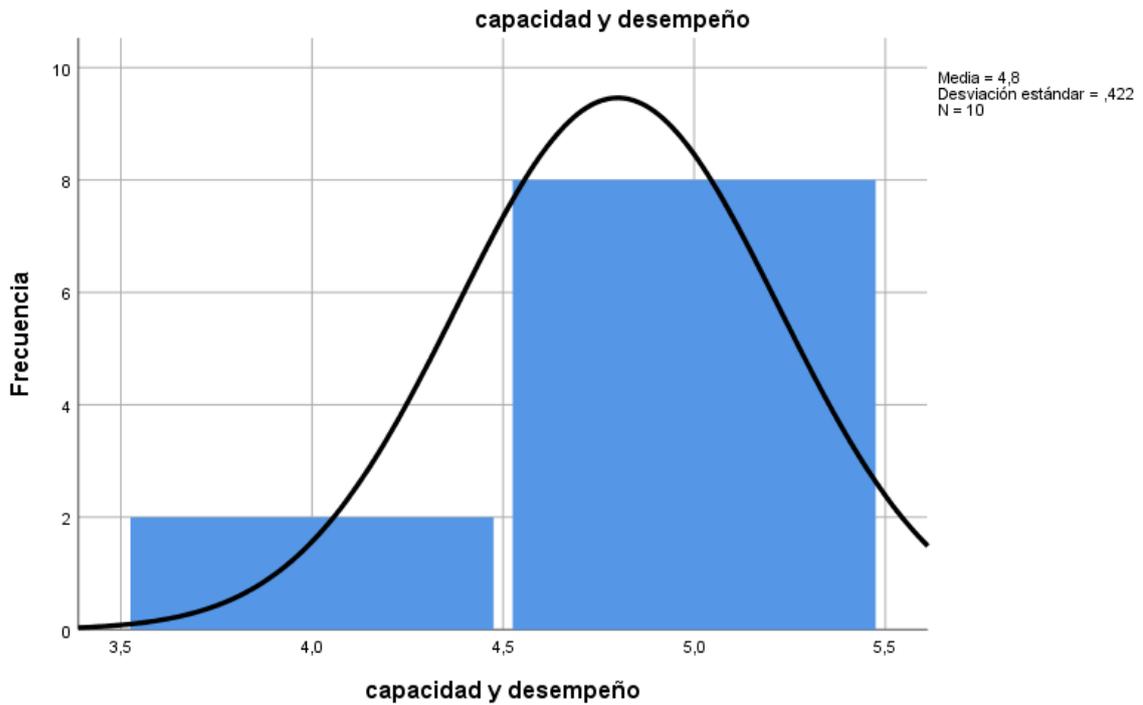
En la tabla 27 y figura 19, se observa los resultados que el 20% de la población indicaron estar de acuerdo en que la mype resuelve todas las inquietudes del cliente y el 80% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 28

CAPACIDAD Y DESEMPEÑO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	2	20,0	20,0	20,0
Muy de acuerdo	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Figura 20



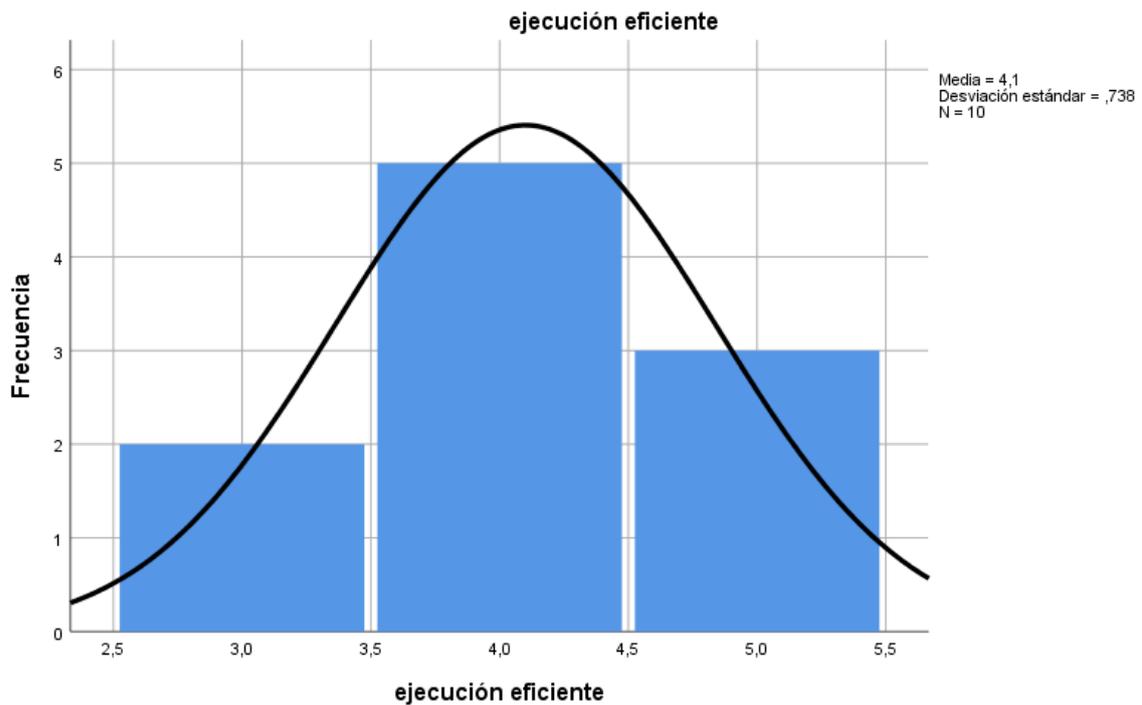
En la tabla 28 y figura 20, se observa los resultados que el 20% de la población indicaron estar de acuerdo en que la mype las reuniones demuestra su capacidad y desempeño, y el 80% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 29

EJECUCIÓN EFICIENTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	5	50,0	50,0	70,0
	Muy de acuerdo	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 21



