



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Planeamiento estratégico y calidad de servicio a los clientes en una
empresa constructora 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Rocío del Pilar Sánchez Pacheco (ORCID0000-0002-0384-9515)

ASESORA:

Dra. Yvette Cecilia Plasencia Mariños (ORCID: 0000-0002-8063-9781)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios, por haberme permitido lograr mi objetivo y haberme dado salud, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre por ser la mujer que me llena de orgullo y porque no hay manera de devolver lo que me ofreció desde que nací.

A mi familia que son la inspiración, para cumplir mis ideales y quienes son un pilar fundamental en mi formación como persona, así mismo estuvieron siempre en todo momento apoyándome.

Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo por brindar la formación continua y por su gran aporte a la sociedad.

A mi asesora Dra. Yvette Cecilia Plasencia Mariños, quien gracias a sus consejos y explicaciones detalladas y minuciosas día tras día, hizo posible la finalización de esta tesis.

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficas y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	13
III. METODOLOGÍA	39
3.1. Diseño de investigación	39
3.2. Variables, Operacionalización	41
3.3. Población y muestra	43
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad	46
3.5. Procedimientos	53
3.6. Métodos de análisis de datos	54
3.7. Aspectos éticos	55
IV. RESULTADOS	56
V. DISCUSIÓN	72
VI. CONCLUSIONES	84
VII. RECOMENDACIONES	89
REFERENCIAS	92
ANEXOS	99

Índice de tablas

Tabla 1 Problemas	10
Tabla 2 Objetivos	10
Tabla 3 Hipótesis	11
Tabla 4 Operacionalización de var 1 planeamiento estratégico	41
Tabla 5 Operacionalización de var 2 calidad de servicio	43
Tabla 6 Población y muestra	45
Tabla 7 Tarjeta test de planeamiento estratégico	47
Tabla 8 Tarjeta test de calidad de servicio	47
Tabla 9 Validez del cuestionario planeamiento estratégico basado en el contenido a través de la V de Aiken	48
Tabla 10 Validez del cuestionario calidad de servicio basado en el contenido a través de la V de Aiken	50
Tabla 11 Confiabilidad del test planeamiento estratégico	53
Tabla 12 Confiabilidad del test calidad de servicio	53
Tabla 13 Estadística descriptiva de la variable planeamiento estratégico	56
Tabla 14 Estadística descriptiva de la dimensión 1 declaraciones organizacionales	57
Tabla 15 Estadística descriptiva de la dimensión 2 objetivos a largo plazo	58
Tabla 16 Estadística descriptiva de la dimensión 3 gestión estratégica	59
Tabla 17 Estadística descriptiva de la dimensión 4 implementación del plan estratégico	60
Tabla 18 Estadística descriptiva de la dimensión 5 control estratégico	61
Tabla 19 Estadística descriptiva de la variable 2 calidad de servicio	62
Tabla 20 Prueba de normalidad para las variables y dimensiones	63
Tabla 21 Niveles de correlación de Spearman	64
Tabla 22 Prueba de hipótesis general	64
Tabla 23 Prueba de hipótesis específica 1	65
Tabla 24 Prueba de hipótesis específica 2	67
Tabla 25 Prueba de hipótesis específica 3	68
Tabla 26 Prueba de hipótesis específica 4	69
Tabla 27 Prueba de hipótesis específica 5	70

Índice de gráficas y figuras

Figura 1 Fórmula para el cálculo de la muestra	44
Figura 2 Frecuencias de la variable planeamiento estratégico	56
Figura 3 Frecuencias de la dimensión 1 declaraciones organizacionales	57
Figura 4 Frecuencias de la dimensión 2 objetivos a largo plazo	58
Figura 5 Frecuencias de la dimensión 3 gestión estratégica	59
Figura 6 Frecuencias de la dimensión 4 implementación del plan estratégico	60
Figura 7 Frecuencias de la dimensión 5 control estratégico	61
Figura 8 Frecuencias de la variable 2 calidad de servicio	62

Resumen

La presente tesis tuvo como objetivo general describir la relación entre el planeamiento estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021. Para lo cual se empleó las teorías propuestas por Doost (2017) sobre la variable planeamiento estratégico y Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) sobre la variable calidad de servicio. Respecto a la metodología de la investigación, se realizó una investigación de tipo aplicada, de diseño no experimental de corte transversal y de nivel descriptivo correlacional. Se aplicaron dos cuestionarios a través de la técnica de encuestas a una muestra de 131 clientes fidelizados de una población conformada por 203 individuos. Los datos obtenidos por los instrumentos de medición fueron debidamente procesados en el programa estadístico “SPSS Statistics Versión 23”. Mediante el cual se concluyó que existe una relación del 66,1% entre el planeamiento estratégico y la calidad de servicio a un nivel de significancia del 0,005. Asimismo, las dimensiones declaraciones organizacionales (41,5%), objetivos a largo plazo (76,8%), gestión estratégica (35,1%), implementación (82.9%) y control estratégico (75,8%) también se relacionan con la calidad de servicio.

Palabras claves: Planeamiento estratégico, implementación y calidad de servicio.

Abstract

The general objective of this thesis was to describe the relationship between strategic planning and the quality of service to clients in a construction company, 2021. For which the theories proposed by Doost (2017) on the variable strategic planning and Ganga were used, Alarcón and Pedraja (2019) on the quality of service variable. Regarding the research methodology, an applied research was carried out, with a non-experimental cross-sectional design and a correlational descriptive level. Two questionnaires were applied through the survey technique to a sample of 131 loyal customers from a population made up of 203 individuals. The data obtained by the measurement instruments were duly processed in the statistical program "SPSS Statistics Version 23". Through which it was concluded that there is a 66.1% relationship between strategic planning and service quality at a significance level of 0.005. Likewise, the dimensions organizational statements (41.5%), long-term objectives (76.8%), strategic management (35.1%), implementation (82.9%) and strategic control (75.8%) are also related with the quality of service.

Keywords: Strategic planning, implementation and quality of service.

I. INTRODUCCIÓN

A escala global, las empresas logran gestionar de forma exitosa la calidad en sus servicios de acuerdo con los requisitos y el nivel de competitividad que plantea el mercado internacional, que requiere la integración del proceso de cada operación, la gestión de recursos, la delegación de responsabilidad, estructuras organizativas y, en general, procedimientos para hacer sus productos o servicios más competitivos, lo que implica mejorar el proceso organizativo con la finalidad de incrementar el desempeño a largo plazo a través de un documento en el que se organicen de forma detallada los objetivos a alcanzar y todas las actividades a seguir para concretarlos de forma exitosa. En tal sentido George, Walker, y Monster (2019), refieren que la solución a esta inquietud es el desarrollo de una planificación estratégica como un enfoque de gestión ampliamente adoptado en las organizaciones contemporáneas debido a que es una práctica rigurosa en organizaciones públicas y privadas que tiene consecuencias positivas para el desempeño organizacional o para áreas específicas en las que se hallan planteado. Por lo tanto, se establecen ciertas la política de calidad, los objetivos estratégicos y el enfoque de lograrlos como una plena convicción de la realización de los compromisos con los clientes nacionales e internacionales.

A partir de las mejoras en la gestión de la calidad de los servicios por parte de las empresas, es necesario producir más y mejores servicios por lo que en el planeamiento de su gestión se necesita prestar más atención a las necesidades del consumidor, mejorar las condiciones de acceso, reducir los costos y maximizar las ganancias económicas para las empresas y un servicio de calidad para el cliente. En concordancia con esto, Bryson, Hamilton y Van (2018, p. 319) exponen que la planificación estratégica se constituye como un esfuerzo deliberativo y con alta disciplina a fin de optimizar la toma de decisiones y efectuar las actividades trascendentales que moldean y direccionan a las organizaciones (u otra entidad), a lo que se dedica y porqué se dedica a ese rubro en tanto que puede aplicarse a organizaciones o partes de la misma; funciones intra organizacionales tales como las finanzas, los recursos humanos o más específicamente el marketing impulsadas por un propósito y diseñadas para cumplir funciones específicas, tales como

proponer y gestionar la aplicación de iniciativas en calidad del servicio prestado por la empresa a sus clientes; por lo tanto, puede ser y a menudo es parte de la práctica más amplia de la gestión estratégica que vincula la planificación con la implementación de forma continua.

Al respecto, Oschman (2017) en un estudio realizado con las principales organizaciones en Sudáfrica a través de un cuestionario que utilizó para recopilar datos sobre planificación estratégica de miembros en diferentes niveles de gestión de ocho instituciones sudafricanas analizó el rol esencial de la planificación estratégica (PE) respecto a la calidad del servicio (CS) y sus productos, logró determinar que la PE se considera como una variable importante para concretar la visión de la empresa, lo que confirma que la implementación de la planificación estratégica en un marco de desarrollo es igualmente importante que la gestión de la calidad para efectuar los objetivos organizacionales. En el mismo orden de ideas Frenczy (2020), plantea que la razón más obvia para participar en la planificación estratégica corporativa es que proporciona dirección y enfoque a través de un documento escrito. Tener una misión y una visión claramente articuladas permite a la empresa desarrollar un plan estratégico que es una hoja de ruta literal para el éxito; es por ello que es considerado una valiosa herramienta de gestión del desarrollo, porque permite a las organizaciones comprender y mejorar a través de la enunciación de un plan, la visión, misión, el marco político, metas, objetivos y estrategias para el logro de las mismas; a través de la asignación y la administración efectiva de cada recurso por lo que la implementación de estos planes puede ser visto como un factor importante.

También los investigadores Aguru, Orsaah y Umogbai, (2018), en una investigación desarrollada con el objetivo general de identificar el efecto del plan estratégico y la implementación de la estrategia en la calidad de servicio de un proveedor de redes de telecomunicaciones popular en Nigeria fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Akingbade (2014) quien expresa que la planificación estratégica ha demostrado ser un predictor importante de un mayor desempeño organizacional, las prácticas estratégicas se han relacionado con la mejora del desempeño general de la empresa; asimismo, en Mohammed y John (2012) quienes afirman que la calidad de servicio es el resultado de comprar las

expectativas y la percepción que tienen los clientes en función a los siete factores de la calidad: tangibilidad, relevancia, responsabilidad, seguridad, empatía, red de trabajo y ventaja competitiva. Mediante un método investigativo desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos, de tipo aplicado, siguiendo los diseños de investigación no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2018 para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de la toma de cuestionarios estructurados acerca de la planificación estratégica y la calidad de servicio, los cuales fueron administrados aleatoriamente a 656 miembros del personal de la organización en el eje norte central. Encontraron que la planificación estratégica tuvo relación directa con la calidad del servicio en la institución estudiada; asimismo, que la implementación de la estrategia tuvo un efecto significativo en la calidad del servicio. En tal sentido esta investigación es de considerable valor para la presente tesis puesto que consintió en evidenciar la validez y fiabilidad estadística de un nuevo cuestionario relacionado a la medición de la calidad de servicio basado en siete dimensiones obtenidas mediante el análisis factorial para medir las dimensiones significativas: tangibilidad, fiabilidad, sensibilidad, garantía, empatía, calidad de la respuesta y la ventaja competitiva.

Asimismo, Wandera (2018), en un estudio en el que buscó identificar la influencia de la implementación del PE en la CS en los hospitales públicos del condado de Kiambu, Kenia. A fin de lograr esta propuesta el investigador fundamentó sus planteamientos, principalmente, en las teorías de Mutuli (2014), quien afirma que el éxito de cualquier organización depende en gran medida de cómo gestiona un plan estratégico en el entorno turbulento en el que opera por lo que una vez que se formula una estrategia. La implementación de la estrategia es una de las partes finales del proceso de gestión estratégica y actúa como una prueba de fuego para la competencia de la dirección; asimismo, Kenyanya (2015), refiere que la calidad del servicio es un logro en el servicio al cliente que cumple o supera las expectativas del cliente sin dejar de ser económicamente competitivo, las organizaciones con mejor calidad de servicio han seguido aumentando su rentabilidad y siguen siendo competitivas en el mercado que aquellas con mala calidad de servicio. Mediante el método investigativo de los estudios cuantitativos

de tipo aplicado, siguiendo los diseño de investigación no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2018; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones de la planificación estratégica y calidad del servicio y sus respectivas dimensiones, para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas mediante la toma de cuestionarios estructurados afines a la planificación estratégica y la calidad de servicio, los cuales fueron administrados aleatoriamente a una muestra de 50 oficiales a cargo de las instalaciones de salud pública en el condado de Kiambu. Al finalizar el estudio el investigador identificó que la efectividad de un plan estratégico afecta en el 48,1% la calidad en el servicio a los pacientes de los hospitales. En tal sentido, esta investigación es relevante para la presente tesis puesto que permitió identificar que con base a la revisión de los últimos estudios la planificación estratégica puede analizarse de forma global desde cuatro factores percibidos por los clientes, entre los que destacan: el sistema de información, formación y bienestar del personal, liderazgo y gobernanza y la movilización y asignación de recursos.

Por su parte, Hamed (2020), en un estudio llevado a cabo con la finalidad de establecer las reglas que rigen la planificación y la gestión estratégica especialmente en referencia al sistema de implementación de estrategias de Hoshin Kanri. A fin de lograr esta propuesta el investigador fundamentó sus planteamientos en las teorías de Soliman (2016), quien define que la planificación puede ser equilibrada y cambiada durante la tarea, por si acaso se hace evidente que los objetivos no se cumplirán, el ciclo de progreso planificar-hacer-verificar-actuar, por regla general, gira varias veces para probar qué funciona y qué no. El método investigativo fue desarrollado en función a una revisión sistemática de la literatura utilizando las bases de datos MEDLINE, EMBASE, Scopus y Emerald, que dio como resultado la selección de artículos de alta calidad con un gran enfoque en el estilo Toyota. Finalmente, el autor concluyó que el estilo Toyota de planeamiento e implementación estratégica a largo plazo despliega las habilidades del modelo Hoshin Kanri, es decir, un despliegue de estrategia eficaz basado en la asociación y el trabajo cooperativo de todos los grupos profesionales en el que el personal debe estar preparado para aprender las normas, procedimientos y

desempeñar un papel funcional en el trabajo, los supervisores deben inspirar a los trabajadores y conectarse con ellos y brindarles una ayuda importante.

En la misma línea, Carrasco, Cuzco, Correa, Vinueza, y Cabrera (2018), en un estudio llevado a cabo con la finalidad de analizar si la planificación estratégica se relaciona con las actividades de los artesanos de acuerdo con las investigaciones publicadas en una reconocida base de datos. A fin de lograr esta propuesta los investigadores fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Wang, Walker & Redmond (2008), quienes mencionan que la planificación estratégica permite mejorar el desempeño de los colaboradores que forman parte de su implementación puesto que se tiene menor probabilidad de fracaso o afectar negativamente el negocio por falta de objetivos a largo plazo claros o el desconocimiento de aspectos técnicos. El método investigativo fue desarrollado en función a una revisión sistemática de la literatura utilizando la base de datos SCOPUS, que dio como resultado la selección de artículos de alta calidad con un gran enfoque sobre la importancia de la planificación estratégica en las actividades artesanales. Finalmente, los autores concluyeron que la aplicación de la planificación estratégica les permite a las pequeñas y medianas empresas del sector artesanal desarrollar la innovación en sus productos incrementando su ventaja competitiva ante la mirada clientes internacionales.

Respecto al contexto nacional muchas de las empresas de Lima Metropolitana son percibidas como modernas y de gran proyección; sin embargo, también tiene sus problemas como cualquier otra entidad, los problemas van por la calidad de servicio. Se ha observado que el personal de las empresas no se abastece con la atención al público, eso da como resultado que tengamos a clientes enojados e insatisfechos con la atención y el servicio, en otras palabras, las molestias son ocasionadas por el tiempo de espera. Asimismo, se ha podido observar en muchas de las agencias diversas problemáticas relacionadas con la atención de los clientes, lo que generó situaciones de quejas debido a la falta de rapidez para atenderlos lo que generó inconformidad y molestias; factores que han sido ocasionados también por falta de ventanillas y promotores, puesto que son ellos los que tienen trato directo con los clientes.

De acuerdo con un estudio realizado por Burgos y Morocho (2020), la calidad de servicio posee un efecto representativo cercano al 82,1% en la satisfacción de los clientes que realizan compras en la ciudad de Lima, esto es debido a que consideran que un enfoque orientado a la prestación de un servicio de calidad en el que se esfuerzan por conocer sus expectativas, gustos y preferencias relacionadas a un producto, les permite brindar una atención eficaz con la rapidez y amabilidad como puntos clave que cada persona como cliente necesita para sentirse satisfecho.

Asimismo, en una investigación realizado por parte Ruíz (2018), con el objetivo de identificar si el planeamiento estratégico se relaciona con la calidad de los servicios de un reconocido Hospital ubicado en el distrito de Pueblo Libre. Mediante las propuestas teóricas de Koontz (2004), quien señala que el control de planificación estratégica es una técnica, un instrumento utilizado para la previsión y esencialmente, la prospección de una situación; previsión en el sentido de conocer una situación, proyectarla en el tiempo y en el espacio, para luego determinar las medidas a tomarse para la adaptación o el enfrentamiento a esa realidad futura; asimismo, Pérez y Abarca (2011), quienes afirman que la calidad se relaciona con que todo lo que se haga en la institución se haga bien, que las actuaciones que se practiquen a los clientes se realicen de la mejor forma posible, con los mejores equipos, en buen estado y con el personal adecuado. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos de tipo aplicado, siguiendo los diseños no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2019; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones de las variables PE y la CS y sus respectivas dimensiones, para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de cuestionarios estructurados respecto de la planificación estratégica y la calidad de servicio, los cuales fueron administrados aleatoriamente a una muestra de 125 colaboradores. Al finalizar el estudio el investigador concluyó que la planificación estratégica influye de forma positiva en la calidad de servicio del hospital de acuerdo con un $X^2=156,322 > 9,49$ y un Sig. (bilateral)=0,000). En tal sentido, el presente estudio fue de gran aporte puesto que permitió revelar que la calidad de servicio puede cambiar drásticamente si la planificación estratégica se

desarrolla en función a una gestión para incrementar la efectividad en el logro de objetivos.