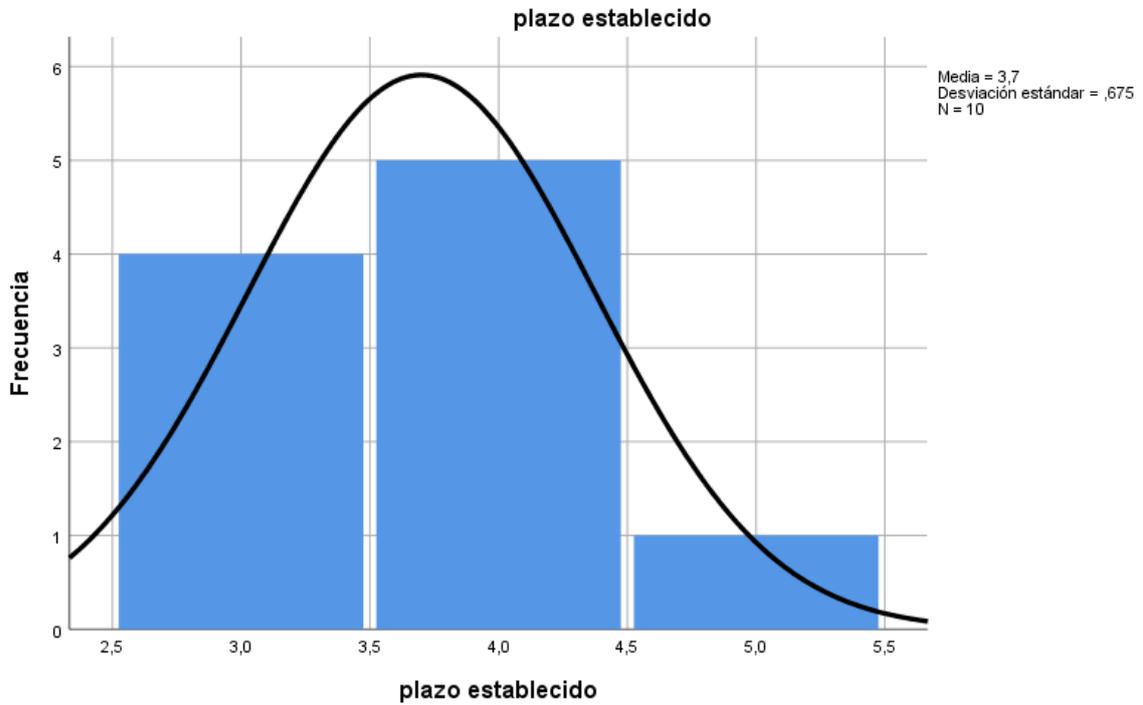
En la tabla 29 y figura 21, se observa los resultados que el 20% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la mype realiza la ejecución del proyecto de arquitectura solicitado de manera eficiente, el 50% indicó estar de acuerdo y el 30% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 30

PLAZO ESTABLECIDO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	40,0	40,0	40,0
	De acuerdo	5	50,0	50,0	90,0
	Muy de acuerdo	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 22



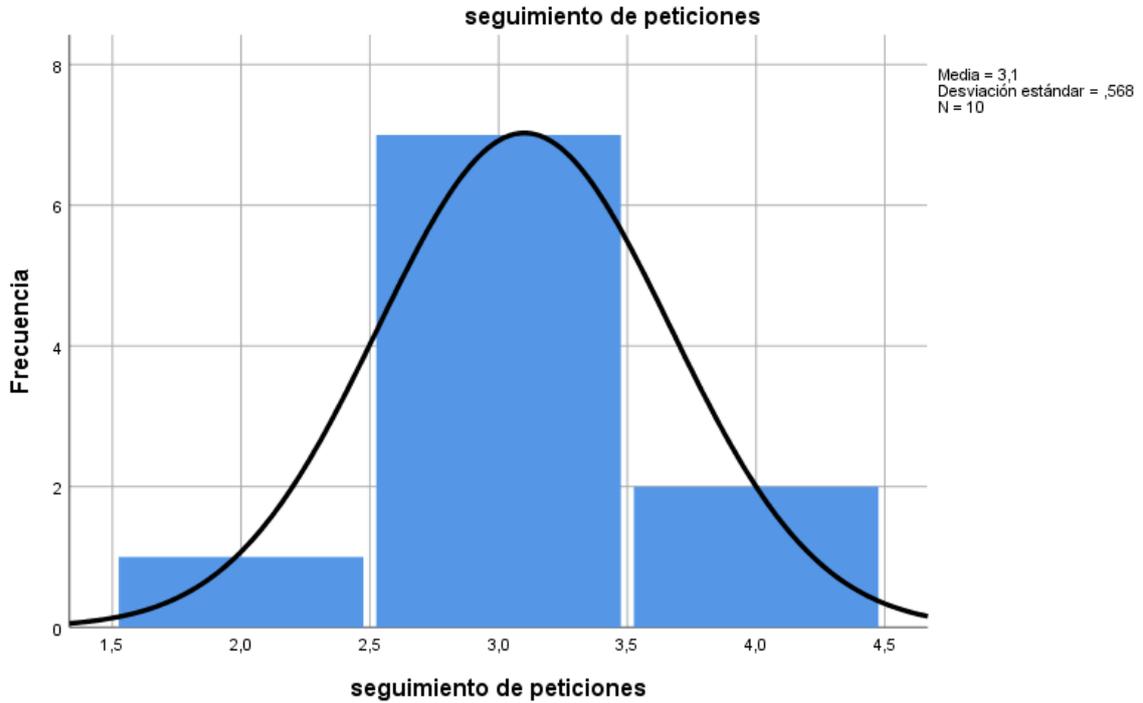
En la tabla 30 y figura 22, se observa los resultados que el 40% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la mype cumple con el plazo establecido de la entrega del diseño solicitado, el 50% indicó estar de acuerdo y el 10% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 31

SEGUIMIENTO DE PETICIONES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	70,0	70,0	80,0
	De acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 23