En la misma línea, Ore, Olortegui, y Ponce (2020) en una investigación llevada a cabo con la finalidad de identificar si la planificación estratégica se relaciona con las actividades de gestión y rentabilidad de acuerdo con las investigaciones publicadas en una reconocida base de datos. A fin de lograr esta propuesta los investigadores fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Aguirre (2014) quien afirma que la planificación estratégica como el establecimiento de un proceso organizado a través del cual se desarrollan una serie de actividades que tienen un efecto positivo en la toma de decisiones empresariales, tales como el análisis de datos obtenidos del interior y exterior, los diagnósticos para determinar la situación actual y establecer medidas para cambios futuros; asimismo, Contreras y Matos (2015) quienes mencionan que en muchas ocasiones una inadecuada aplicación de la planificación estratégica puede generar efectos negativos en la rentabilidad debido a la incapacidad operativa para transformar la misión, visión, objetivos y las estrategias en acciones reales que beneficien a las empresas. El método investigativo fue desarrollado en función a una revisión sistemática de la literatura utilizando la base de datos Science, Direct y Scielo, que dio como resultado la selección de artículos de alta calidad con un gran enfoque sobre la importancia de la planificación estratégica en la gestión y rentabilidad empresarial. Finalmente, los autores concluyeron que la aplicación de la planificación estratégica constituye una herramienta de gestión que brinda un excelente apoyo en la toma de decisiones y en la estructuración de las actividades en el mediano y largo plazo mediante la elaboración de estrategias para afrontar situaciones futuras.

Con base a lo anteriormente expuesto y al diagnóstico de los problemas suscitados en las empresas de Lima Metropolitana es posible inferir que todas las organizaciones deben planificar sus actividades de manera estructurada tanto a corto como a largo plazo. Hacer un plan es más importante porque permite lograr metas a largo plazo, es por ello que, en el contexto de la alta competitividad, es necesario formular planeamientos estratégicos para tomar mejores decisiones

basadas en la calidad de los servicios prestados, establecer una estructura de proceso ordenada y obtener una ventaja sobre las empresas rivales.

Asimismo, de acuerdo con una investigación desarrollada por Sánchez (2017), se identificó la necesidad de investigar una empresa constructora, en el cual se refleja la preocupación de los directivos respecto al desenvolvimiento del área de ventas puesto que existen problemas graves, tales como, deficiencias en la calidad del servicio, demora en la entrega de los departamentos vendidos, no existen contratos con garantías para los créditos, los clientes plantean quejas por los acabados en la mueblería, los colaboradores no socializan de forma personal con el cliente en el servicio de post venta, existe necesidad de nuevos espacios para la atención ante los reclamos, esto causa un resultado negativo, generando bajas en la venta de inmuebles, reducción del capital para la reinversión en la construcción de nuevos proyectos, reclamos y hasta denuncias ante Indecopi de parte de los compradores. En tal sentido, la problemática descrita plantea la necesidad de identificar el estado actual del plan estratégico y su relación con la calidad de servicio a fin de establecer las tareas, metas, políticas, estrategias, entorno del departamento de información, y diagnosticar los servicios prestados, las ventajas, oportunidades, amenazas y desventajas relacionadas a los procedimientos a seguir, métodos de trabajo, estándares de productividad y la responsabilidad comercial. En tal sentido, el plan estratégico sirve de guía para establecer de forma organizada los planes en el corto, medio y en el largo plazo para responder adecuadamente a los cambios en las empresas.

Justificación de orden teórico, en el aspecto teórico, la tesis en cuestión permitió el establecimiento y sistematización de un conjunto de conocimientos que tiende a desarrollar el PE y la CS de acuerdo con lo propuesto por Doost (2017) y Ganga, Alarcón y Pedraja, (2019), lo que permitió comprobar la relación entre las variables en una empresa constructora; asimismo, se ha realizado un estudio en profundidad de la teoría para cada variable como para sus dimensiones con el fin de orientar a los interesados y directores de empresa constructora.

Justificación de orden práctico, la investigación contribuyó a establecer un planeamiento estratégico de acuerdo con el al servicio brindado, considerando que

existe una etapa de preparación, de declaraciones organizacionales, evaluación ambiental, desarrollo estratégico y evaluación a fin de determinar si el plan estratégico permite lograr las metas propuestas para la empresa (Akio, 2016, p. 17); así mismo, a compartir la idea de calidad de servicio entre los colaboradores, brindando respuestas para el crecimiento de la organización, derribando las barreras que impidan actuar de forma coherente con los planes, a fin de obtener un mejor nivel de desempeño personal para que así se ejecute un mejor manejo en su trabajo diario con un servicio de calidad en función a la implementación de la administración de los recursos tangibles, su confiabilidad, capacidad de contestación, estabilidad y empatía.

Justificación de orden metodológico, la investigación empleó el modelo de estudio del tipo aplicado de acuerdo a la información presentada y el diseño no experimental transversal para medir correlaciones de forma descriptiva (Glasofer y Townsend, 2020, p. 25). Debido a que el objeto fue identificar la relación entre variables, para lo cual los datos fueron recolectados de acuerdo con los instrumentos que fueron diseñados y actualizados por la autora de la presente tesis, validados por jueces expertos y comprobados mediante una prueba piloto, sometidos a la prueba de normalidad a fin de identificar la prueba de correlación más adecuada para la distribución de los datos, en tanto que se empleó el estadígrafo Rho de Spearman, se logró obtener como principal aporte el desarrollo de un nuevo cuestionario de planificación estratégica que puede ser aplicado en futuras investigaciones debido a su alto nivel de confiabilidad y validez.

Justificación de orden económico, la presente tesis se enfocó en describir la relación entre la planificación estratégica y la calidad del servicio en una importante inmobiliaria del distrito de San Luis; ya que, en los últimos años la empresa implementó una planificación estratégica que tuvo deficiencias que finalmente afectaron la calidad ofrecida a los clientes (Sánchez, 2017, p. 38). En tal sentido, la presente tesis pretende establecer los puntos clave que intervienen en la calidad del servicio, tratarlos en el corto plazo, establecer estrategias para promover altos estándares de calidad e incrementar las ventas y la rentabilidad para la empresa en el largo plazo.

Sobre la base de la realidad problemática de la investigación y teorías analizadas en los párrafos anteriores fue posible plantear los problemas de investigación a través de interrogantes, los cuales se definieron en la tabla 1:

Tabla 1

Problemas

Orden	Descripción
Problema 1	¿Cuál es la relación entre el PE y la CS a los clientes en una empresa constructora, 2021?
Problema 1a	¿Cuál es la relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?
Problema 1b	¿Cuál es la relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?
Problema 1c	¿Cuál es la relación entre la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?
Problema 1d	¿Cuál es la relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?
Problema 1e	¿Cuál es la relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?

Nota. El problema1 refiere a las dos variables estudiadas, PE y CS. Los excedentes refieren los factores del PE y la variable CS.

En tal sentido, también fue necesario plantear los objetivos que buscó alcanzar la presente tesis, los cuales se definieron en la tabla 2:

Tabla 2

Objetivos

Orden	Descripción
Objetivo 1	Describir la relación entre el PE y la CS a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Objetivo 1a	Identificar la relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.
Objetivo 1b	Describir la relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.
Objetivo 1c	Reconocer la relación de la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.
Objetivo 1d	Establecer la relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.
Objetivo 1e	Validar la relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Nota. El objetivo 1 refiere a las dos variables estudiadas, PE y CS. Los excedentes refieren los factores del PE y la variable CS.

Por otro lado, también fue necesario plantear las hipótesis de la investigación a fin de identificar si las variables y sus dimensiones guardan relación, por lo que se procedió a plantearlas en la tabla 3:

Tabla 3

Hipótesis

Orden	Descripción
Hipótesis 1	Existe relación entre el PE y la CS a los clientes en una empresa constructora, 2021.
Hipótesis 1a	Existe relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.
Hipótesis 1b	Existe relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.
Hipótesis 1c	Existe relación entre la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Hipótesis 1d Existe relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Hipótesis 1e Existe relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Nota. La hipótesis 1 refiere a las dos variables de estudio, PE y la CS. Los excedentes refieren los factores del PE y la variable CS.

II. MARCO TEÓRICO

Para el segundo capítulo de la presente tesis se desarrolló el marco teórico de la investigación sobre la relación entre PE y la CS en una empresa constructora, apartado que contiene la revisión detallada de cinco antecedentes o trabajos previos elaborados a nivel internacional y cinco en el contexto nacional; asimismo, se desarrolló una serie de las tres teorías más destacables tanto para el planeamiento estratégico como para la calidad de servicio; y finalmente, el enfoque conceptual que define las variables, dimensiones e indicadores.

Las variables en estudio fueron debidamente argumentadas en diversos estudios enmarcados en la línea de investigación de la gestión organizacional; por lo mismo, se enlistó un total de diez artículos que sirvieron de antecedentes o trabajos previos a la presente tesis a los cuales se clasificó según su lugar de procedencia, obteniéndose un subgrupo compuesto por cinco investigaciones de origen internacional y otros de cinco de origen nacional.

Entre las investigaciones de origen internacional se identificó a Dris y Cothman (2019), quienes en su artículo “The impact of strategic planning in palestinian municipalities on the quality of service provided to its citizens” sostuvo el objetivo general de revelar si existe un impacto representativo de la planificación estratégica en un municipio respecto a su calidad del servicio brindado a los ciudadanos en la ciudad de Jenin, Palestina. A fin de lograr esta propuesta fundamentó sus planteamientos en las teorías de Al-Sakarnah (2015) sobre el planeamiento estratégico y Parasuraman et al. (1988) sobre la calidad de servicio. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios de enfoques cuantitativos de tipo aplicada, siguiendo el diseño de investigación no experimentales transversales a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2019; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones entre ellas y con sus dimensiones percibidas por una muestra de 114 colaboradores de la municipio de Jenin, información que fue obtenida en cuestionarios mediante la ejecución de la técnica de encuesta y analizada estadísticamente. Al finalizar el estudio los investigadores lograron identificar que existe relación representativa por parte de los factores de la planificación estratégica (visión, misión, objetivos,

opciones estratégicas) y los factores de la calidad del servicio (tangibilidad, confiabilidad, habilidad en la respuesta, aseguramiento y empatía) en el municipio de Jenin, esto es debido a que existe relación positiva entre la PE y la CS de acuerdo con estadígrafo R de Pearson de 0,760 (76.0%) y un valor significativo al nivel de 0,000 entre el valor total de la calidad y el valor total de la planificación estratégica, también entre cada factor de ellos.

La investigación sustentada por Dris y Cothman (2019), facilitó comprobar que es posible adaptar el modelo SERVQUAL en este estudio a fin de que coincida con sus principales objetivos los cuales están centrados en conocer el impacto de la adopción de la planificación estratégica en una empresa del sector inmobiliario respecto a la calidad para su clientela. Por lo tanto, SERVQUAL es un modelo avanzado y desarrollado por Parasuraman et al. (1988) para evaluar la calidad del servicio en función a veintidós ítems distribuidos en cinco dimensiones presentados en una escala Likert de cinco o siete puntos.

Por su parte Barasa (2019), en su artículo de título “Organizational strategic planning, implementation and evaluation with analysis of challenges and benefits on service quality for profit and nonprofit organizations”, sostuvo el objetivo general de identificar la planificación, implementación y evaluación estratégica organizacional con análisis de desafíos y beneficios en la calidad de servicio para organizaciones con y sin fines de lucro en la ciudad de Nairobi, Kenia. A fin de lograr esta propuesta fundamentó sus planteamientos en las teorías de Ong (2015) sobre la planificación estratégica y Leskaj (2017) sobre la calidad de en los servicios desde un enfoque competitivo. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos y de tipo aplicado, siguiendo los diseños de investigación no experimentales de temporalidad transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2019; asimismo, el estudio se basó únicamente en la descripción de cada una de las variables así como de las dimensiones percibidas por una población de 83 trabajadores seleccionados de 5 organizaciones, la información fue obtenida en cuestionarios mediante la ejecución de la técnica de encuestas y el análisis estadístico. Finalmente, el investigador concluyó que los planes estratégicos son la base de la supervivencia en un entorno empresarial competitivo que se relaciona con la calidad de sus servicios de acuerdo con un

Rho=0,630 y un Sig. (bilateral)=0,000, por lo que deben desarrollarse de la mejor forma posible considerando la situación interna y el contexto empresarial; en tal sentido, un plan estratégico es inútil a menos que se implemente con éxito y esto requiere un buen plan de evaluación y para la implementación efectiva de la estrategia, las organizaciones deben estar orientadas a la contratación de personal capacitado y motivado, quienes en función de sus logros deben ser promovidos a niveles superiores de jerarquía de gestión.

El estudio de Barasa (2019), sirvió de aporte a la presente tesis debido a que permitió reforzar la hipótesis de que la planificación estratégica desarrollada a conciencia tiene un valor fundamental sobre la calidad de los servicios por lo que debe estar orientada al cliente a fin de lidiar con la competencia y la formulación e implementación de estrategias adecuadas. Un plan estratégico eficaz debe basarse en las fortalezas organizacionales y aprovechar cada oportunidad mientras se superan o mitigan las debilidades y amenazas que enfrenta la empresa. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que tener un plan estratégico no siempre garantiza el éxito, pero un plan bien elaborado, innovador y creativo bien ejecutado garantizará el éxito

También Chiang y Perng (2018), en su artículo de título “A new model to improve service quality in the property management industry” desarrollaron el objetivo general de analizar las categorías y los atributos de la calidad en los servicios inmobiliarios valorados por el cliente de Taiwán. A fin de lograr esta propuesta los investigadores fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Wang et al. (2015) sobre la planificación estratégica y en Parasuraman et al. (1998) respecto al modelo SERVQUAL para explorar los servicios inmobiliarios y ayudar a las empresas a mejorar la satisfacción del cliente. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos, de tipo aplicado, siguiendo los diseños de investigación no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2018 para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de la toma de cuestionarios estructurados relacionados a la calidad del servicio en el sector inmobiliario el cual fue administrado aleatoriamente a 228 clientes. Finalmente, los investigadores concluyeron que existe relación entre la planificación estratégica y la calidad de

servicio de acuerdo con un $Rho=0,383$ y un $Sig. (bilateral)=0,021$; asimismo, que una tasa de rotación más baja del personal de servicio se considerará el atributo de calidad de potencial infiriendo que una tasa de despido más baja del personal de servicio permite a la gerencia reducir los gastos de capacitación incurridos con frecuencia y mantiene la competitividad de la compañía.

El estudio de Chiang y Perng (2018), es de gran aporte para la presente tesis puesto que constituye un nuevo y poderoso modelo de calidad de servicio para las empresas del sector inmobiliario, que ratifica la hipótesis de que los elementos de calidad en el servicio de la administración de propiedades corresponden a diferentes atributos de calidad. Este modelo está desarrollado para adquirir atributos de servicio precisos y críticos, cuyas clasificaciones de prioridad pueden promover la satisfacción del cliente.

Po su parte, Elbanna y Andrews (2016) en su artículo de título “Strategic Planning and Implementation Success in Public Service Organizations: Evidence from Canada” desarrollaron el objetivo general de identificar si la planificación estratégica formal tiene un efecto positivo en el éxito de la implementación de la estrategia en un conjunto de más de 150 organizaciones de servicio público de Canadá. A fin de lograr esta propuesta los investigadores fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Bryson (2011), acerca de la planificación estratégica y Thanos y Colak (2014) sobre la implementación de la estrategia. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos, de tipo aplicado, siguiendo los diseños de investigación no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2016 para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de la toma de cuestionarios estructurados relacionados a la planificación estratégica y el éxito de su implementación el cual fue administrado aleatoriamente a 191 trabajadores gubernamentales. Finalmente, los investigadores concluyeron que la planificación estratégica se relaciona con el éxito de la implementación de estrategias de acuerdo con un $Rho=0,440$ y un $Sig. (bilateral)=0,010$.

La investigación de Elbanna y Andrews (2016), es de considerable valor para la presente tesis puesto que consintió en evidenciar que cuando en la planificación

estratégica se establecen de forma adecuada, precisa y clara los conceptos, procedimientos y herramientas para su ejecución entonces existe mayor probabilidad de éxito en la implementación de estrategias que beneficien a las organizaciones.

Das, Agarwall, Swain (2020), en su artículo de título “Is the Concept of Corporate Governance a Strategic Plan for Firms’ Optimum Capital Structure? Evidence from Manufacturing Companies” desarrollaron el objetivo general de examinar la relación y medir el impacto del gobierno corporativo como plan estratégico en la decisión de estructura de capital de las principales empresas manufactureras de la India que cotizan en la Bolsa de Bombay. A fin de lograr esta propuesta los investigadores fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Gupta y Singh (2018) sobre el gobierno corporativo como plan estratégico y Krechovska & Prochazkova (2014) quienes definen la estructura de capital. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios de enfoques cuantitativos de tipo aplicada, siguiendo el diseño de investigación no experimentales longitudinal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2008 al 2017; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones entre ellas y con sus dimensiones percibidas por una muestra de 40 colaboradores, información que fue obtenida en cuestionarios mediante la ejecución de la técnica de encuesta y analizada estadísticamente. Al finalizar el estudio los investigadores lograron identificar que existe relación representativa entre el gobierno corporativo como plan estratégico y la estructura de capital de las empresas estudiadas de acuerdo con estadígrafo R de Pearson de 0,439 y un valor significativo al nivel de 0,000 entre el valor total de las variables.