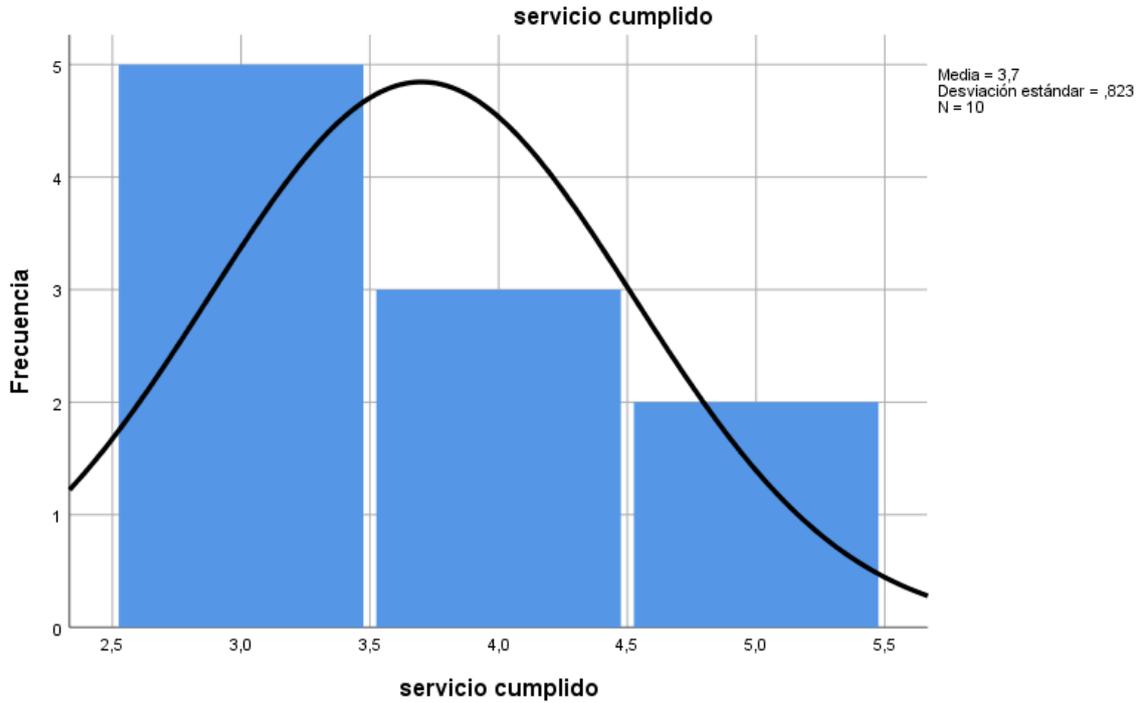
En la tabla 31 y figura 23, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar en desacuerdo en que la mype realice seguimiento en las peticiones del cliente en las primeras reuniones, el 70% indicó estar de ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20% indicó estar de acuerdo.

Tabla 32

SERVICIO CUMPLIDO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	50,0	50,0	50,0
	De acuerdo	3	30,0	30,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 24



En la tabla 32 y figura 24, se observa los resultados que el 50% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la mype cumple con el servicio prometido al cliente, el 30% indicó estar de acuerdo y el 20% indicó estar muy de acuerdo.

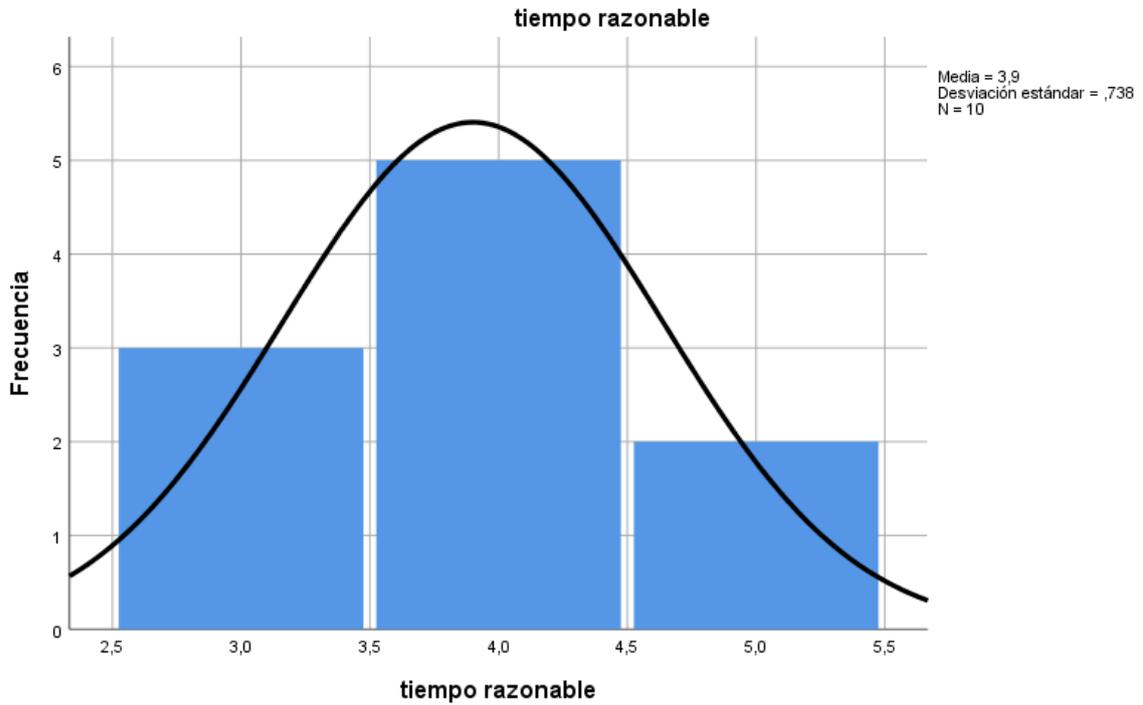
Análisis descriptivo de la dimensión respuesta

Tabla 33

TIEMPO RAZONABLE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	30,0	30,0	30,0
	De acuerdo	5	50,0	50,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 25



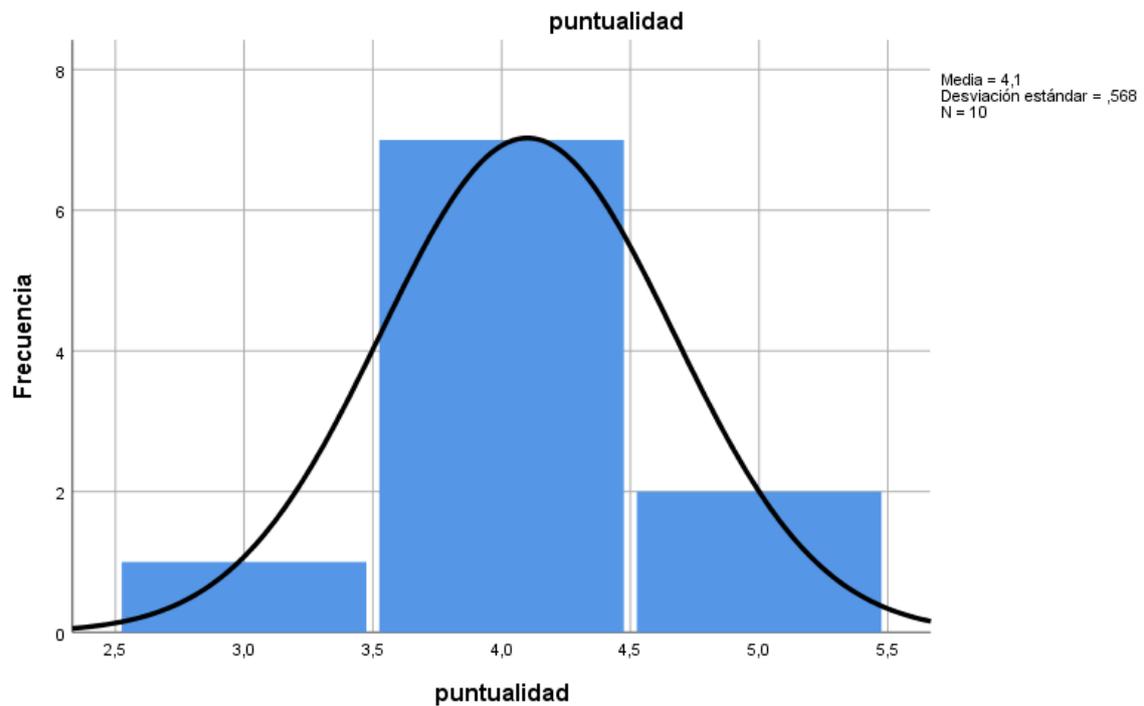
En la tabla 33 y figura 25, se observa los resultados que el 30% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que se brinda un tiempo razonable para la atención al cliente, el 50% indicó estar de acuerdo y el 20% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 34

PUNTUALIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	7	70,0	70,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 26



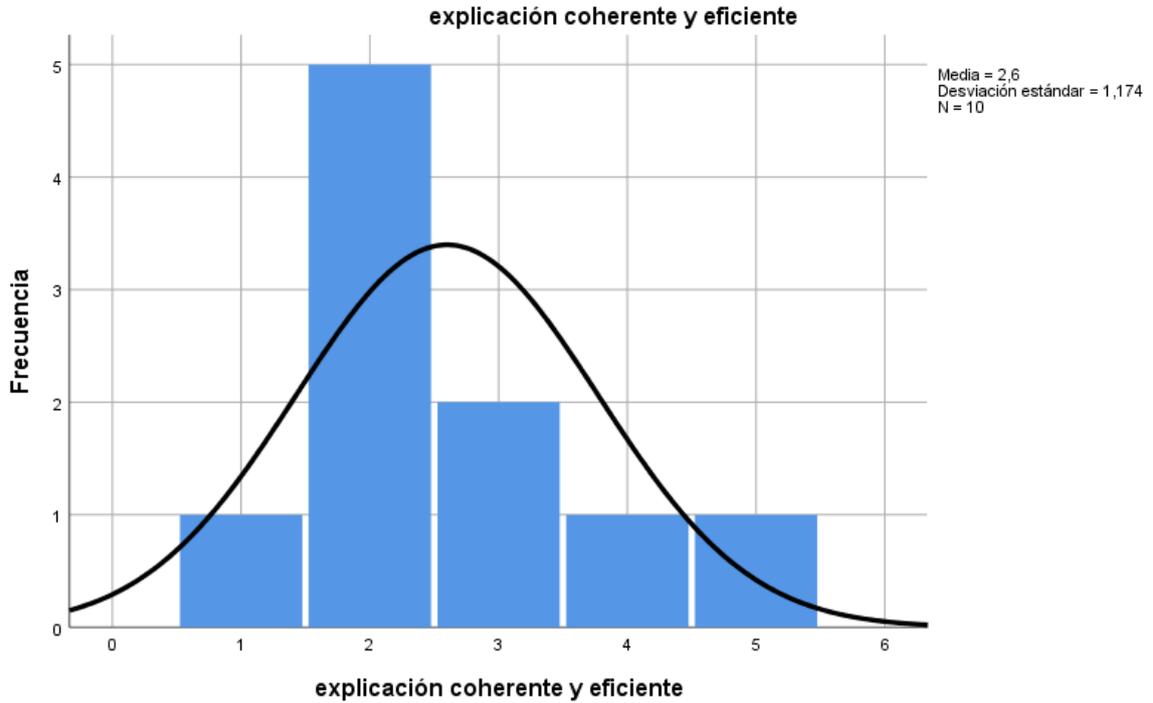
En la tabla 34 y figura 26, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que se comienzan las reuniones de manera puntual, el 70% indicó estar de acuerdo y el 20% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 35

EXPLICACIÓN COHERENTE Y EFICIENTE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
En desacuerdo	5	50,0	50,0	60,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20,0	20,0	80,0
De acuerdo	1	10,0	10,0	90,0
Muy de acuerdo	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Figura 27



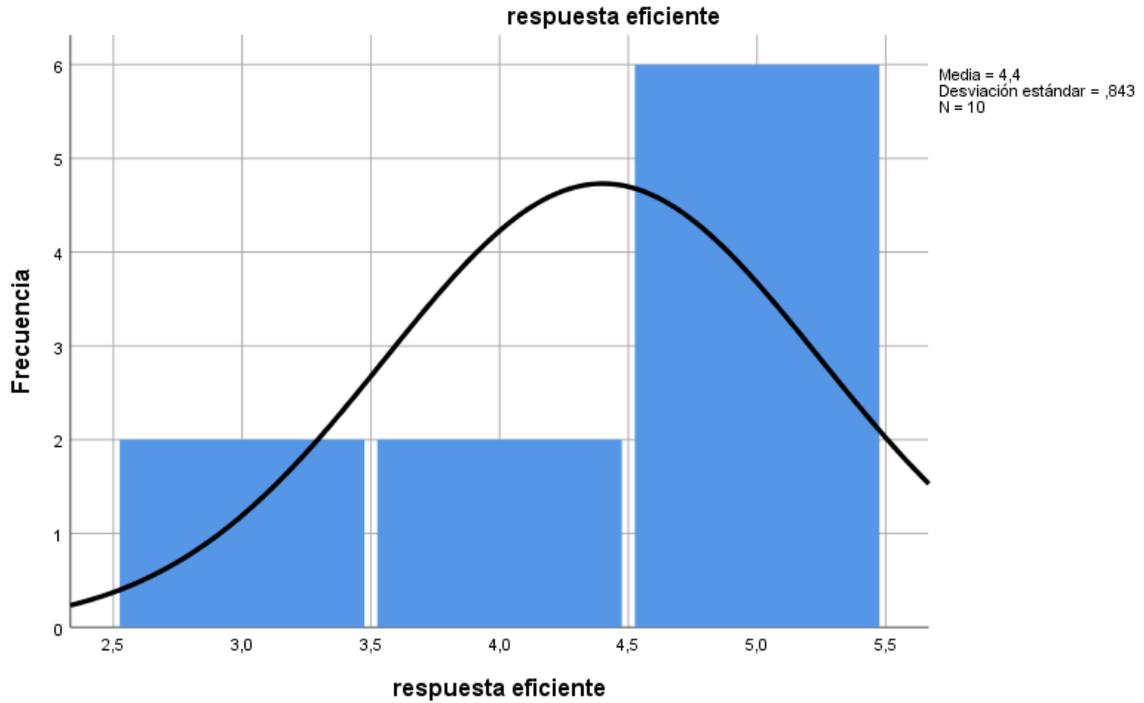
En la tabla 35 y figura 27, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar muy en desacuerdo en que la mype explique de manera coherente y eficiente la realización del trabajo solicitado, un 50% respondió en desacuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% indicó estar de acuerdo y el 10% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 36