Por su parte, Mora, Vera, y Melgarejo (2015), en su artículo de título “Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá” desarrollaron el objetivo general de identificar si la planificación estratégica se relaciona con la competitividad de las micro y pequeñas empresas comerciales de Bogotá. A fin de lograr esta propuesta los investigadores fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Kaplan y Norton (2008) cerca de la planificación estratégica y Solleiro y Castañon (2005) quienes definen la variable competitividad. El método investigativo fue desarrollado en función a las

pautas de los estudios cuantitativos, de tipo aplicado, siguiendo los diseños de investigación no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2015 para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de la toma de cuestionarios estructurados relacionados a la planificación estratégica y la competitividad el cual fue administrado aleatoriamente a 181 encargados de micro empresas. Finalmente, los investigadores concluyeron que la planificación estratégica se relaciona con la competitividad de acuerdo con un $Rho=0,412$ y un $Sig. (bilateral)=0,010$; asimismo, se determinó relación directa entre la planificación y las dimensiones de la competitividad: calidad de servicio $Rho=0,460$, comercialización $Rho=0,454$, sistemas de información $Rho=0,437$ y recursos humanos $Rho=0,443$.

La investigación de Mora, Vera, y Melgarejo (2015), es de considerable valor para la presente tesis puesto que permitió identificar que la calidad de servicio puede ser estudiada como una dimensión que tiene un efecto directo en el comportamiento de la variable competitividad, la cual a su vez está influenciada por el nivel de éxito de la implementación de la planificación estratégica.

Entre las investigaciones de origen nacional se identificó a Sánchez (2019), quien en su artículo de título "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" desarrolló el objetivo general de identificar cómo el planeamiento estratégico se relaciona con la calidad de servicio de una empresa dedicada a la importación de línea blanca y electrodomésticos de refrigeración. A fin de lograr esta propuesta el investigador fundamentó sus planteamientos en las teorías de Hernández y Sergio (2006) sobre la planificación estratégica y Fontalvo y Vergara (2010) sobre la calidad de servicio. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos de tipo aplicado, siguiendo los diseños de investigación no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2019; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones de las variables PE y la CS y sus respectivas dimensiones, para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de la toma de cuestionarios estructurados relacionados con la planificación estratégica y la calidad de servicio, los cuales fueron administrados

aleatoriamente a una muestra de 50 colaboradores de la empresa. Al finalizar el estudio el investigador concluyó que la correlación de la planificación estratégica respecto a la calidad del servicio fue respaldada por un coeficiente de $Rho=0.183$ y Sig (bilateral)= $0,089$, el cual no resulta significativo.

La tesis de Sánchez (2019), es relevante para la presente investigación puesto que permitió identificar que el bajo desarrollo o aplicación de las variables por parte de las empresas en el contexto de estudio podría afectar notablemente su análisis dificultando su caracterización mediante técnicas estadísticas y por ende la corrección entre variables y sus respectivas dimensiones. Por ende, es recomendable realizar una revisión previa de estudios netamente descriptivos que permitan revelar si las variables tienen notoriedad y cuál es el comportamiento real de cada una de ellas.

En la misma línea Tineo (2018), en su artículo de título “Planeamiento Estratégico para mejorar la calidad de servicio de la empresa C & L CONIGE S.A.C., Chiclayo” sostuvo el objetivo general de desarrollar un planeamiento estratégico a fin de incrementar la calidad del servicio en una organización dedicada al mantenimiento de espacios empresariales, construcción y asesoría en el sector inmobiliario. A fin de lograr esta propuesta el investigador fundamentó sus planteamientos en las teorías de Fred (2012) sobre el planeamiento estratégico y Zeithaml & Parasuraman (1985) respecto a la calidad de servicio. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos de tipo aplicado, siguiendo con los diseños de investigación no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2018; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones entre variables PE y la CS y sus respectivas dimensiones, para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas mediante el uso de cuestionarios estructurados para el plan estratégico y otro para la calidad del servicio, los cuales fueron administrados aleatoriamente a una muestra de 42 clientes. Al finalizar el estudio el investigador concluyó que el planeamiento estratégico se relaciona de forma significativa a la calidad en el servicio de acuerdo con un coeficiente $Rho=0,385$ y un Sig . (bilateral)= $0,000$; en tal sentido, se proponen estrategias

enfocadas en incrementar el valor de las dimensiones confianza, empatía, seguridad, responsabilidad y el de los tangibles.

El estudio de Tineo (2018), es relevante para la presente tesis puesto que, permitió identificar que para desarrollar un plan estratégico exitoso es necesario caracterizar el estándar de calidad que la empresa inmobiliaria puede ofrecer en sus servicios considerando los recursos con los que cuenta y la capacidad de personal.

También Huallpa (2018), en su artículo de título “Planeamiento estratégico y gestión de calidad de servicio educativo en las academias preuniversitarias del cercado de la ciudad de Juliaca – 2018” desarrolló el objetivo general de identificar si el planeamiento estratégico tiene alguna relación con la calidad del servicio de las principales instituciones pre universitarias ubicadas en Juliaca. A fin de lograr esta propuesta el investigador fundamentó sus planteamientos en las teorías de Fred (2012) y Zeithaml & Parasuraman (1985). El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos de tipo aplicado, siguiendo los diseños no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2018; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones entre las variables PE y la CS y sus respectivas dimensiones, para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de la toma de cuestionarios estructurados, los cuales fueron administrados en un censo de 8 academias preuniversitarias. Al finalizar el estudio el investigador concluyó que la mayor parte de las academias no aplican adecuadamente sus planes estratégicos pese a que se identificó que esta herramienta tiene una relación significativa de coeficiente $Rho=0,875$ con la calidad de sus servicios.

El estudio de Huallpa (2018), es relevante para la presente tesis puesto que propone plantear un método basado en los diseños no experimentales de nivel descriptivo para identificar correlaciones a fin de identificar la necesidad de desarrollar e implementar un planeamiento estratégico enfocado a incrementar la calidad de los servicios en una inmobiliaria.

Asimismo, Gonzáles y Claros (2018), en su artículo de título “Planificación estratégica y su incidencia en la Gestión de la empresa Depósito PAKATNAMU

E.I.R.L“. desarrollaron el objetivo general de identificar si la planificación estratégica se relaciona con la gestión de una reconocida empresa dedicada a brindar servicios depósito. A fin de lograr esta propuesta los investigadores fundamentaron sus planteamientos en las teorías de Sánchez (2013), quien menciona que la planificación estratégica es una herramienta de gestión que incluye la capacidad de liderazgo, el conocimiento de la organización, las competencias, arquitectura de las firmas y la formulación de estrategias; David (2014), quien expone que la gestión empresarial tiene efectos directos en el resultado obtenido por la empresa de acuerdo con el proceso de planeación y la formulación de estrategias. El método investigativo fue desarrollado en función a las pautas de los estudios cuantitativos de tipo aplicado, siguiendo los diseños no experimentales transversal a fin de analizar datos obtenidos en el periodo 2018; asimismo, el estudio de las variables se basó en la descripción de las correlaciones entre las variables planeamiento estratégico, gestión organizacional y sus respectivas dimensiones, para lo cual se adoptó la técnica para recabar datos por encuestas a través de la toma de cuestionarios estructurados, los cuales fueron administrados a una muestra de 93 colaboradores de la empresa en estudio. Al finalizar el estudio los investigadores lograron identificar que existe relación representativa entre la planificación estratégica y la gestión de una reconocida empresa de acuerdo con estadígrafo R de Pearson=0,831 y un valor significativo al nivel de 0,000 entre el valor total de las variables; asimismo, se identificó que la planificación estratégica se relaciona con las dimensiones responsabilidad R=0,812, calidad de servicio R=0,765, gestión financiera R=0,815 y liderazgo R=0,753.

El estudio de Gonzáles y Claros (2018), es relevante para la presente tesis puesto que permitió identificar que la variable calidad de servicio es dependiente del tipo de gestión el cual se desarrolla en las empresas como producto de la adecuada implementación de un proceso de planificación a nivel estratégico.

Finalizada la presentación de los antecedentes fue necesario identificar y desarrollar un conjunto de tres teorías más destacables tanto para el planeamiento estratégico como para la calidad en el servicio; por lo mismo, se encontró que las principales teorías sobre el planeamiento estratégico tienen como finalidad

incrementar de forma consecuente la calidad del servicio a fin de incrementar su nivel ante las empresas rivales.

De acuerdo con Doost (2017), la planificación estratégica aplicada en la gestión es entendida como:

(...) organizar las actividades de gestión para establecer prioridades, concentrar la energía y los recursos, fortificar la operatividad, garantizar que los colaboradores y demás áreas de interés trabajen hacia objetivos comunes, llegar a un consenso sobre los resultados finales, resultados esperados y examinar y adecuar la dirección de la organización para responder a los cambios del entorno (p. 4).

Por lo tanto, es supuesto emplearla como un tesón de disciplina para repujar la decisión y acción fundamental que da forma y guía a las empresas, a disposición de quién se encuentra, qué realiza y por qué lo realiza de esa manera, con una visión hacia el futuro. En tal sentido, un plan estratégico logrado engrana no sólo con el destino al que está dirigido una organización y las actividades que requiere a fin de desarrollarse como en el caso de la empresa constructora en estudio que pretende ser una de las inmobiliarias más importantes de Lima, sino también con su predicción de cómo se llevarán cabo las acciones mediante el establecimiento de una estrategia.

Por su parte Tama (2018, p. 381), plantea la planificación estratégica mediante el desarrollo de cuatro propuestas originales sobre los factores que afectan la realización de las actividades estratégicas por parte de las agencias gubernamentales. Las propuestas destacan cómo el diseño, las herramientas analíticas y el contenido de las actividades estratégica están influenciados por el grado de dependencia del área gerencial en colaboración con los ejecutivos y la inversión de capital, la fuerza del apoyo de los directivos.

Por el contrario, Doost (2017), expone que la planificación estratégica:

(...) se diseña teniendo en cuenta a toda la organización y comienza con la misión de una organización. La alta dirección, como el director ejecutivo o el presidente, diseñará y ejecutará un plan estratégico para describir los

objetivos futuros y a largo plazo de la empresa. Esencialmente, la planificación estratégica mira hacia donde la organización quiere estar en tres, cinco e incluso diez años. La planificación estratégica, proporcionada por los gerentes de nivel superior, sirve como marco para la planificación de nivel inferior (p. 15).

De acuerdo con la propuesta de Doost (2017, p. 23) el planeamiento estratégico debe desarrollarse a través de un modelo integral de gestión estratégica para lo cual establece una serie de cinco dimensiones que permitirían determinar la planificación estratégica en la empresa constructora en estudio.

En primer lugar, desarrolla la dimensión declaraciones organizacionales. Para Doost (2017) estas declaraciones están constituidas por la misión y visión organizacionales, según su modelo el primer paso para desarrollar este planteamiento es “seleccionar varios artículos sobre estas declaraciones y pedir a todos los gerentes que los lean como información de fondo. Luego, pida a los gerentes que preparen una declaración de visión y misión para la organización” (p. 62). Por lo mismo, es posible inferir que un facilitador, o comité de altos directivos, debe fusionar las proposiciones en un único documento y encargarse de la distribución el boceto de las declaraciones a todos los interesados para aproximar lo que en definitiva se convertirá en la misión y en la visión.

Consecuentemente, el proceso de desarrollar las declaraciones organizacionales desde el modelo de Doost (2017, p. 57) está definido por la determinación de los indicadores de misión y visión como una gran ocasión para que los encargados de las estrategias obtengan el soporte necesario. Para el autor la misión expresa el propósito o las necesidades para las que existe una organización, qué se está haciendo para abordarlos y los valores, principios o creencias que guían el trabajo. Por su parte, la visión está escrita en presente, no en tiempo futuro y “describe lo que sentiremos, escucharemos, pensaremos, diremos y haremos como si hubiéramos alcanzado nuestra visión ahora” (p. 62), esto es debido a que describe extensamente la ubicación futura de la organización, recordando constantemente a sus empleados el porqué de la existencia de la organización y la visión del fundador al poner en riesgo su prestigio y riqueza para hacer realidad sus sueños.

En segundo lugar, Doost (2017) propone la dimensión establecimiento de objetivos a largo plazo. Al respecto el autor la define como el “desempeño previsto de una empresa durante un período de tiempo de varios años; generalmente incluye medidas como la rentabilidad de la posición competitiva, el retorno de la inversión, el desarrollo de los empleados, entre otros” (p. 65). Es, por tanto, una medida de cambio o progreso que se necesita para llegar al destino, por lo general constituye la estrategia de desempeño de una organización que se pretenden alcanzar durante un período de cinco años o más.

En tal sentido, de acuerdo con Doost (2017, p. 60) los objetivos a largo plazo deben ser evaluados en función a cinco indicadores: cuantificable, esto es, que puedan medirse de forma práctica; claridad, debe ser lo suficientemente clara para llevar a la acción, no debe ser un conjunto de tópicos que suenen demasiado con fines publicitarios; factibilidad, siempre debe apuntar alto pero no debe ser una declaración imposible, debe ser realista y alcanzable, sus seguidores deben encontrarlo creíble; precisión, debe delimitar lo que se quiere alcanzar; coherencia, debe plantearse en relación a la misión y visión de la organización.

En tercer lugar, Doost (2017) plantea la dimensión gestión estratégica como una “colección integral de actividades y procesos continuos que las organizaciones utilizan para coordinar y alinear sistemáticamente los recursos y acciones con la misión, visión y estrategia en toda la organización” (p. 5). Por lo tanto, es posible inferir que las prácticas de gestión estratégica convierten un plan paralizado en un marco que ofrece insumos de desempeño para tomar las mejores decisiones y, al mismo tiempo, facilitar que el planeamiento se adapte y se desarrolle en función a los cambios de los requerimientos y posibles contingencias.

De acuerdo con el modelo de Doost (2017, p. 25) dimensión gestión estratégica se determina en función a los siguientes indicadores: formulación de gestión estratégica, en la que se lleva a cabo el proceso de entrada de la información externa e interna mediante herramientas para analizar los datos como la Matriz de Evaluación de Factores Internos (IFE) y la Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE); selección de estrategia, en el que destaca una evaluación para determinar la estrategia más apropiada entre los que destacan el análisis de

fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), la matriz de posición estratégica, la matriz Boston Consulting Group (BCG) y la matriz de gran estrategia.

Del mismo modo, Singh y Singh (2018), proponen un método híbrido destinado a ayudar a los encargados de la gestión estratégica en la que se integra la teoría del conjunto difuso axiomático (AFS), el proceso de jerarquía analítica (AHP) y el concepto de ponderación aditiva simple (SAW) para evaluar las estrategias por análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DAFO) en la toma de decisiones. La metodología integrada propuesta hace frente a la inconsistencia causada por diferentes tipos de números difusos y métodos de normalización requeridos para resolver problemas de toma de decisiones de múltiples criterios basándose siempre en cómo operan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas sobre el desempeño de la organización.

En cuarto lugar, Doost (2017) plantea la dimensión implementación del plan estratégico como la “traducción de la estrategia elegida en acción organizacional para lograr metas y objetivos estratégicos” (p. 55). Desde este enfoque la forma en que el organigrama, el sistema para la supervisión y la cultura de una organización deben desarrollarse, utilizarse y fusionarse para diseñar una estrategia que dirija la ventaja competitiva y permita desarrollar las capacidades del personal en un desempeño óptimo, el cual también se conoce como implementación de estrategias. Como resultado, la estructura organizacional asigna una alta prioridad a las tareas y el rol de crecimiento de los empleados, así como, las tareas o funciones que pueden vincularse para optimizar la productividad, la calidad y la satisfacción de los clientes.

De acuerdo con lo planteado por Doost (2017, p. 55) la estructura organizativa no se abastece por sí sola para lograr la motivación de los colaboradores, por lo que establece los siguientes indicadores para implementar una estrategia: desarrollo de un objetivo anual, establecimiento de políticas, motivar a los colaboradores, conceder recurso al área que lo necesite, desarrollar una cultura orientada a facilitar la efectividad de planeamiento estratégico, crear el organigrama adecuado a la situación empresarial, redistribuir las fuerzas de

marketing, establecer el presupuesto y desarrollar un sistema para el manejo de la información.

Con base a lo expuesto anteriormente es posible inferir que las estrategias excelentemente formuladas decaerán si es que no se implementa adecuadamente, asimismo, resulta vital que la aplicación de la estrategia no es factible si es que no hay estabilidad y vínculo entre las estrategias y los recursos de la organización, tales como, el organigrama, el cronograma de recompensas, los procesos para distribuir recursos.

En la misma línea Neis, Pereira y Maccari (2017), encontraron que la planificación estratégica tiene un impacto significativo en la estructura organizacional. Esto es debido a que como lo definen Bilodeau (2015) el proceso de planificación estratégica es una de las herramientas de gestión más utilizadas y tiene uno de los índices de satisfacción más altos en relación con otras herramientas; asimismo, en Amitabh y Gupta (2010) quienes afirman que la estructura se considera uno de los factores clave para la implementación de una estrategia exitosa, en gran parte porque el desempeño está directamente influenciado por cómo se estructuran las actividades de una organización. Por tanto, el estudio de Neis, Pereira y Maccari (2017), es de considerable valor para la puesto que permitió identificar que existen otras variables significativas que son afectadas por la planificación estratégica, tales como la estructura organizacional y el desempeño de los colaboradores; ya que, estos últimos se ven afectados por el cambio de paradigma que puede significar implementar un proceso de planificación estratégica.

Finalmente, en quinto lugar, Doost (2017) plantea la dimensión control estratégico, en la medida en que “todas las estrategias están sujetas a modificaciones futuras porque los factores internos y externos cambian constantemente” (p. 56). Por lo tanto, a medida que se desarrolla el examen y supervisión de las estrategias, los encargados del nivel directivo o gerencial identifican si dichas estrategias facilitarían el logro de todo lo que se hayan propuesto.

De acuerdo con lo planteado por Doost (2017, p. 56) las acciones primordiales para la evaluación y el control de las estrategias se determinan en función a los siguientes indicadores: revisión de los factores externos e internos, es decir, evaluar nuevamente los factores ambientales externos (socioculturales, tecnológicos, económicos, ecológicos, políticos, legales y éticos,) y examinar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes para la estrategia implementada; medición del rendimiento, lo que implica llevar a cabo el proceso de recopilar, analizar e informar sobre el desempeño organizacional en términos financieros, relaciones con los clientes, eficiencia de los procesos internos y el desarrollo del personal; y ,finalmente, tomando acciones correctivas mediante acciones de retroalimentación a fin de asegurar la consecución del objetivo estratégico.

Por su lado, Akio (2016) define que la planificación estratégica “(...) es una herramienta de gestión para varios propósitos clave: ayudar a una organización a hacer un mejor trabajo, enfocar su energía, garantizar que los miembros trabajen hacia los mismos objetivos, evaluar y ajustar su dirección en respuesta a un entorno en constante cambio” (p. 11). En tal sentido, es posible inferir que la planificación estratégica permite obtener un plan general que emplean los directivos y administradores de la organización a fin de alcanzar los objetivos, puesto que permite trazar la dirección, las metas y los componentes del funcionamiento hacia un objetivo en común planteado por el grupo de interés de la empresa. Bajo la perspectiva del autor, la planificación estratégica también es considerado una voluntad disciplinada para tomar la decisión y acción fundamental que da forma y guía a la organización, a qué se dedica y por qué se dedica a ello, con base a una visión amplia de cómo aprovechar su esfuerzo y las oportunidades.

De acuerdo con Akio (2016, p. 12), la planificación estratégica se caracteriza porque permite compartir la visión organizacional con personas que interactúan en el contexto interno y externo; explica y especifica la misión organizacional; identifica clientes, consumidores y stakeholders; identifica las fortalezas y debilidades distintivas; analiza el entorno relevante a fin de hallar oportunidades y posibles amenazas para las empresas; involucra a los recursos humanos clave que se desenvuelven al interior y al exterior de la organización en la planificación; y cuenta

con un proceso netamente estratégico en la medida en que implica elegir la forma para plantear respuestas a las situaciones del contexto actual.

En relación a lo mencionado anteriormente Akio (2016, p. 14), desarrolla un conjunto de cinco dimensiones para determinar de manera práctica y sencilla la planificación estratégica de una organización; por lo tanto, en los siguientes párrafos se elaboró un breve análisis de lo que trata este planteamiento.

En primer lugar, se describe la dimensión preparación para la planificación estratégica, es decir, identificar si la organización si está lista para llevar a cabo este proceso tan arduo. Al respecto Akio (2016), menciona que “si bien se deben abordar una serie de cuestiones al evaluar la preparación, esa determinación se reduce esencialmente cuando el líder organizacional está sumamente comprometido” (p. 14), entendemos que, específicamente, tienen la esfuerzo y la capacidad para comprender el panorama actual de la organización. En tal sentido, se plantea el siguiente ejemplo: cuando se avecina una dificultad de financiación, o el constituyente está a punto de partir, o el entorno es tan turbulento que todo el mundo está apagando incendios, estas situaciones son indicativo de que sería poco provechoso tomarse tiempo para un esfuerzo en planificación estratégica.

Seguidamente, el autor refiere que, para comenzar la planificación estratégica, se debe evaluar los siguientes indicadores para delimitar un proceso organizado, es decir, un plan de trabajo que permita implementar la planificación estratégica: identificar los problemas u opciones específicos que el proceso de planificación debe abordar. Aclarar roles (quién hace qué actividad). Establecer un comité de planificación para el desarrollo de un perfil organizacional. Y finalmente, hallar la información requerida a fin de brindar un soporte en la toma decisiones beneficiosas.

En segundo lugar, Akio (2016) desarrolla la dimensión declaraciones organizacionales las cuales define como “afirmaciones centrales hacia la creación de una idea compartida y coherente de lo que está planeando estratégicamente” (p. 15). En ese orden de ideas es posible inferir que los productos desarrollados en la anterior dimensión son un borrador de lo que constituye las declaraciones organizacionales.

Para el autor las declaraciones organizacionales se componen de dos indicadores esenciales para la gestión estratégica en las empresas. Por una parte, la misión es similar a una sección introductoria que está obligada a comunicar la esencia organizacional y su habilidad para articularlo. Por lo mismo, las declaraciones de misión generalmente refieren a una organización con base a: su propósito, es decir, por qué fue creada la organización y qué busca alcanzar; su negocio, el principal procedimiento mediante el cual la empresa busca concretar sus propuestas; y en función a sus valores, esto es los principios o el sistema de creencias que guía a los colaboradores mientras siguen y luchan por los objetivos organizacionales. Por otra parte, mientras que las declaraciones de misión resumen el qué, cómo y porqué de las actividades desarrolladas en las organizaciones, las declaraciones de visión presentan la imagen de cómo "se verá" en el futuro.

En tercer lugar, Akio (2016), plantea la dimensión evaluación ambiental, es decir debe analizar con claridad su contexto actual puesto que, "una sección de la planificación, el pensamiento y la gestión estratégica es el conocimiento del recurso disponible y un vistazo al entorno futuro para que la organización pueda responder con éxito al cambio" (p. 15).

Por lo cual es posible inferir que esta dimensión consiste en recopilar información actualizada que permita organizar los recursos disponibles para utilizarlos de forma eficiente en el logro de los objetivos. En tal sentido, los indicadores a evaluar se describen de la siguiente manera; fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas y desempeño organizacional. Evaluaciones que resaltan los problemas más graves que afronta la empresa y cuál es el plan estratégico más apropiado que debe seguir. Estos podrían comprender un gran número de inquietudes primarias, como financiamiento, oportunidades para el desarrollo de nuevos programas, regulaciones cambiantes o necesidades cambiantes en la población de clientes; el punto es elegir las cuestiones más importantes a abordar.

En cuarto lugar, Akio (2016) propone la dimensión desarrollo de estratégico en la medida en que una vez "afirmada la misión organizacional e identificado los problemas más graves, es momento de averiguar qué se hará al respecto" (p. 16). Para el autor esta actividad puede llevar un tiempo y una flexibilidad considerable

puesto que las disputas en estas etapas frecuentemente requieren información agregada o evaluar nuevamente las conclusiones encontradas en el examen ambiental.

Al respecto, es posible inferir que en esta etapa surjan nuevos conocimientos que cambien la idea central de las declaraciones de misión. A fin de desarrollar el plan idóneo, es imprescindible que los encargados de la planificación no tengan miedo de volver a un paso anterior del proceso para aprovechar la nueva información disponible. Por lo tanto, los indicadores considerados por Akio (2016) son los siguientes: los enfoques generales a considerar (estrategias) y el resultado general y específico (tanto las metas como los objetivos) los cuales muy posiblemente provengan de la inspiración individual, discusiones grupales o mediante la aplicación de alguna técnica más formal en la toma de decisiones; por lo mismo, al finalizar, el liderazgo acuerda cómo abordar los problemas críticos.

Finalmente, en quinto lugar, Akio (2016) define la dimensión evaluación del plan estratégico en tanto que “una vez articulada la misión, identificado los problemas críticos y acordado las estrategias, el paso final implica poner todo eso en un papel” (p. 17). De acuerdo con el autor, un miembro del comité de planificación, pudiendo ser el director o algún consultor en planeamiento puede redactar la documentación final y luego mostrarlo para que su revisión por los tomadores de decisiones clave (generalmente la junta y el personal superior).

Al respecto es posible inferir que en esta etapa se realizan las consultas con los colaboradores superiores a fin de hallar cómo se empleará la documentación en un plan operativo; es decir, las acciones detallados para la consecución de todo lo propuesto). En tal sentido, se considera que esta importante acción asegure que el plan aborde las preguntas clave sobre las prioridades y direcciones con suficiente detalle para servir como guía.

Por su parte, Scott (2016) define que la planificación estratégica como un enfoque que pretende:

(...) reunir conceptos e ideas comerciales para comprender cómo operan las empresas (y otras organizaciones) en un entorno competitivo, desarrollar

una comprensión de las interrelaciones involucradas y, por lo tanto, proporcionar la base para llegar a explicaciones de por qué las empresas han tenido éxito o han fracasado en el pasado y cómo podrían operar con éxito en el futuro (p. 5).

Por lo tanto, es posible inferir que los encargados de la planificación estratégica tienen que sopesar los pros y los contras de los posibles cursos de acción y llegar a una conclusión razonada. Tiene que pensar de manera más amplia y profunda que los especialistas funcionales individuales por lo que es una actividad extremadamente difícil de llevar a cabo y, a menos que se practique, nunca se entrará en el cuadro superior derecho en el que se logra pensar de forma estratégica.

De acuerdo con Scott (2016), “un modelo de planificación estratégica no se basa en relaciones de causa y efecto de la misma manera que un modelo económico o financiero” (p. 53). Un modelo de planificación estratégica es un intento de racionalizar los complejos procesos de toma de decisiones de la empresa donde la conexión entre causa y efecto es oscura. Al tratar de dar sentido a interacciones humanas complicadas, es inevitable que un observador tenga que utilizar impresiones subjetivas de lo que realmente está sucediendo. Dado que las impresiones subjetivas se utilizan para interpretar cómo funcionan los procesos estratégicos, un modelo de planificación estratégica puede adoptar varias formas.

En relación a lo mencionado anteriormente, Scott (2016, p. 54) desarrolla un modelo compuesto por siete dimensiones para determinar de manera práctica y sencilla la planificación estratégica de una organización; por lo tanto, en los siguientes párrafos se elaboró un breve análisis de lo que trata este enfoque.

En primer lugar, Scott (2016, p. 87) refiere la dimensión establecimiento de la visión, misión y objetivos organizacionales. De acuerdo con el modelo del autor las funciones principales del director ejecutivo es desarrollar una visión a largo plazo de lo que es la empresa y los mercados en los que debería operar. Esto a veces se denomina visión porque no se expresa en términos detallados y quizás no sea más que un amplio impulso dentro del cual se dirigirá la empresa. Pero es necesario traducir esta visión en un conjunto tangible de direcciones que los

empleados puedan utilizar para dirigir sus esfuerzos de manera coherente en toda la organización.

En segundo lugar, Scott (2016, p. 87) refiere la dimensión pronóstico de beneficios y déficit que, desde el punto de vista de la estrategia, la principal razón para intentar comprender lo que está sucediendo en la economía es proporcionar una base para predecir el curso futuro de los acontecimientos. Dado que nadie puede mirar hacia el futuro con ningún grado de certeza, esto equivale a tratar de determinar lo que es probable que suceda. Un gerente cínico podría preguntar, si es imposible predecir el futuro con precisión, ¿realmente tiene sentido hacer pronósticos? La respuesta a esto es que incluso las predicciones vagas pueden ser valiosas.

En tercer lugar, Scott (2016, p. 182) plantea la dimensión identificación de las estrategias potenciales a partir del cual refiere que es probable que los dos determinantes más importantes del éxito de un producto sean el precio del producto en comparación con productos similares y el grado en que los consumidores perciben el producto como una oferta diferente. En tal sentido, los datos sobre las percepciones del consumidor sobre el precio relativo y la diferenciación se pueden generar mediante estudios de mercado y el diseño de gráficas de posición aproximada del producto; en tanto que, un producto con una diferenciación percibida baja y un precio relativo percibido alto probablemente fracasará; un producto con una alta diferenciación percibida y un bajo precio relativo percibido probablemente tenga éxito. A pesar de la aparente simplicidad del enfoque, el modelo es notablemente poderoso para identificar estrategias potenciales.

Cuarto lugar, Scott (2016, p. 87) establece la dimensión selección de la mejor combinación de estrategias de la cual refiere que la selección de una opción implica hacer concesiones entre diferentes costos, beneficios y riesgos potenciales. No habrá una respuesta correcta debido a la naturaleza incierta de los problemas de estrategia, pero debe dejar explícitas las razones de la elección, los valores otorgados a las diferentes compensaciones y la actitud adoptada frente al riesgo. En realidad, una elección solo puede justificarse en relación con las otras opciones

potenciales, ya que la empresa debe adoptar algún curso de acción. Puede reducirse a seleccionar la opción menos desagradable en lugar de la más atractiva.

En quinto lugar, Scott (2016, p. 352) menciona la dimensión organización e implementación, de las cuales refiere que es posible que se haya prestado poca consideración explícita a si la estructura de la empresa es adecuada para cumplir los objetivos de la empresa. Esta es la cuestión de si la estructura sigue a la estrategia o viceversa: la estructura de la empresa puede influir en las operaciones de la empresa de una manera tan fundamental que puede dictar la dirección estratégica; muchos gerentes consideran que la estructura y la planificación de la empresa no pueden tratarse por separado.

En sexto lugar, el autor Scott (2016, p. 362) plantea la dimensión control y evaluación. De acuerdo con su modelo la planificación estratégica se basa inicialmente en expectativas por lo que cuando se implementa el plan, es necesario medir y evaluar el desempeño real para saber si se están cumpliendo las expectativas. Cuando los componentes del plan se han hecho explícitos, el plan proporciona un punto de referencia con el que se pueden comparar los resultados reales, de modo que cuando se produzcan variaciones entre los resultados esperados y los reales, se puedan investigar sus causas.

Finalmente, en séptimo lugar Scott (2016, p. 368) establece la dimensión retroalimentación. Al respecto el autor refiere que las empresas reconocen cada vez más que es necesario prestar atención explícita a la retroalimentación como factor clave en el proceso de estrategia. Esto es esencial porque la estrategia ocurre en un entorno que cambia dinámicamente; el alcance de estos cambios ambientales aumenta constantemente, desde el desempeño de la economía hasta movimientos competitivos inesperados por parte de los competidores, como resultado del cambio tecnológico. Por lo tanto, no es suficiente escanear el entorno y monitorear el desempeño de la empresa; es necesario poder actuar sobre la información y los cambios a medida que ocurren.

En cuanto a la variable calidad de servicios existe una variedad de teoría ampliamente desarrollada, así mismo una serie de definiciones desarrolladas

diversos autores. Por lo que en esta revisión se examinan las principales teorías a fin de identificar la más apropiada al contexto de la investigación:

Por su parte, Kotler, Kartajaya, Setiawan (2018) refieren que:

Las asociaciones de calidad generalmente se establecen durante un largo tiempo a través de una persona a otra o de una boca a otra. Los clientes que son atraídos por determinadas marcas suelen establecer conexiones en la comunidad. La presencia de la comunidad de clientes generalmente afecta a los compradores potenciales para comprender mejor la calidad (p. 68).

Como resultado, cualquier empresa debe primero segmentar el mercado para determinar a quién se dirigirá y en quién se enfocará, así como cada uno de sus atributos, las necesidades, intereses, gustos, preferencias, comportamientos en sus compras, métodos de uso de un producto o servicio y los motivos que dirigen su conducta (Powers and Barrows, 2006); dado que, como Ahmad (2003) señala, las personas que comparten características similares o resultan afines entre sí reaccionan también de forma similar.

Por lo mismo, después de que se haya recopilado todo este conocimiento y se haya obtenido una comprensión profunda del mercado objetivo, sería posible continuar preparando el producto o servicio adecuado para ellos (Kotler, Kartajaya, Setiawan, 2018).

Para los anunciantes, es de gran importancia desarrollar investigaciones continuas de los comportamientos del cliente, ya que se han dado cuenta de que conocer lo que está involucrado y las posibles reacciones que exhibirá el cliente puede ayudarlos a visualizar una mejor imagen de esta situación y de su entorno para comprender mejor las estrategias para llegar a ellos e influir en sus decisiones para obtener los resultados deseados.

Los mercados y la cultura en general, como se dijo anteriormente, están sujetos a cambios continuos durante su desarrollo, siendo el comportamiento del consumidor uno de los factores cruciales al momento de plantear cambios en cuanto a las actitudes, pensamientos y tendencias.

La definición de conducta del cliente proviene desde la idea de marketing cuyo origen se encuentra al finalizar la década de los 50's. Las empresas sabían en ese momento lo fácil que era vender bienes o servicios cuando tenían un conocimiento previo de las necesidades particulares que tenía el cliente, esto les permitió evitar actividades no convencionales como la fabricación y luego la venta, independientemente de si a los clientes o usuarios les gustaban o no para dar paso a una era en la que los consumidores del producto o servicio se hallan a sí mismos cerca a las empresas en un constante observar y evaluar el proceso productivo y el producto final en paralelo a su experiencia del servicio (Ganga, Alarcón y Pedraja, 2019).

Por lo tanto, es posible inferir que se descubrieron algunas tendencias comunes en la evaluación de servicios a través de su investigación; estos patrones, según los autores, brindan información útil sobre cómo cada cliente identifica y evalúa la calidad del servicio. En general, la forma en que estos ven todos los servicios a la luz de sus expectativas determina si es de alta o baja calidad. Como resultado, el alcance o la divergencia entre las expectativas, los deseos y la percepción del consumidor puede describirse como el alcance de calidad en el servicio prestado.

Al respecto, se identificaron una serie de contribuciones sobre la definición de calidad de servicio y el proceso a seguir a fin de establecer una medición lo más cercana a la realidad.

De acuerdo con Ganga, Alarcón y Pedraja (2019, p. 670), el cliente tiene más dificultades para juzgar la calidad del servicio en contraposición con la calidad del producto físico. Pese a la ventaja competitiva que tiene el servicio listado, evaluar su eficiencia es más difícil. Los criterios de valoración que suelen emplear los clientes para determinar la calidad de servicio pueden resultar difíciles de comprender para sus proveedores en comparación a la evaluación de la calidad de un producto físico en el que se analizan sus atributos de forma tangible.