RESPUESTA EFICIENTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	2	20,0	20,0	40,0
	Muy de acuerdo	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 28



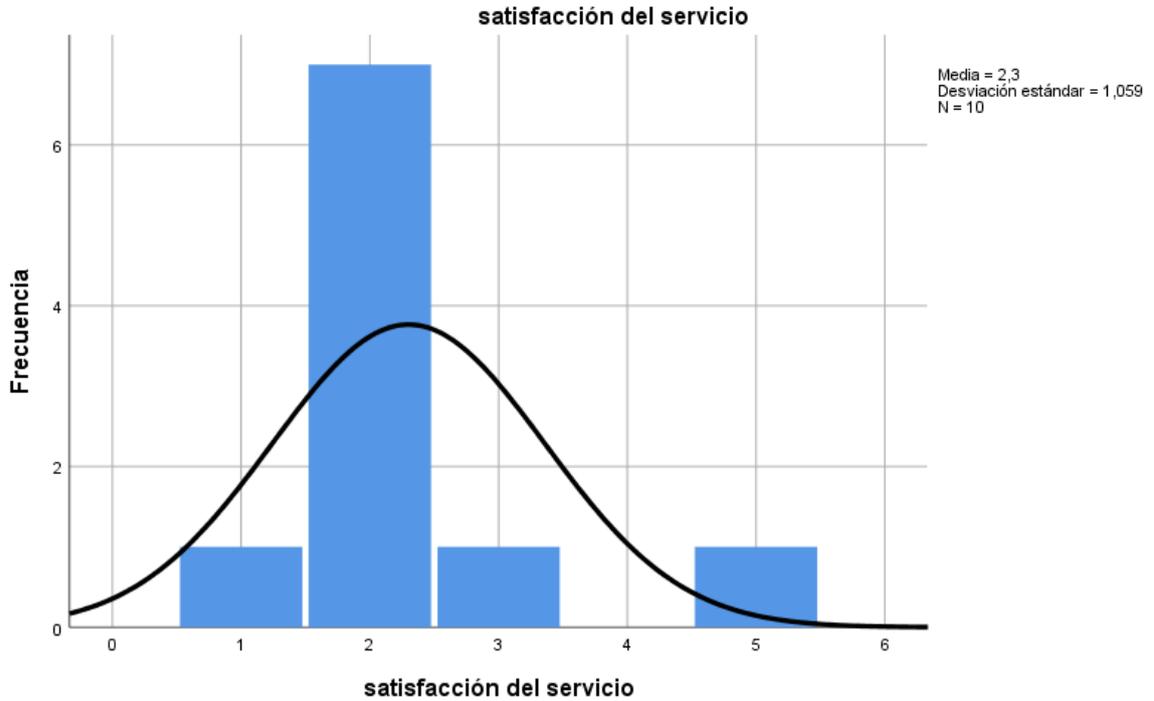
En la tabla 36 y figura 28, se observa los resultados que el 20% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la mype responde de manera eficiente cualquier requerimiento que solicite, el 20% indicó estar de acuerdo y el 60% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 37

SATISFACCIÓN DEL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
	En desacuerdo	7	70,0	70,0	80,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	90,0
	Muy de acuerdo	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 29



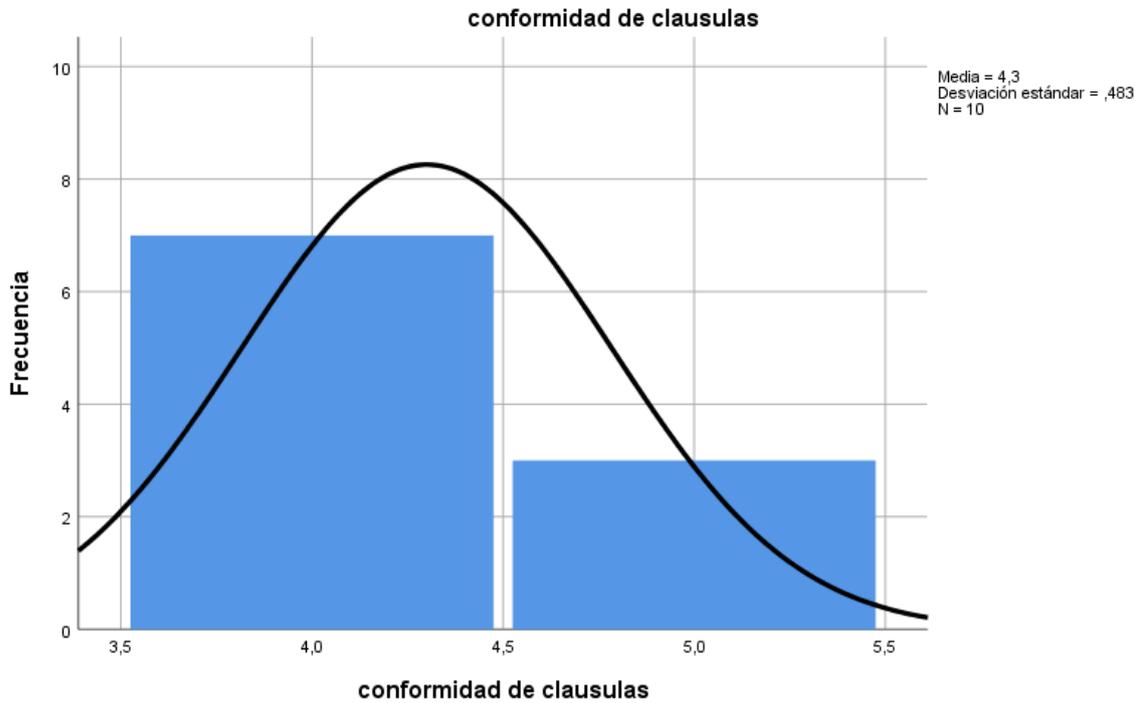
En la tabla 37 y figura 29, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar muy en desacuerdo en que la mype quedar satisfechos con los cambios realizados al diseño inicial, un 70% respondió en desacuerdo, el 10% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 10% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 38

CONFORMIDAD DE CLAUSULAS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	7	70,0	70,0	70,0
Muy de acuerdo	3	30,0	30,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Figura 30



En la tabla 38 y figura 30, se observa los resultados que el 70% de la población indicaron estar de acuerdo con las clausulas acordadas por ambas partes y el 30% indicó estar muy de acuerdo.