El cliente no juzga la calidad de un servicio únicamente sobre la base del resultado del servicio, sino más bien sobre la base del funcionamiento del servicio; por tanto, es más importante cómo se lleva a cabo el servicio que lo que se obtiene

con él. Otra consideración fundamental a recordar al examinar la calidad del servicio es que los consumidores no deben juzgar exclusivamente la calidad del servicio, igualmente deben valorar el mecanismo mediante el cual se prestó el servicio; por ejemplo, el cliente no solo determinará si el pedido llegó a tiempo o no, sino que también valorará la forma cómo se desarrolló su atención, el compromiso y gentileza del personal.

Por lo tanto, es posible inferir que el criterio que realmente importa es la valoración que hace el consumidor de la calidad del servicio. Los consumidores son los únicos que pueden juzgar la calidad; todas las demás opiniones son insignificantes. En lo que respecta a la calidad del servicio, los clientes son las personas que deciden cómo debe actuar el prestador de los servicios.

Precisamente, según Ganga, Alarcón y Pedraja (2019, p. 671) la herramienta más adecuada para estimar calidad del servicio es el cuestionario de interrogantes estandarizada SERVQUAL (SERVICE QUALITY), el cual cuenta con un total de 22 preguntas dirigidas a los clientes, en el que se estima englobar 5 dimensiones sobre la expectativa que tiene el cliente. La preponderancia de una dimensión sobre la otra es expresamente el resultado de las características particulares y condiciones generales en las que se encuentra la empresa. En tal sentido, por ejemplo, algunas empresas como las aseguradoras en las que se da más valor a la capacidad para responder debido al propio giro del negocio en el que se requiere celeridad en los procesos y la competencia del personal para manejar las situaciones; lo que no quita la existencia de las otras 4 dimensiones en su análisis.

La evaluación comienza con un cuestionario de 22 preguntas, cuyas respuestas se utilizan para identificar las deficiencias del servicio. El Instituto de Ciencias del Marketing encargó a Parasuraman, Zeithaml y Berry la creación de este método de medición (1988). Por consiguiente, en los siguientes párrafos se expone cada uno de las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL.

En primer lugar, Ganga, Alarcón y Pedraja (2019, p. 671), plantea la dimensión elementos tangibles en la que consideran que la presencia de los edificios físicos, así como la maquinaria, los colaboradores y los recursos para la comunicación, son elementos tangibles. Los clientes los utilizan como

representaciones tangibles para medir la coherencia con el servicio que están adquiriendo.

En segundo lugar, el autor expone la dimensión fiabilidad, de la cual que definen que, en toda la cadena de suministro, la confiabilidad se refiere a la entrega de un producto sin defectos ni riesgo por parte de un sistema, con un enfoque en la entrega final del producto y el servicio.

En tercer lugar, Ganga, Alarcón y Pedraja (2019, p. 671), definen la dimensión capacidad de respuesta como las capacidades y habilidades que deben tener los colaboradores las cuales implican rapidez y efectividad para responder y resolver los problemas que se presenten de forma consistente y oportuna, con el fin de lograr resultados que faciliten alcanzar y responder con eficiencia a las necesidades del cliente, es decir que, debe sentirse complacido, pero no sorprendido.

En cuarto lugar, Ganga, Alarcón y Pedraja (2019, p. 671), definen la dimensión seguridad la cual involucra el conocimiento por parte de los colaboradores sobre el servicio o el producto de la empresa y su habilidad para inspirar confianza al cliente acerca de lo que se está vendiendo.

En quinto lugar, Ganga, Alarcón y Pedraja (2019, p. 671) definen la dimensión empatía como la habilidad del colaborador para ser lo suficientemente perceptivo y entender el requerimiento del cliente, a través de su identificación una atención individual a cada persona a fin de que sientan comprendidas.

De acuerdo con esta propuesta Méndez (2019), planificación estratégica tiene un efecto positivo en la calidad de servicio, asimismo, con sus dimensiones perspectiva financiera, de cliente, procesos internos y formación y desarrollo del personal; puesto que, como lo menciona Fred (2008), la planificación estratégica es una herramienta administrativa de la alta dirección la cual es la guía que lleva las riendas de la empresa hacia el logro de sus objetivos y Blanco (2008) quien afirma que la calidad de servicio es el resultado de comparar las expectativas y las percepciones de los clientes con base al modelo SERVQUAL en el que se analizan las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y

empatía bajo una gestión previamente estructurada en un plan estratégico que contemple su implementación para incrementar la calidad de las empresas. Por lo mismo, es posible inferir que esta propuesta es de gran aporte para la presente tesis puesto que permitió identificar que el planeamiento estratégico puede caracterizarse en función al número de objetivos logrados en cada una de sus dimensiones, es decir, con base a los resultados de las finanzas, si los clientes están satisfechos, si los procesos internos facilitan el trabajo y si el personal se está desarrollando adecuadamente con una línea de carrera planificada.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de investigación

De acuerdo con Dudovskiy (2018, p. 17), la investigación aplicada es aquella que se caracteriza por buscar y hallar una respuesta a una dificultad próxima que enfrenta la sociedad, las organizaciones industriales o las empresas, aprovechando de los resultados de las investigaciones básicas que se ocupan, principalmente, de generalizar y de formular teorías para aplicarlas a problemas prácticos de la realidad; por consiguiente la investigación aplicada es considerada una investigación no sistemática por lo que, en general, es iniciada por las empresas, las agencias de marketing, individuos para abordar un problema específico al que es necesario tratar. En tal sentido, la presente tesis empleó las directrices de la investigación aplicada en tanto que se empleó la teoría de Doost (2017) y Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) a fin de identificar si el planeamiento estratégico tiene relación con la calidad del servicio de la empresa constructora en estudio.

Por su parte, Bhandari (2021), expone que la investigación cuantitativa se caracteriza por tener un proceso recopilatorio y analítico de datos numéricos los cuales realiza valiéndose de técnicas y herramientas estadísticas para la descripción de resultados; por tanto, es posible utilizarlo para hallar esquemas y medias, realizar alguna predicción, comprobar relaciones de causa y efectuar generalizaciones de resultados a partir de muestras a poblaciones grandes. El autor explica también que el enfoque cuantitativo es empleado con suma frecuencia en las investigaciones descriptivas, correlacionales o experimentales debido a que le brinda un sustento real y medible del comportamiento de las variables. Es por ello que, en la tesis suscrita se procedió a efectuar el análisis de los datos desde el enfoque cuantitativo a fin de medir si las variables PE y CS se relacionan.

Consecuentemente, en cuanto a los diseños de investigación no experimentales Glasofer y Townsend (2020, p. 25) refiere que en esta clase de investigaciones no hay necesidad de manipular una o más variables independientes, ni grupo de control, ni agrupamiento aleatorio, como en el caso de diseños experimentales y cuasiexperimentales; por eso este tipo de diseños se

suele denominar como diseños observacionales, la razón es que los investigadores pueden observar eventos naturales sin ninguna intervención interna o externa sobre las variables. Se encuentran muchos diseños de investigación no experimentales, cada uno de esos diseños generalmente se basa en su propósito (descripción, pronóstico o explicación) y en el tiempo (Prospectivo -aplicable al futuro-, retrospectivo -aplicable al pasado, longitudinal -en el tiempo- o transversal que refiere a un mismo momento). Con base a lo expuesto por el autor se consideró necesario realizar una investigación no experimental transversal, en tanto que, no se manipuló la variable planeamiento estratégico ni mucho menos la variable calidad de servicio; asimismo, se decidió analizar información de un único periodo, esto es, datos de clientes fidelizados del año 2021.

Asimismo, según Cherry (2020), los estudios descriptivos correlacionales son un nivel de investigación que se utiliza a menudo en las ciencias sociales; ya que, es una forma preliminar de recopilar información sobre un tema e específico siendo útil si los investigadores no pueden realizar un experimento para determinar el comportamiento del fenómeno en estudio. Por tanto, los investigadores emplean las correlaciones para ver si existe una relación entre dos o más variables, pero las variables en sí mismas no están bajo el control de los investigadores, si bien la investigación correlacional puede demostrar una relación entre variables, no puede probar que cambiar una variable o manipularla cambiará otra, en otras palabras, los estudios correlacionales no pueden probar las relaciones de causa y efecto así como lo hacen las investigaciones experimentales. Por lo tanto, fue posible inferir que el nivel de investigación desarrollado en el estudio de la empresa constructora en estudio fue descriptiva correlacional; en tanto que, se buscó explorar si el PE tiene relación con la CS sin efectuar ninguna manipulación de las variables ni utilizar experimentos que alteren su estado inicial.

3.2. Variables, Operacionalización

Variable 1 = De acuerdo con Doost (2017, p. 4), la planificación estratégica aplicada en la gestión es organizar las actividades de gestión para establecer prioridades, concentrar la energía y los recursos, fortificar la operatividad, garantizar que los colaboradores y demás áreas de interés trabajen hacia objetivos comunes, llegar a un consenso sobre los resultados finales, resultados esperados y examinar y adecuar la dirección de la organización para responder a los cambios del entorno.

Variable 2= Según Ganga, Alarcón y Pedraja, (2019, p. 671) se descubrieron algunas tendencias comunes en la evaluación de la calidad de los servicios a través de su investigación; estos patrones, brindan información útil sobre cómo cada cliente identifica y evalúa la calidad del servicio. En general, la forma en que estos ven todos los servicios a la luz de sus expectativas determina si es de alta o baja calidad. Como resultado, el alcance o la divergencia entre las expectativas, los deseos y la percepción del consumidor puede describirse como el alcance de calidad en el servicio prestado.

Tabla 4

Operacionalización de var 1 planeamiento estratégico

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° ítems	Escalas de medición
Planeamiento Estratégico	De acuerdo con Doost (2017, p. 4), la planificación estratégica aplicada en la gestión se utiliza para organizar las actividades de gestión para establecer prioridades, concentrar la energía y los recursos,	Es el estudio de la dimensión declaraciones organizacionales, objetivos a largo plazo, gestión estratégica, implementación del plan estratégico y control estratégico de la	Declaraciones organizacionales	Misión	1	Ordinal - Tipo Likert modificado
					2	
				Visión	3	
					4	
			Objetivos a largo plazo	Objetivos cuantificables	5	
				Claridad	6	
				Factibilidad	7	
				Precisión	8	
				Coherencia	9	
			Gestión estratégica	Formulación de gestión estratégica	10	
					11	
					12	
					13	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° ítems	Escalas de medición
fortificar la operatividad, garantizar que los colaboradores y demás áreas de interés trabajen hacia objetivos comunes, llegar a un consenso sobre los resultados finales, resultados esperados y examinar y adecuar la dirección de la organización para responder a los cambios del entorno.		empresa constructora en estudio. Se efectuará mediante cuestionarios aplicado a través de la técnica de encuestas.	Implementación del plan estratégico	Selección de estrategia	14	
					15	
				Objetivos anuales	16	
				Políticas	17	
				Motivación del empleado	18	
				Asignación de recursos	19	
				Cultura de apoyo a la estrategia	20	
				Estructura organizacion al	21	
				Fuerza de marketing	22	
				Presupuesto	23	
				Sistema de información	24	
				Factores externos	25	
				Factores internos	26	
					27	
				Rendimiento	28	
	29					
Acciones correctivas	30					
			Control estratégico			

Fuente: adaptado de Doost (2017)

Tabla 5

Operacionalización de var 2 calidad de servicio

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nro. de ítems	Escalas de medición
Calidad De Servicio	Según Ganga, Alarcón y Pedraja, (2019, p. 671) cada cliente identifica y evalúa la calidad del servicio. En general, la forma en que estos ven todos los servicios a la luz de sus expectativas determina si es de alta o baja calidad. Como resultado, el alcance o la divergencia entre las expectativas, los deseos y la percepción del consumidor puede describirse como el alcance de calidad en el servicio prestado.	Es el estudio de la dimensión elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de la empresa constructora en estudio. Se efectuará mediante cuestionarios aplicado a través de la técnica de encuestas.	Elementos tangibles	Elementos físicos	1	Ordinal - Tipo Likert modificado
					2	
				Prestación de servicios	3	
					4	
					5	
			Fiabilidad	Conocimiento eficiente	6	
					7	
					8	
				Claridad en las Informaciones	9	
					10	
			Capacidad de respuesta	Nivel de trato adecuado	11	
					12	
				Oportuno en su función	13	
					14	
					15	
			Seguridad	Satisfacción incondicional	16	
					17	
					18	
				Competencia profesional	19	
					20	
			Empatía	Credibilidad y garantía	21	
					22	
					23	
					24	
				Demostración de tolerancia	25	
				26		
				27		
				28		
				29		
				30		

Fuente: adaptado de Ganga, Alarcón y Pedraja (2019).

3.3. Población y muestra

Respecto a la definición de población, Momoh y Scott (2020, p. 24) lo describe como cualquier número de características dentro de un grupo que los estadísticos sacan conclusiones sobre los sujetos de un estudio –también llamados unidades de análisis-las cuales comparten una o más características en común que

son objetos de análisis de la investigación. En tal sentido, el presente estudio considero como la población a los trabajadores que tienen la característica de ser clientes de la empresa constructora en estudio., los cuales son un grupo de 203 clientes fidelizados.

Asimismo, fue necesario definir las características para identificar que unidades de análisis formarían parte de la población de la investigación. En tal sentido, se establecieron los criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión: Todos aquellos clientes que formaron parte de la cartera de clientes fidelizados de la empresa constructora en estudio, con un tiempo de antigüedad igual o mayor a tres años.

Criterios de inclusión: Todos aquellos clientes que no formaron parte de la cartera de clientes fidelizados de la empresa constructora en estudio, con un tiempo de antigüedad menor a tres años.

De acuerdo con Murray (2010, p. 65), la conformación de la muestra constituye un procedimiento en el que se seleccionan una cantidad determinada de unidades de análisis de la población con la finalidad de estudiarlos en función a los objetivos de la investigación; en tal sentido, la muestra puede conformarse por personas o algún objeto afín a los requerimientos de un estudio y de los cuales se espera llegar a una conclusión.

Con base a esta propuesta se calculó una muestra compuesta por 131 clientes fidelizados de la empresa constructora en estudio. ubicada en el distrito de San Luis. Para su cálculo se tuvo en cuenta la fórmula para poblaciones cuya cantidad de elementos resulta conocida para el investigador:

Figura 1

Fórmula para el cálculo de la muestra

$$n = \frac{(z^2pqN)}{[\epsilon^2(N-1) + z^2pq]}$$

Nota:

Z: Representa el valor del nivel de confianza, que se ubica en la tabla Normal Estándar como probabilidad al 95% de confianza: $z = 1.96$

P: Es la probabilidad de éxito del estudio ($p = 0.6$)

q: Es la probabilidad de fracaso del estudio ($q = 0.4$)

ϵ : Representa el nivel de error más alto permitido ($1\% \leq \epsilon \leq 10\%$). $\epsilon = 0.05$.

n: Tamaño idóneo de muestra

N: Población

Sustituyendo:

$$n = (1.962 * 0.6 * 0.4 * 203) / (0.05)^2 + (1.962 * 0.6 * 0.4)$$

$$n = 187.16 / 1.43$$

$$n = 130.88$$

$$n = 131$$

Asimismo, el muestreo empleado fue el probabilístico aleatorio simple, ya que las unidades de análisis se seleccionaron de forma individual de la población objetivo y en función al azar.

Tabla 6

Población y muestra

Unidad de análisis	Población	Muestra
Cientes fidelizados	203	131
Total		131

Fuente: Elaboración propia

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad

Se considera a la encuesta como una de las técnicas más empleadas para recabar datos, específicamente, Pino (2018, p. 416) define que es una técnica sumamente efectiva para investigaciones que emplean los diseños no experimentales transversal para la descripción de correlaciones, en tanto que facilita la adquisición de información de las experiencias de un amplio número de elementos de una población. Por lo mismo, se consideró razonable emplear la encuesta para aplicar un cuestionario que permitiese recabar datos de las experiencias del planeamiento estratégico y la calidad de servicio en una empresa constructora

Respecto a al instrumento para recolectar datos, Kaburi (2017, p. 220) refiere que el cuestionario es el más utilizado en las ciencias sociales, ya que resulta efectivo y fácil de aplicar para extraer datos en investigaciones de descriptivas. De acuerdo con el autor es posible diseñarlo mediante un conjunto interrelacionado de interrogantes o proposiciones sobre una o más variables ante las cuales las unidades de análisis tienen que expresar su opinión mediante una de las respuestas señaladas previamente en el documento. Su elaboración puede desarrollarse en función a información cualitativa o cuantitativa, dependiendo del diseño de la investigación. Asimismo, las interrogantes o proposiciones pueden ser de índole abierto o cerrado con alternativa a respuestas abiertas y pregunta de contingencia. En los cuestionarios cerrados, los datos son nominales u ordinales, tales como sí o no, bueno o malo, entre otros, por lo que el conjunto informativo desarrollada por datos expresamente cualitativos pueden transformarse en datos cuantitativos a partir de un conteo de las respuestas sí o no, bueno o malo. Finalmente, el cuestionario cerrado es factible de emplearlo con datos ordinales se hacen clasificaciones mediante escalas de calificación a fin de estimar el nivel de las emociones o la actitud.

Por lo tanto, en función de lo establecido en el párrafo anterior, es importante precisar que se empleó el cuestionario a fin de recabar datos para su análisis en la presente tesis. Por lo que se diseñaron dos cuestionarios a fin de recolectar datos

sobre de los clientes de la empresa constructora en estudio. Por una parte, se desarrolló el cuestionario de planeamiento estratégico de 30 ítems mediante la teoría de Doost (2017) y, por otra, se diseñó el cuestionario de la calidad de servicio de 30 ítems con base al modelo SERVQUAL actualizado por Ganga, Alarcón y Pedraja (2019). Para ambos cuestionarios se empleó la escala ordinal como una adaptación de la escala propuesta por Likert.