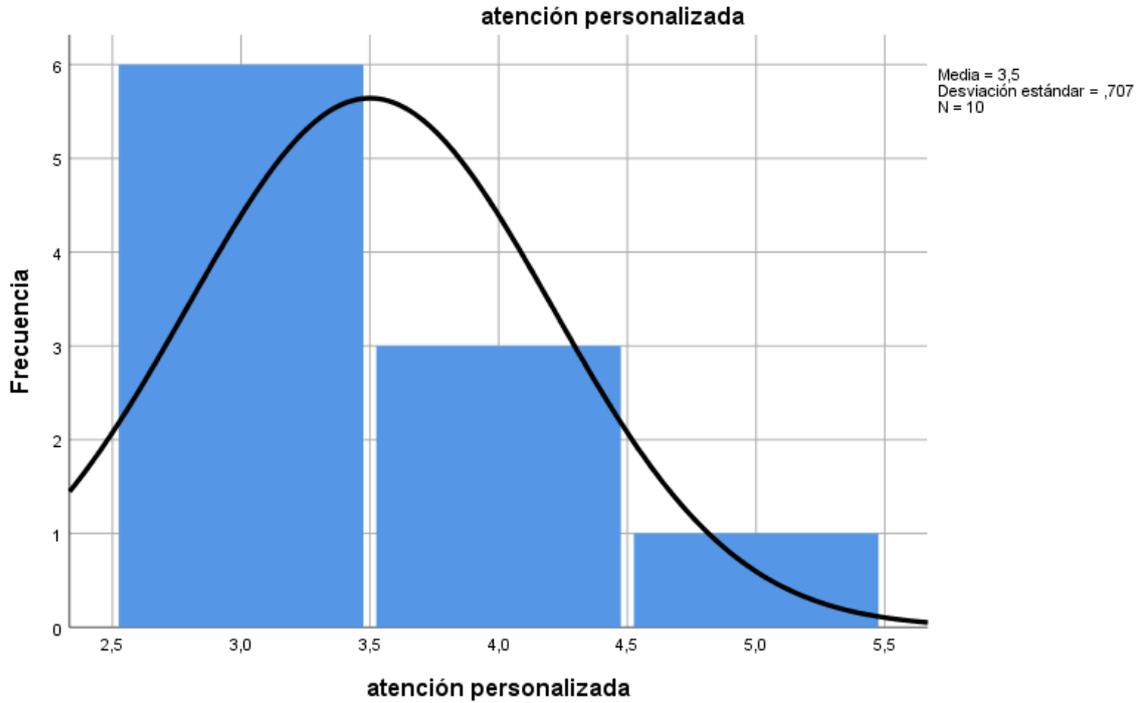
Análisis descriptivo de la dimensión empatía

Tabla 39

ATENCIÓN PERSONALIZADA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	60,0	60,0	60,0
	De acuerdo	3	30,0	30,0	90,0
	Muy de acuerdo	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 31



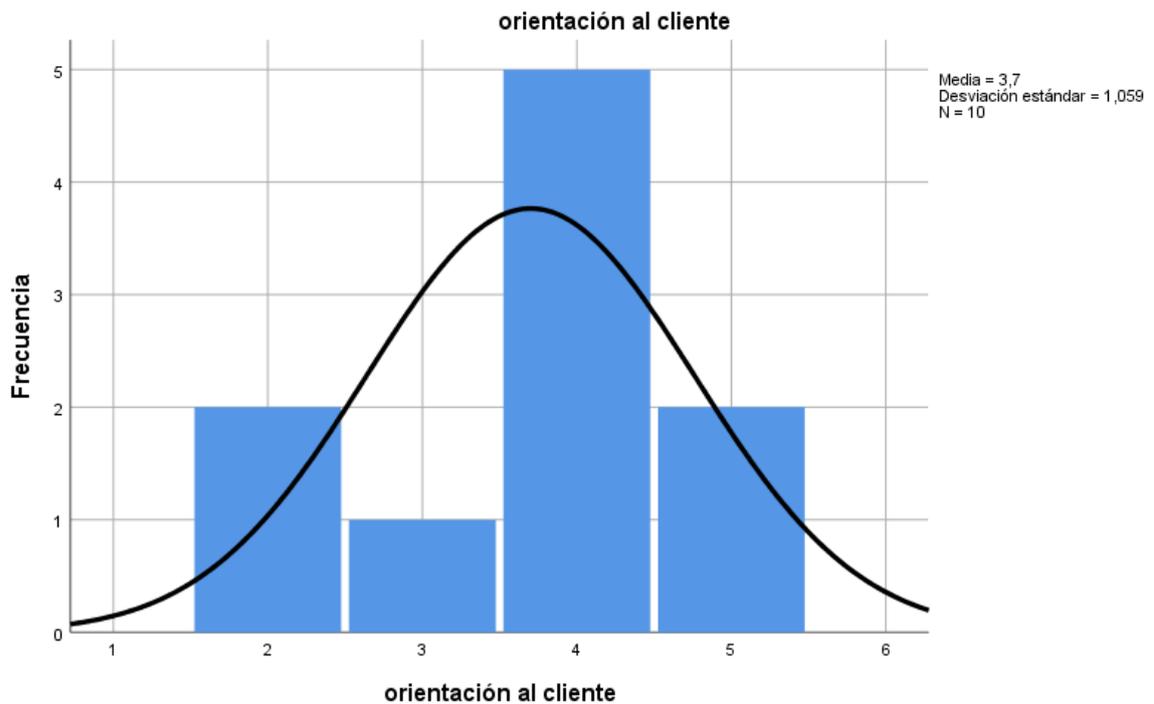
En la tabla 39 y figura 31, se observa los resultados que el 60% de la población indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en recibir una atención personalizada hasta la finalización del servicio, el 30% indicó estar de acuerdo y el 10% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 40