Tabla 7

Tarjeta test de planeamiento estratégico

a) Nombre	Cuestionario de planeamiento estratégico
b) Autora	Rocío del Pilar Sánchez Pacheco
c) Unidades de análisis	131 clientes de la empresa constructora en estudio.
d) Tiempo para atender	Estimado de 10 a 25 minutos.
e) Evaluación	Manual mediante claves de respuesta de acuerdo con la escala tipo Likert modificada. 1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Indiferente, 4=De acuerdo y 5=Totalmente.
f) Normatividad	Índice peruano para muestras. Incluye mujeres y hombres
g) Significancias	La puntuación se interpretó a partir de la escala del percentil que facilitó describir el nivel global para cada una de las unidades de análisis.

Fuente: la investigadora

Tabla 8

Tarjeta test de calidad de servicio

a) Nombre	Cuestionario de Calidad de servicio
b) Autora	Rocío del Pilar Sánchez Pacheco
c) Unidades de análisis	131 clientes de la empresa constructora en estudio.
d) Tiempo para atender	Estimado de 10 a 25 minutos.
e) Evaluación	Manual mediante claves de respuesta de acuerdo con la escala tipo Likert modificada. 1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Indiferente, 4=De acuerdo y 5=Totalmente.
f) Normatividad	Índice peruano para muestras. Incluye mujeres y hombres

g) Significancias	La puntuación se interpretó a partir de la escala del percentil que facilitó describir el nivel global para cada una de las unidades de análisis.
-------------------	---

Fuente: la investigadora

Seguidamente, respecto a la validación de cada instrumento se identificó que el juicio de expertos se basa en la experticia de los especialistas en el campo de aplicación de la investigación o en el tema que está desarrollando; por lo tanto, esta experiencia es otorgada por un grupo o individuo que fue educado sobre un conocimiento, capacidad, experiencia o preparación en alguna especialidad del tema investigado (Proventures Education Consulting, 2019, p. 15). Por lo mismo, es necesario señalar que los cuestionarios de la presente tesis fueron validados mediante el criterio de 2 jueces expertos en planeamiento estratégico, calidad de servicio y metodología de la investigación científica.

Por lo que se procedió a tabular los puntajes señalados por cada experto a fin de obtener la sumatoria de criterios y finalmente calcular el promedio de validación:

Tabla 9

Validez del cuestionario planeamiento estratégico basado en el contenido a través de la V de Aiken

N° Items	Criterios	X	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
Item 2	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
Item 3	Relevancia	3.00	0.00	0.67
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
Item 4	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
Item 5	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.00	0.00	0.67
	Claridad	3.50	0.71	0.83
Item 6	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
Item 7	Relevancia	3.50	0.71	0.83

N° Items	Criteria	X	DE	V Aiken
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 8	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 9	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 10	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 11	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.00	0.00	0.67
Item 12	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 13	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 14	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 15	Pertinencia	3.00	0.00	0.67
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 16	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 17	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 18	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 19	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 20	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 21	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 22	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
Item 23	Relevancia	3.50	0.71	0.83

N° Items	Criterios	X	DE	V Aiken
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 24	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 25	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 26	Pertinencia	3.00	0.00	0.67
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 27	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 28	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 29	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 30	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
Promedio de validación				0.81

Fuente: Data de la investigación

Con la evaluación de los 2 expertos fue posible concluir que el promedio de validación del instrumento de recolección de datos de la variable planeamiento estratégico fue de 81.00%, por lo tanto, fue Aplicable.

Tabla 10

Validez del cuestionario calidad de servicio basado en el contenido a través de la V de Aiken

N° Items	Criterios	X	DE	V Aiken
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 1	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 2	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 3	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 4	Pertinencia	3.00	0.00	0.67

N° Items	Crterios	X	DE	V Aiken
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 5	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 6	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 7	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 8	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 9	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.00	0.00	0.67
Item 10	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 11	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 12	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.00	0.00	0.67
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 13	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 14	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 15	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.00	0.00	0.67
Item 16	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 17	Pertinencia	3.00	0.00	0.67
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 18	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 19	Pertinencia	3.00	0.00	0.67
	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
Item 20	Pertinencia	3.50	0.71	0.83

N° Items	Criterios	X	DE	V Aiken
Item 21	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 22	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 23	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 24	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.00	0.00	0.67
Item 25	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 26	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.00	0.00	0.67
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 27	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 28	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 29	Claridad	3.00	0.00	0.67
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Item 30	Claridad	3.50	0.71	0.83
	Relevancia	3.50	0.71	0.83
	Pertinencia	3.50	0.71	0.83
Promedio de validación				0.82

Fuente: Data de la investigación

Con la evaluación de los 2 expertos fue posible concluir que el promedio de validación del instrumento de recolección de datos de la variable calidad de servicio fue de 82.00%, por lo tanto, fue Aplicable.

Por otra parte, el metodólogo Taherdosst (2016, p. 33), refiere que la confiabilidad es el grado en el que la medición de una variable mediante un instrumento de recolección de datos permite obtener resultados estables y consistentes; así mismo, se relaciona con la capacidad de repetir la prueba, en tanto que se considera que el instrumento es confiable si al repetir la prueba bajo condiciones similares se obtiene el mismo resultado.

En tal sentido, la fiabilidad de cada instrumento para recabar datos se efectuó a partir del cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach en el programa SPSS 23 de acuerdo con los siguientes resultados:

Tabla 11

Confiabilidad del test planeamiento estratégico

Estadístico de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elemento
0.937	30

Fuente: Datos de la investigación

El coeficiente de confianza para los datos obtenidos con el cuestionario de planeamiento estratégico fue de 0.937 (ver anexo 4 para la fiabilidad de cada ítem); por lo tanto, el cuestionario obtuvo una confiabilidad muy buena puesto que se encuentra dentro del rango de 0.51 a 1.00.

Tabla 12

Confiabilidad del test calidad de servicio

Estadístico de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elemento
0.961	30

Fuente: Datos de la investigación

El coeficiente de confianza para los datos obtenidos con el cuestionario de calidad de servicio fue de 0.961 (ver anexo 5 para la fiabilidad de cada ítem); por lo tanto, el cuestionario obtuvo una confiabilidad muy buena puesto que se encuentra dentro del rango de 0.51 a 1.00.

3.5. Procedimientos

Se aplicó el cuestionario de PE y CS con la finalidad de recolectar datos de los clientes fidelizados de la empresa constructora en estudio.; seguidamente se determinó el coeficiente de confiabilidad para la data mediante de la prueba alfa de Cronbach en el software SPSS 23 con el que se identificó que los datos obtenidos para cada variable fueron confiables. Por lo mismo, se procedió a organizarlos en

una base de datos por variable para codificarlos, puntuarlos y establecer los baremos en función a la escalada tipo Likert modificada.

Seguidamente, se organizó los resultados en tablas de contingencia a fin de demostrar el cruce de la información entre variables y con sus respectivas dimensiones. Se llevó acabo la prueba de normalidad a fin de determinar la distribución de los datos de la investigación y; finalmente, se efectuó la comprobación de cada una de las hipótesis a fin de revelar la relación entre el PE y la CS mediante la prueba Rho de Spearman.

3.6. Métodos de análisis de datos

De acuerdo con Pino (2018, p. 477) el análisis de datos se puede clasificar en tres categorías: análisis cualitativo, cuantitativo y mixto. Describe el análisis cuantitativo como “el tratamiento numérico de los datos obtenidos en el estudio, que se trabaja con cifras codificadas que se trasladan a una matriz para su servicio mediante estadística descriptiva en un primer nivel y estadística inferencial en un segundo nivel mediante estadística descriptiva en un primer nivel y estadística inferencial en un segundo nivel mediante estadística descriptiva en un primer nivel y estadística inferencial en un segundo nivel mediante estadística descriptiva en un primer nivel y estadística inferencial en un segundo nivel mediante estadística descriptiva en un segundo nivel. Por consiguiente, para la presente tesis se llevó a cabo el método de análisis cuantitativo con la finalidad de evaluar los datos en dos etapas: uno, desde la estadística descriptiva y dos, desde la estadística inferencial.

En tal sentido, para la primera etapa la información recolectada de los cuestionarios fue organizada en una matriz de datos para cada componente, la cual fue analizada con el fin de elaborar tablas de contingencia que presenten la intersección de datos para cada dimensión de la motivación con respecto al desempeño laboral en el primer nivel.

Posteriormente, se utilizó estadística inferencial para evaluar el contraste de las hipótesis sobre la relación entre variables, utilizando la prueba Rho de Spearman con un intervalo de confianza del 96% (1,96) y un margen de error del 5% (0,05).

3.7. Aspectos éticos

Se tuvo en cuenta el respeto del derecho a la propiedad intelectual mediante la aplicación estricta de los estándares del APA en cuanto a las citas textuales, no textuales y las referencias bibliográficas en general, así como, el análisis de originalidad del presente informe en las aplicaciones Turniting con un nivel de incidencia de copias inferior al 25%. También se consideraron los valores políticos, religiosos y morales, así como el respeto a la comunidad, las obligaciones sociales, políticas, legales y morales, y la privacidad y reputación de la empresa Inmobiliaria Las Malvinas S.A.C. y la información de sus clientes fidelizados, los cuales fueron tomados en cuenta y protegidos.

IV. RESULTADOS

4.1. Estadística descriptiva

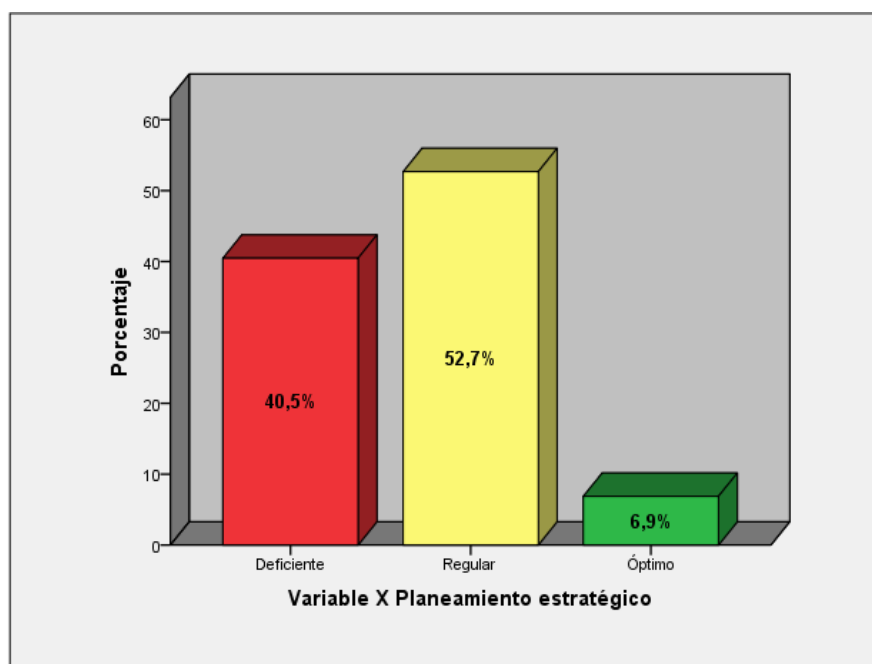
Tabla 13

Estadística descriptiva de la variable planeamiento estratégico

	Escalas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válido	Porcentajes acumulados
Válidos	Deficiente	53	40,5	40,5	40,5
	Regular	69	52,7	52,7	93,1
	Óptimo	9	6,9	6,9	100,0
	Total	131	100,0	100,0	

Figura 2

Frecuencias de la variable planeamiento estratégico



Nota. Según la tabla 13 y la figura 2, es posible observar que del 100% de los datos analizados, el 52,7% afirman que el planeamiento estratégico se ha desarrollado de manera regular en la empresa constructora en estudio; también, el 40,5% de los clientes encuestados afirman que el planeamiento estratégico se ha llevado a cabo de forma deficiente; y el 6,9% considera que las actividades del plan estratégico se llevaron a cabo de forma óptima en la empresa constructora en estudio.

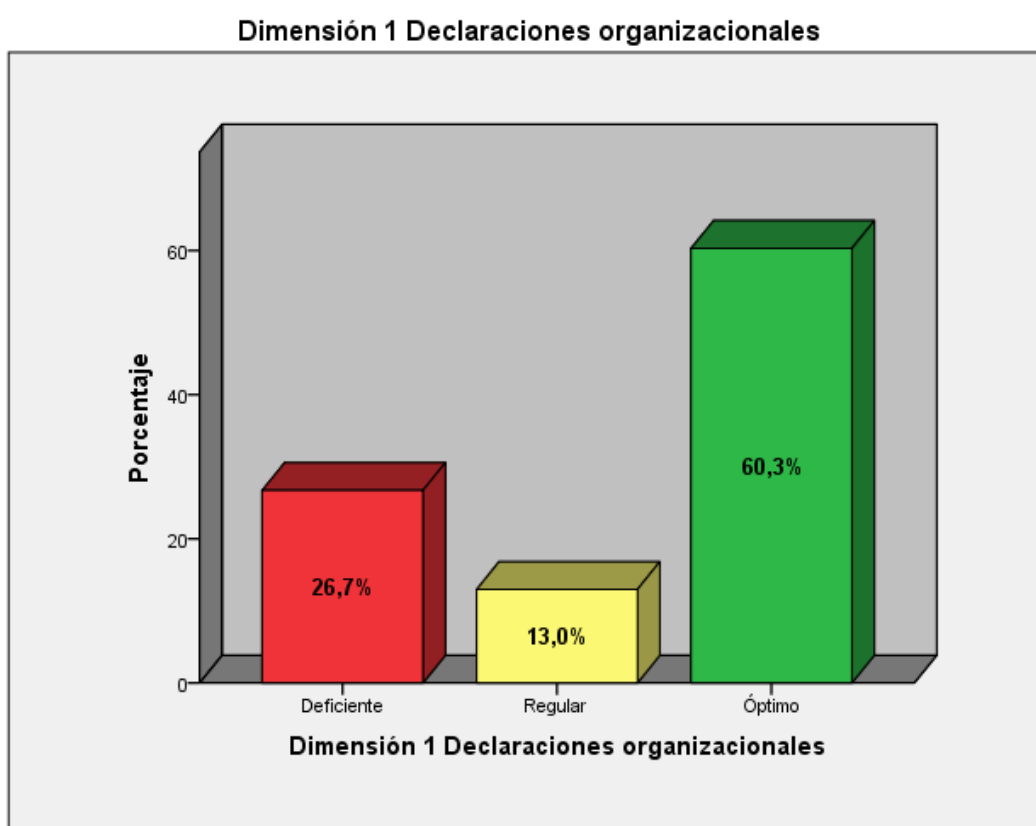
Tabla 14

Estadística descriptiva de la dimensión 1 declaraciones organizacionales

Escalas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válidos Deficiente	35	26,7	26,7	26,7
Regular	17	13,0	13,0	39,7
Óptimo	79	60,3	60,3	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Figura 3

Frecuencias de la dimensión 1 declaraciones organizacionales



Nota. Según la tabla 14 y la figura 3, es posible observar que del 100% de los datos analizados, el 60,3% afirman que las declaraciones organizacionales se han plasmado de manera óptima en la empresa constructora en estudio; también, el 26,7% de los clientes encuestados afirman que las declaraciones organizacionales se han llevado a cabo de forma deficiente; y el 13,0% considera que las declaraciones organizacionales se llevaron a cabo de forma regular en la empresa constructora en estudio.