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	20,0	20,0	20,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10,0	10,0	30,0
	De acuerdo	5	50,0	50,0	80,0
	Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 32



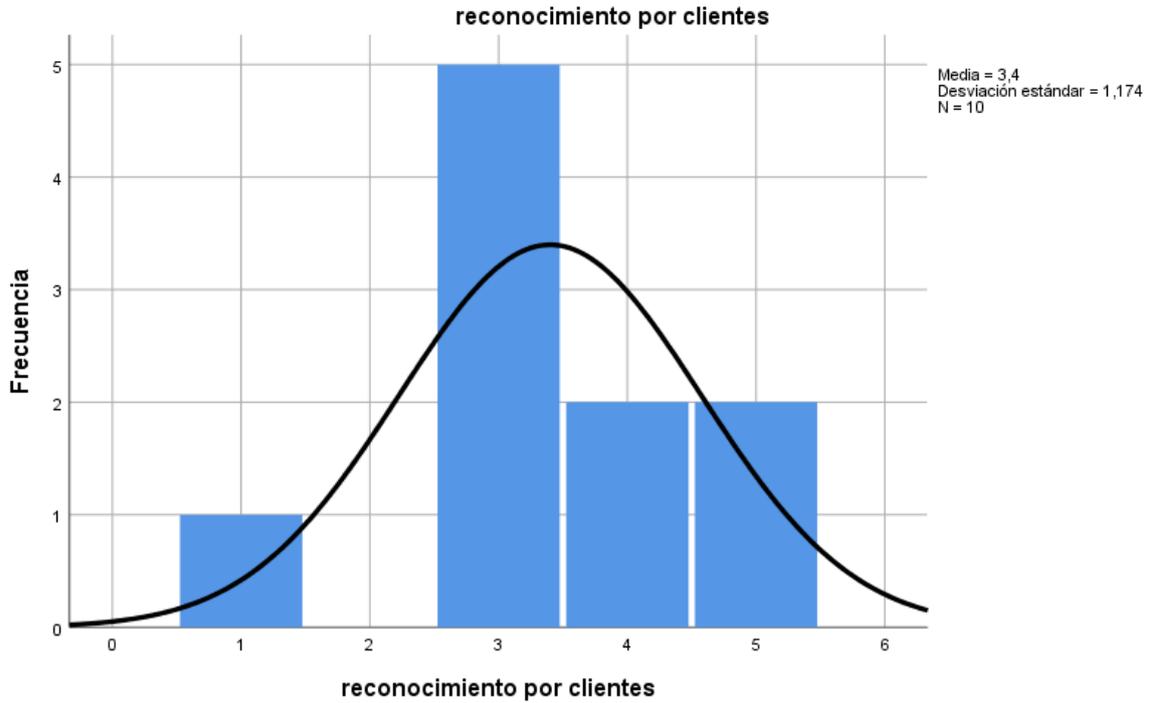
En la tabla 40 y figura 32, se observa los resultados que el 20% de la población indicaron estar en desacuerdo en que la mype oriente hacia una mejor opción del servicio, un 10% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 50% indicó estar de acuerdo y el 20% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 41

RECONOCIMIENTO POR CLIENTES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy en desacuerdo	1	10,0	10,0	10,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	50,0	50,0	60,0
De acuerdo	2	20,0	20,0	80,0
Muy de acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Figura 33



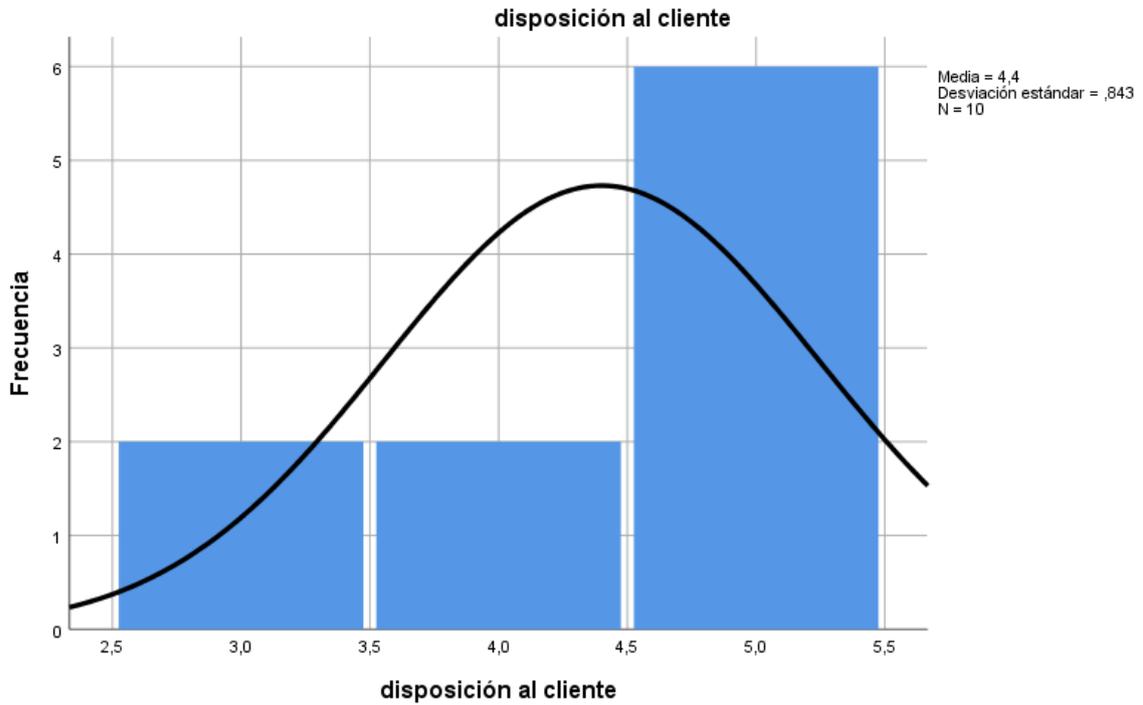
En la tabla 41 y figura 33, se observa los resultados que el 10% de la población indicaron estar en desacuerdo en que la atención de la mype sea reconocida por los clientes, un 50% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% indicó estar de acuerdo y el 20% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 42