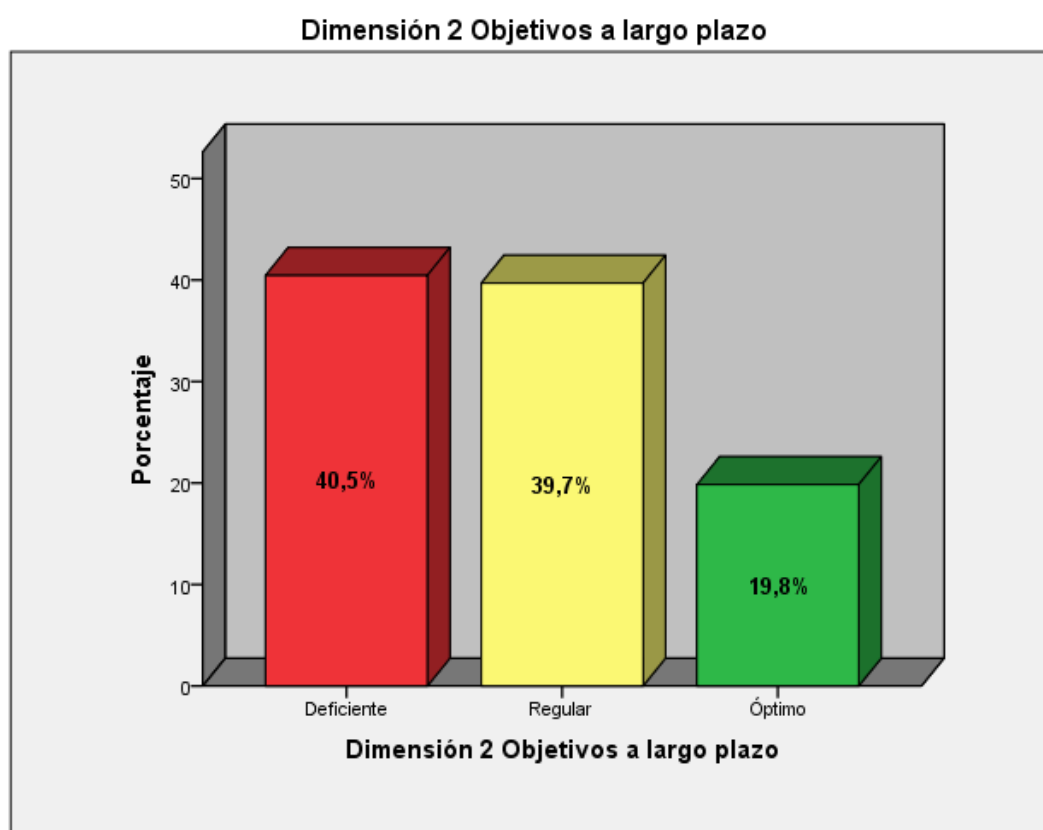
Tabla 15

Estadística descriptiva de la dimensión 2 objetivos a largo plazo

Escalas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válidos Deficiente	53	40,5	40,5	40,5
Regular	52	39,7	39,7	80,2
Óptimo	26	19,8	19,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Figura 4

Frecuencias de la dimensión 2 objetivos a largo plazo



Nota. Según la tabla 15 y la figura 4, es posible observar que del 100% de los datos analizados, el 40,5% afirman que los objetivos a largo plazo se establecieron de forma deficiente en la empresa constructora en estudio; también, el 39,7% de los clientes encuestados afirman que los objetivos a largo plazo se han llevado a cabo de forma regular; y el 19,8% considera que los objetivos a largo plazo se llevaron a cabo de forma óptima en la empresa constructora en estudio

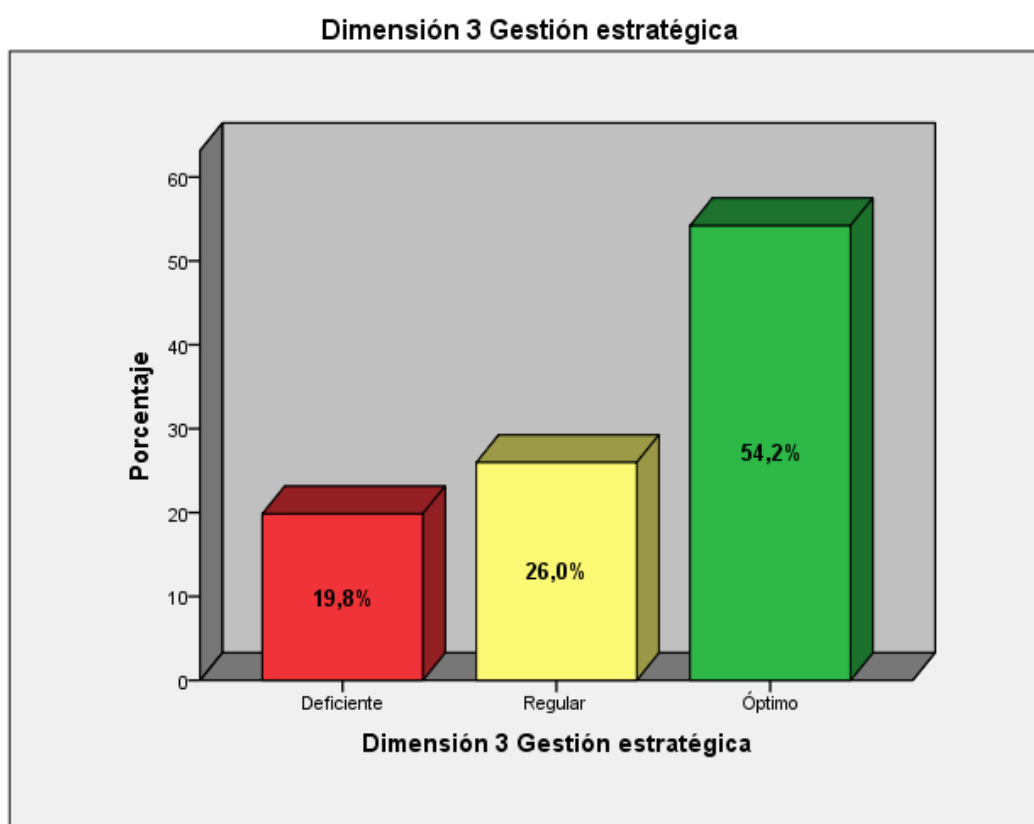
Tabla 16

Estadística descriptiva de la dimensión 3 gestión estratégica

Escalas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válidos Deficiente	26	19,8	19,8	19,8
Regular	34	26,0	26,0	45,8
Óptimo	71	54,2	54,2	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Figura 5

Frecuencias de la dimensión 3 gestión estratégica



Nota. Según la tabla 16 y la figura 5, es posible observar que del 100% de los datos analizados, el 54,2% afirman que la gestión estratégica se desarrolló de forma óptima en la empresa constructora en estudio; también, el 26,0% de los clientes encuestados afirman que la gestión estratégica se ha llevado a cabo de forma regular; y el 19,8% considera que la gestión estratégica se desarrolló deficientemente en la empresa constructora en estudio

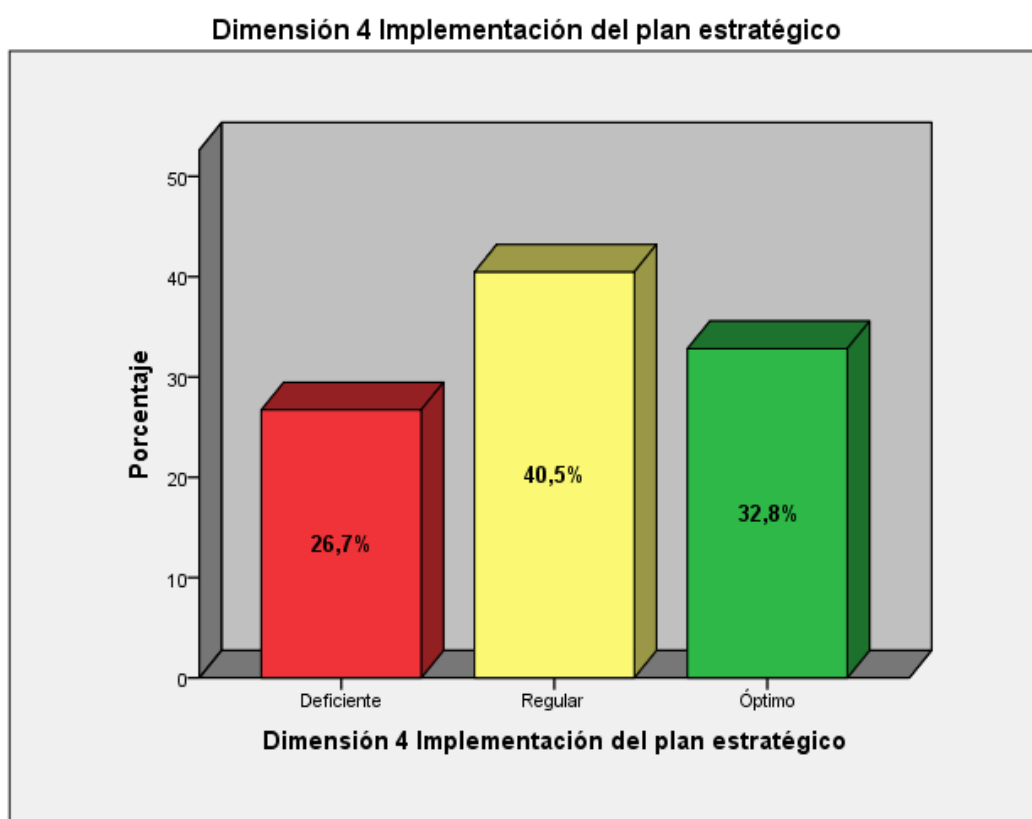
Tabla 17

Estadística descriptiva de la dimensión 4 implementación del plan estratégico

Escalas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válidos Deficiente	35	26,7	26,7	26,7
Regular	53	40,5	40,5	67,2
Óptimo	43	32,8	32,8	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Figura 6

Frecuencias de la dimensión 4 implementación del plan estratégico



Nota. Según la tabla 17 y la figura 6, es posible observar que del 100% de los datos analizados, el 40,5% afirman que la implementación del plan estratégico se desarrolló de forma regular en la empresa constructora en estudio; también, el 32,8% de los clientes encuestados afirman que la implementación del plan estratégico se ha llevado a cabo de forma óptima; y el 27,7% considera que la implementación del plan estratégico se desarrolló de forma deficiente en la empresa constructora en estudio

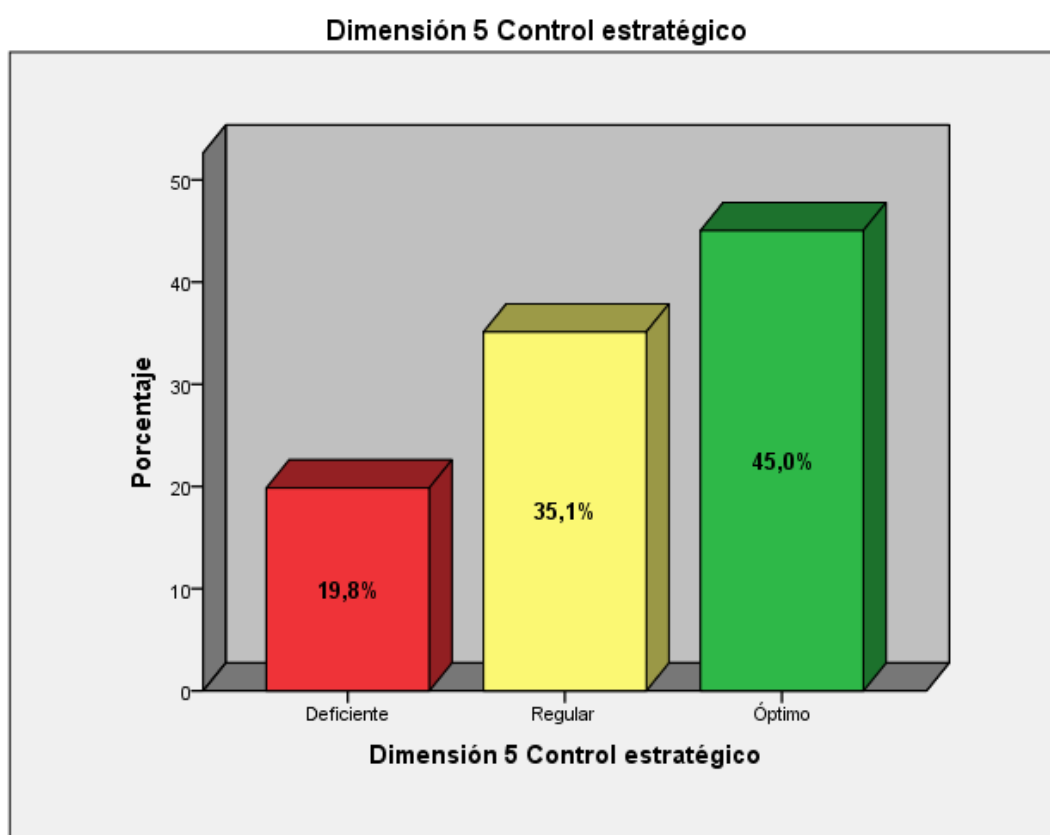
Tabla 18

Estadística descriptiva de la dimensión 5 control estratégico

Escalas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válidos Deficiente	26	19,8	19,8	19,8
Regular	46	35,1	35,1	55,0
Óptimo	59	45,0	45,0	100,0
Total	131	100,0	100,0	

Figura 7

Frecuencias de la dimensión 5 control estratégico



Nota. De acuerdo con la tabla 18 y la figura 7, es posible observar que del 100% de los datos analizados, el 40,5% afirman que el control estratégico se desarrolló de forma óptima en la empresa constructora en estudio; también, el 35,1% de los clientes encuestados afirman que el control estratégico se llevó a cabo de forma regular; y el 19,8% considera que el control estratégico se desarrolló de forma deficiente en la empresa constructora en estudio

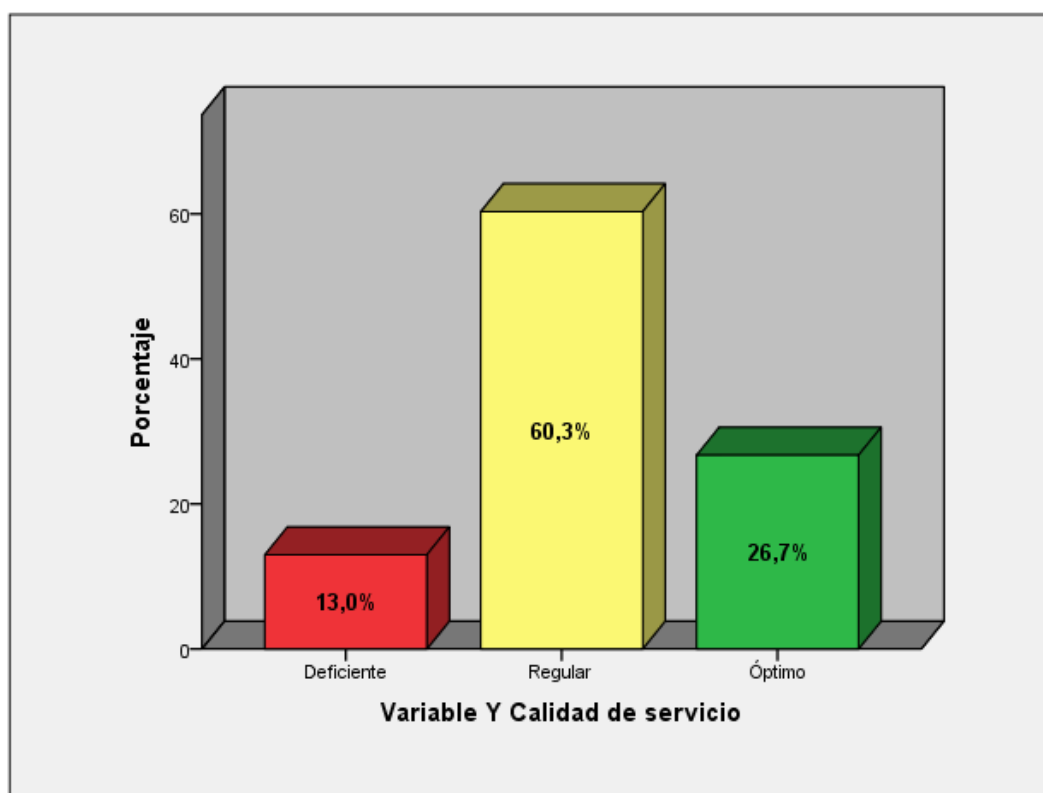
Tabla 19

Estadística descriptiva de la variable 2 calidad de servicio

	Escalas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válidos	Deficiente	17	13,0	13,0	13,0
	Regular	79	60,3	60,3	73,3
	Óptimo	35	26,7	26,7	100,0
	Total	131	100,0	100,0	

Figura 8

Frecuencias de la variable 2 calidad de servicio



Nota. De acuerdo con la tabla 19 y la figura 8, es posible observar que del 100% de los datos analizados, el 60,3% afirman que calidad de servicio se desarrolló de forma regular en la empresa constructora en estudio; también, el 26,7% de los clientes encuestados afirman que la calidad de servicio se ha llevado a cabo de forma óptima; y el 13,0% considera que la calidad de servicio fue deficiente en la empresa constructora en estudio

4.2. Prueba de normalidad

Hipótesis para la prueba

Ho: Si el valor de Sig. $\geq 0,05$; entonces, la base de datos es paramétrica o de distribución normal.

Ha: Si el valor de Sig. $< 0,05$; entonces, la base de datos es no paramétrica o de distribución anormal.

Tabla 20

Prueba de normalidad para las variables y dimensiones

Variables y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadísticos	gl	Sig.	Estadísticos	gl	Sig.
Planeamiento estratégico	,139	131	,001	,925	131	,001
Declaraciones organizacionales	,244	131	,001	,848	131	,001
Objetivos a largo plazo	,131	131	,001	,943	131	,001
Gestión estratégica	,182	131	,001	,907	131	,001
Implementación del plan estratégico	,204	131	,001	,915	131	,001
Control estratégico	,197	131	,001	,898	131	,001
Calidad de servicio	,141	131	,001	,933	131	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Respecto a la tabla 20, es posible identificar, con base a la teoría de la normalidad que para muestras con 30 unidades de análisis se utiliza la prueba Shapiro-Wilk Pino (2018, p. 477); asimismo, para muestras mayores a 30 unidades de análisis se emplea la prueba de Kolmogorov-Smirnov. En tal sentido, del análisis efectuado a la muestra de la empresa constructora en estudio a partir de las dimensiones y variables de la presente tesis con la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se concluyó que las variables planeamiento estratégico (0.001) y calidad de servicio (0.001) no tienen distribución normal; por su parte, las dimensiones declaraciones organizacionales (0.001), objetivos a largo plazo (0.001), gestión estratégica (0.001), implementación del plan estratégico (0.001) y control estratégico (0.001) tampoco tienen distribución normal; por lo que la selección de la prueba de hipótesis se llevará cabo mediante el estadígrafo Rho de Spearman.

4.2. Análisis inferencial bivariado

Tabla 21

Niveles de correlación de Spearman

Niveles	Relación
0.00-0.19	Muy débil
0.20-0.39	Débil
0.40-0.59	Moderado
0.60-0.79	Fuerte
0.80-1.00	Muy fuerte

Fuente: Hoja de trabajo de la consultora Statutor (2020, p. 2)

Prueba de hipótesis general.