DISPOSICIÓN AL CLIENTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	2	20,0	20,0	40,0
	Muy de acuerdo	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 34



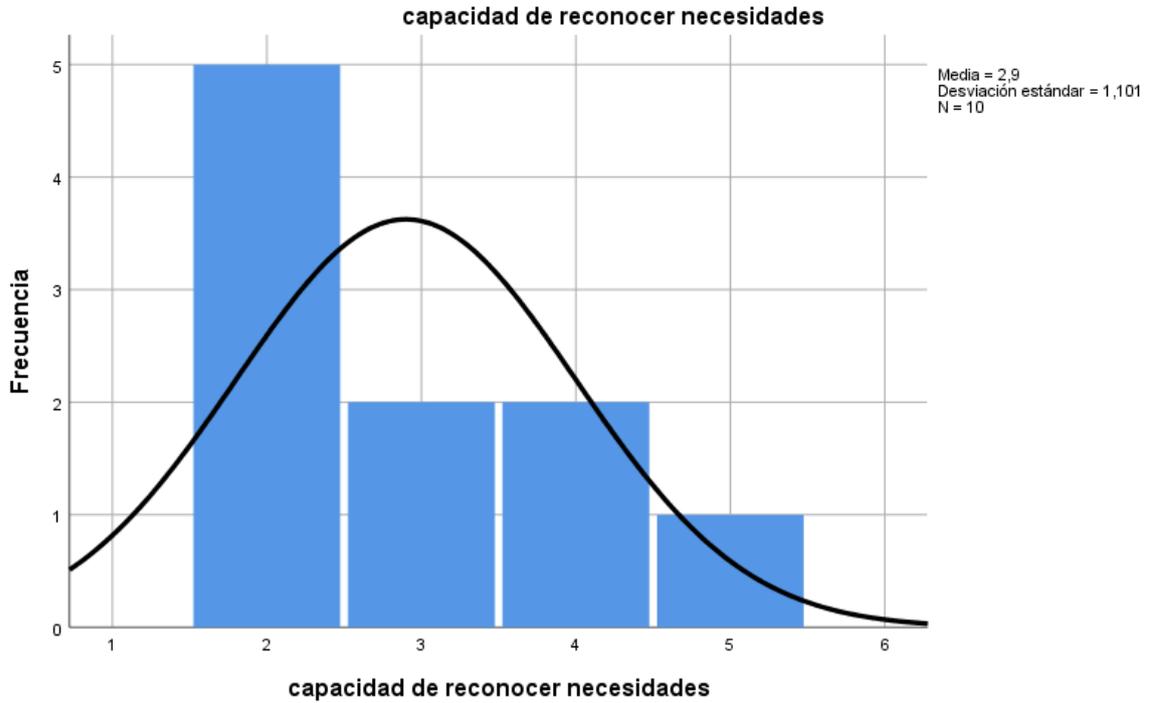
En la tabla 42 y figura 34, se observa los resultados que el 20% de la población indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la mype siempre este a disposición del cliente, el 20% indicó estar de acuerdo y el 60% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 43

CAPACIDAD DE RECONOCER NECESIDADES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	5	50,0	50,0	50,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20,0	20,0	70,0
De acuerdo	2	20,0	20,0	90,0
Muy de acuerdo	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Figura 35



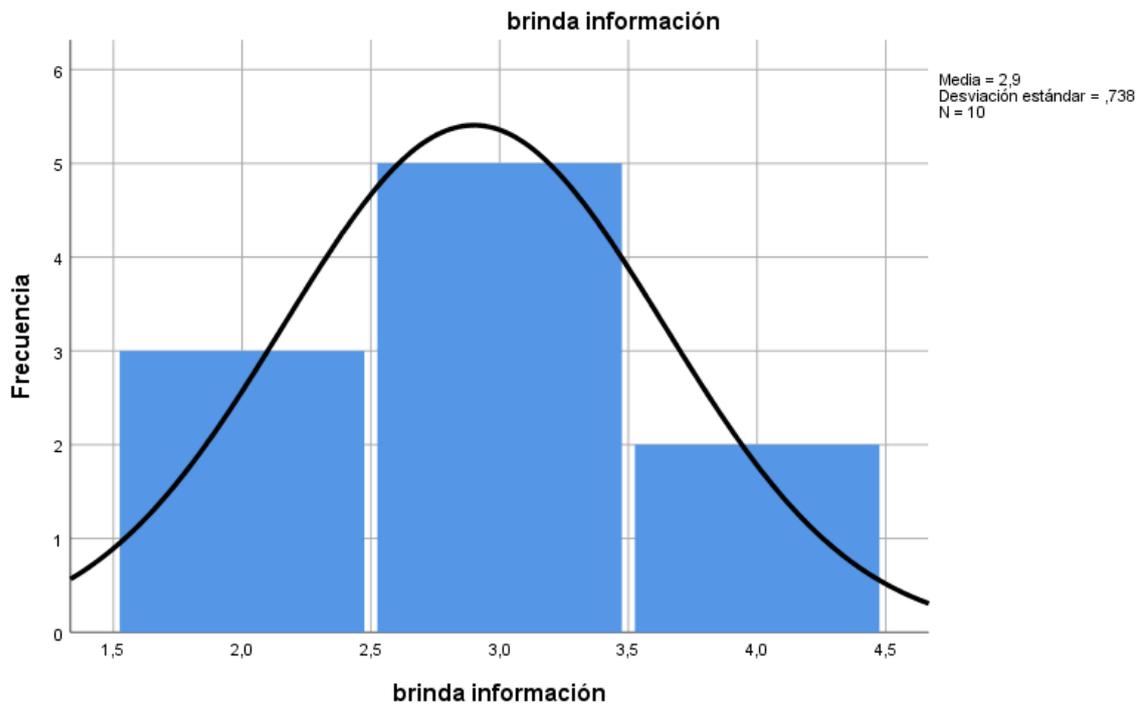
En la tabla 43 y figura 35, se observa los resultados que el 50% de la población indicaron estar en desacuerdo en la capacidad de la mype en reconocer necesidades del cliente, un 20% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% indicó estar de acuerdo y el 10% indicó estar muy de acuerdo.

Tabla 44

BRINDA INFORMACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	30,0	30,0	30,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	50,0	50,0	80,0
	De acuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Figura 36



En la tabla 44 y figura 36, se observa los resultados que el 30% de la población indicaron estar en desacuerdo en que la mype brinde información constante sobre los proyectos, el 50% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20% indicó estar muy de acuerdo.