Ho: No existe relación entre el planeamiento estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Ha: Existe relación entre el planeamiento estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Tabla 22

Prueba de hipótesis general

Variable 1 planeamiento estratégico * variable 2 calidad de servicio		Variable 2 Calidad de servicio			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Variable 1	Deficiente	13,0%	27,5%	0,0%	40,5%	Rho Spearman 0,661 Sig. (bilateral) 0,001
Planeamiento	Regular	0,0%	32,8%	19,8%	52,7%	
estratégico	Óptimo	0,0%	0,00%	6,9%	6,9%	
Total		13,0%	60,3%	26,7%	100,0%	

Nota. En la tabla 22, al cruzar las variables planeamiento estratégico y calidad de servicio se obtiene que, si el desarrollo del planeamiento estratégico es deficiente, entonces la calidad de servicio también será deficiente en un 13,0%; cuando el planeamiento estratégico se desarrolla de forma regular, la calidad de servicio también será regular al 32,8%; y cuando el planeamiento estratégico se efectúa de forma óptima, entonces la calidad del servicio también será óptima al 6,9%.

En cuanto a la hipótesis general de la investigación de acuerdo con las tablas cruzadas para la variable planeamiento estratégico y calidad del servicio, es posible

observar que resultó en un coeficiente de correlación fuerte de 0,661 (en concordancia con los niveles de correlación expuestos en la Tabla 21), valor calculado a través de la prueba de correlación de Spearman. Asimismo, es posible afirmar, con base a la curva de disposición positiva, que la relación es directamente proporcional, lo que permite asegurar que la calidad de servicio se incrementará de forma constante como resultado de un mejor desarrollo del planeamiento estratégico. Seguidamente, a fin de realizar la comprobación del valor de verdad o falsedad de la hipótesis tanteada en párrafos anteriores, en la que se expone que existe relación entre la variable planeamiento estratégico y calidad de servicio, se apela al valor de la Significancia (bilateral)=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible concluir que existe relación entre las variables planeamiento estratégico y calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 1.

Ho: No existe relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Ha: Existe relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Tabla 23

Prueba de hipótesis específica 1

Dimensión 1 declaraciones organizacionales * variable 2 calidad de servicio		Variable 2 Calidad de servicio			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Dimensión 1 Declaraciones organizacionales	Deficiente	6,1%	20,6%	0,0%	26,7%	Rho Spearman 0,415 Sig. (bilateral) 0,001
	Regular	0,0%	13,0%	0,0%	13,0%	
	Óptimo	6,9%	26,7%	26,7%	60,3%	
Total		13,0%	60,3%	26,7%	100,0%	

Nota. En la tabla 23, al cruzar la dimensión 1 declaraciones organizacionales y la variable calidad del servicio se obtiene que, si el desarrollo de las declaraciones organizacionales es deficiente, entonces la calidad de servicio también será

deficiente en un 6,1%; cuando las declaraciones organizacionales de desarrollan de forma regular, la calidad de servicio también será regular al 13,0%; y cuando las declaraciones organizacionales se plantean de forma óptima, entonces la calidad del servicio también será óptima al 26,7%.

En cuanto a la hipótesis específica 1 de la investigación de acuerdo con las tablas cruzadas para la dimensión 1 declaraciones organizacionales y la variable calidad de servicio, se puede identificar que resultó en un coeficiente de relación moderado de 0,415 (en concordancia con los niveles de correlación expuestos en la Tabla 21), valor calculado a través de la prueba de correlación de Spearman. Asimismo, es posible afirmar, con base a la curva de disposición positiva, que la relación es directamente proporcional, lo que permite asegurar que la calidad de servicio se incrementará de forma constante como resultado de un mejor desarrollo de la dimensión 1 declaraciones organizacionales. Seguidamente, a fin de realizar la comprobación del valor de verdad o falsedad de la hipótesis tanteada en párrafos anteriores, en la que se expone que existe relación entre la dimensión 1 declaraciones organizacionales y calidad de servicio, se apela al valor de la Significancia (bilateral)=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible concluir que existe relación entre la dimensión 1 declaraciones organizacionales y la variable calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 2.

Ho: No existe relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Ha: Existe relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Tabla 24*Prueba de hipótesis específica 2*

Dimensión 2 objetivos a largo plazo * variable 2 calidad de servicio		Variable 2 Calidad de servicio			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Dimensión 2	Deficiente	13,0%	27,5%	0,0%	40,5%	Rho
Objetivos a largo plazo	Regular	0,0%	32,8%	6,9%	39,7%	Spearman
	Óptimo	0,0%	0,0%	19,8%	19,8%	0,768
Total		13,0%	60,3%	26,7%	100,0%	Sig. (bilateral) 0,001

Nota. En la tabla 24, al cruzar la dimensión 2 objetivos a largo plazo y la variable calidad de servicio se obtiene que, si el desarrollo de los objetivos a largo plazo es deficiente, entonces la calidad de servicio también será deficiente en un 13,0%; cuando los objetivos a largo plazo se desarrollan de forma regular, la calidad de servicio también será regular al 32,8%; y cuando los objetivos a largo plazo se plantean de forma óptima, entonces la calidad del servicio también será óptima al 19,8%.

En cuanto a la hipótesis específica 2 de la investigación de acuerdo con las tablas cruzadas para la dimensión 2 objetivos a largo plazo y la variable calidad de servicio, se puede identificar que resultó en un coeficiente de relación fuerte de 0,768 (en concordancia con los niveles de correlación expuestos en la Tabla 21), valor calculado a través de la prueba de correlación de Spearman. Asimismo, es posible afirmar, con base a la curva de disposición positiva, que la relación es directamente proporcional, lo que permite asegurar que la calidad de servicio se incrementará de forma constante como resultado de un mejor desarrollo de la dimensión 2 objetivos a largo plazo. Seguidamente, a fin de realizar la comprobación del valor de verdad o falsedad de la hipótesis tanteada en párrafos anteriores, en la que se expone que existe relación entre la dimensión 2 objetivos a largo plazo y calidad de servicio, se apela al valor de la Significancia (bilateral)=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible concluir que existe relación entre la dimensión 2 objetivos a largo plazo y la variable calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 3.

Ho: No existe relación de la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Ha: Existe relación de la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Tabla 25

Prueba de hipótesis específica 3

Dimensión 3 gestión estratégica * variable 2 calidad de servicio		Variable 2 Calidad de servicio			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Dimensión 3 Gestión estratégica	Deficiente	13,0%	6,9%	0,0%	19,8%	Rho
	Regular	0,0%	13,0%	13,0%	26,0%	Spearman
	Óptimo	0,0%	40,5%	13,7%	54,2%	0,351
Total		13,0%	60,3%	26,7%	100,0%	Sig. (bilateral) 0,001

Nota. En la tabla 25, al cruzar dimensión 3 gestión estratégica y la variable calidad de servicio se obtiene que, si la gestión estratégica es deficiente, entonces la calidad de servicio también será deficiente en un 13,0%; cuando la gestión estratégica se desarrolla de forma regular, la calidad de servicio también será regular al 13,0%; y cuando la gestión estratégica se plantea de forma óptima, entonces la calidad del servicio también será óptima al 13,7%.

En cuanto a la hipótesis específica 3 de la investigación de acuerdo con las tablas cruzadas para la dimensión 3 gestión estratégica y la variable calidad de servicio, se puede identificar que resultó en un coeficiente de relación débil de 0,351 (en concordancia con los niveles de correlación expuestos en la Tabla 21), valor calculado a través de la prueba de correlación de Spearman. Asimismo, es posible afirmar, con base a la curva de disposición positiva, que la relación es directamente proporcional, lo que permite asegurar que la calidad de servicio se incrementará de forma constante como resultado de un mejor desarrollo de la dimensión 3 gestión estratégica. Seguidamente, a fin de realizar la comprobación del valor de verdad o falsedad de la hipótesis tanteada en párrafos anteriores, en la que se expone que existe relación entre la dimensión 3 gestión estratégica y calidad de servicio, se

apela al valor de la Significancia (bilateral)=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible concluir que existe relación entre la dimensión 3 gestión estratégica y la variable calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 4.

Ho: No existe relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Ha: Existe relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Tabla 26

Prueba de hipótesis específica 4

Dimensión 4 implementación del plan estratégico * variable 2 calidad de servicio		Variable 2 Calidad de servicio			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Dimensión 4 Implementación del plan estratégico	Deficiente	13,0%	13,7%	0,0%	26,7%	Rho Spearman 0,829 Sig. (bilateral)
	Regular	0,0%	40,5%	0,0%	40,5%	
	Óptimo	0,0%	6,1%	26,7%	32,8%	
Total		13,0%	60,3%	26,7%	100,0%	0,001

Nota. En la tabla 26, al cruzar dimensión 4 implementación del plan estratégico y la variable calidad de servicio se obtiene que, si la implementación del plan estratégico es deficiente, entonces la calidad de servicio también será deficiente en un 13,0%; cuando la implementación del plan estratégico se desarrolla de forma regular, la calidad de servicio también será regular al 40,5%; y cuando la implementación del plan estratégico se plantea de forma óptima, entonces la calidad del servicio también será óptima al 26,7%.

En cuanto a la hipótesis específica 4 de la investigación de acuerdo con las tablas cruzadas para la dimensión 4 implementación del plan estratégico y la variable calidad de servicio, es posible observar que resultó en un coeficiente de correlación muy fuerte de 0,829 (en concordancia con los niveles de correlación expuestos en la Tabla 21), valor calculado a través de la prueba de correlación de Spearman.

Asimismo, es posible afirmar, con base a la curva de disposición positiva, que la relación es directamente proporcional, lo que permite asegurar que la calidad de servicio se incrementará de forma constante como resultado de un mejor desarrollo de la dimensión 4 implementación del plan estratégico. Seguidamente, a fin de realizar la comprobación del valor de verdad o falsedad de la hipótesis tanteada en párrafos anteriores, en la que se expone que existe relación entre la dimensión 4 implementación del plan estratégico y calidad de servicio, se apela al valor de la Significancia (bilateral)=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible concluir que existe relación entre la dimensión 4 implementación del plan estratégico y la variable calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 5.

Ho: No existe relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Ha: Existe relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.

Tabla 27

Prueba de hipótesis específica 5

Dimensión 5 control estratégico * variable 2 calidad de servicio		Variable 2 Calidad de servicio			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Dimensión 5 Control estratégico	Deficiente	13,0%	6,9%	0,0%	19,8%	Rho
	Regular	0,0%	35,1%	0,0%	35,1%	Spearman
	Óptimo	0,0%	18,3%	26,7%	45,0%	0,758
Total		13,0%	60,3%	26,7%	100,0%	Sig. (bilateral) 0,001

Nota. En la tabla 27, al cruzar dimensión 5 control estratégico y la variable calidad de servicio se obtiene que, si el control estratégico es deficiente, entonces la calidad de servicio también será deficiente en un 13,0%; cuando el control estratégico se desarrolla de forma regular, la calidad de servicio también será regular al 35,1%; y cuando el control estratégico se plantea de forma óptima, entonces la calidad del servicio también será óptima al 26,7%.

En cuanto a la hipótesis específica 5 de la investigación de acuerdo con las tablas cruzadas para la dimensión 5 control estratégico y la variable calidad de servicio, es posible observar que resultó en un coeficiente de correlación fuerte de 0,758 (en concordancia con los niveles de correlación expuestos en la Tabla 21), valor calculado a través de la prueba de correlación de Spearman. Asimismo, es posible afirmar, con base a la curva de disposición positiva, que la relación es directamente proporcional, lo que permite asegurar que la calidad de servicio se incrementará de forma constante como resultado de un mejor desarrollo de la dimensión 5 control estratégico. Seguidamente, a fin de realizar la comprobación del valor de verdad o falsedad de la hipótesis tanteada en párrafos anteriores, en la que se expone que existe relación entre la dimensión 5 control estratégico y la calidad de servicio, se apela al valor de la Significancia (bilateral)=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible concluir que existe relación entre la dimensión 5 control estratégico y la variable calidad de servicio.

V. DISCUSIÓN

La presente tesis tuvo el objetivo de describir la relación entre el planeamiento estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021. Con la finalidad de alcanzar el resultado se recurrió a las bases teóricas de la estadística inferencial para demostrar la relación existente entre las variables de estudio a fin de comprobar los resultados y someterlos a discusión efectuando la contrastación de las hipótesis planteadas con evidencias externas a la presente tesis.

La discusión de la hipótesis general expresa que si existe relación entre el planeamiento estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021. En los resultados de la estadística inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación fuerte de $0,661$, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman y un valor de *Significancia (bilateral)* $=0,001 < 0,05$, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible aceptar que existe relación entre las variables planeamiento estratégico y calidad de servicio. Los resultados obtenidos se sustentan en las teorías de Akio (2016) quien afirma que la planificación estratégica permite obtener un plan general que emplean los directivos y administradores de la organización a fin de alcanzar los objetivos, puesto que permite trazar la dirección, las metas y los componentes del funcionamiento hacia un objetivo en común planteado por el grupo de interés de la empresa; asimismo, en propuesta de Méndez (2019), quien propone que la planificación estratégica tiene un efecto positivo en la calidad de servicio, asimismo, con sus dimensiones perspectiva financiera, de cliente, procesos internos y formación y desarrollo del personal; puesto que, la planificación estratégica es una herramienta administrativa de la alta dirección la cual es la guía que lleva las riendas de la empresa hacia el logro de sus objetivos, entre ellos, estrategias orientadas a incrementar la calidad del servicio a través de las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía bajo una gestión previamente estructurada en un plan estratégico que contemple su implementación para incrementar la calidad de las empresas. Los resultados cuantitativos justifican la existencia de la relación

estrecha entre las variables, puesto que la planificación estratégica como una herramienta de gestión a nivel gerencial y ejecutivo permite establecer de forma clara y precisa la visión de la empresa, los objetivos en el mediano plazo, las estrategias para alcanzarlos, su implementación en la realidad socioeconómica y las acciones correctivas a medida que se van logrando las metas. Estos resultados tienen relación con las investigaciones realizadas en contextos diferentes y que sustentan los resultados obtenidos en la presente tesis; en tal sentido, se alude a la investigación de Dris y Cothman (2019), quienes estudiaron las variables planteadas en la presente tesis, obteniendo un coeficiente de correlación de $0,760$ a través del estadígrafo *R de Pearson* y un *Sig. (bilateral)*= $0,000$ que comprueba la correlación entre variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Al-Sakarnah (2015) que explica que el éxito o el fracaso de la organización depende de su capacidad para lograr su misión, metas y objetivos, lo que requiere el desarrollo de un plan estratégico para la organización y la búsqueda de su implementación a la luz de los diversos cambios que rodean a la organización; asimismo, en Parasuraman et al. (1988), quien menciona que la calidad de servicio se mide a través del modelo SERVQUAL en el que hay cinco dimensiones y (22) ítems, estas dimensiones son tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. También se alude a la investigación de Mora, Vera, y Melgarejo (2015) quienes estudiaron las variables planteadas en la presente tesis considerando a la calidad de servicio como una dimensión de la competitividad, obteniendo un coeficiente de correlación de $0,460$ a través del estadígrafo *Rho de Spearman* y un *Sig. (bilateral)*= $0,000$ que comprueba la correlación entre variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Kaplan y Norton (2008) mencionan que la planificación estratégica es una herramienta que permite establecer las directrices en las empresas a fin de puedan concretar sus objetivos a mediano y corto plazo; así como, en Solleiro y Castañon (2005) quienes señalan que la competitividad es la habilidad de las empresas para establecer y desarrollar su nivel de participación de mercado con base a la implementación de estrategias organizacionales. Respecto a las investigaciones nacionales contribuye sustento el estudio de Huallpa (2018), quien estudió las variables planteadas en la presente tesis, obteniendo un coeficiente de correlación de $0,875$ a través del estadígrafo *Rho de Spearman* y un *Sig. (bilateral)*= $0,000$ que comprueba la correlación entre

variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Fred (2012), quien propone un modelo de enfoque sistemático para la toma de decisiones en la organización, para lo cual se argumenta en datos e información tanto cualitativa como cuantitativa y es de aplicación en entornos de incertidumbre; asimismo, con Zeithaml & Parasuraman (1985), quienes refieren que la calidad como la diferencia entre las expectativas y las percepciones del consumidor esto, a su vez, depende del tamaño y la dirección de las cinco brechas asociadas con la entrega de la calidad del servicio del lado del vendedor. Los resultados examinados en los antecedentes refuerzan la hipótesis de la relación entre las variables planeamiento estratégico y la calidad de servicio, en el contexto internacional se evidencia una firme postura por promover la aplicación del planeamiento estratégico de forma efectiva con la finalidad de no sólo incrementar la calidad de sus servicios, sino también de alcanzar éxito y ser mejores que la competencia debido a una mayor participación de condiciones estructurales, recursos económicos y capacidad del elemento humano para efectivizar las estrategias en acciones concretas que desarrollan la participación de forma cooperativa inclusive en contexto aún más complicados como en Palestina, en el que las organizaciones públicas, más específicamente en las municipalidades se suele desarrollar planes estratégicos a fin de organizar las actividades en proyectos de largo plazo que benefician a la sociedad. En el caso nacional el coeficiente de correlación expresa un menor nivel de correlación de la planificación estratégica respecto a la calidad del servicio; por lo que cuando las empresas aplican sus planes estratégicos no siempre suelen obtener buenos resultados en la calidad de sus servicios lo que desincentiva a sus trabajadores y genera un ambiente en el que se trabaja por objetivos a muy corto plazo dejando de lado la implementación de estrategias que permitan concretar la visión de las organizaciones. En conclusión, las investigaciones señaladas presentan una postura homogénea sobre la percepción de aplicar adecuadamente la planificación estratégica en las empresas a fin de mejorar la calidad de sus servicios y con ello incentivar una situación de alto rendimiento económico para las empresas y un servicio con altos estándares de calidad que satisfacen a los clientes. En tal sentido, es posible inferir que, las variables planificación estratégica y calidad de servicio reúnen las condiciones para su implementación en los distintos contextos empresariales siempre que los

directivos estén dispuestos a invertir con miras al logro de su misión en sinergia con la capacidad del personal gerencial y los colaboradores del nivel operativo.

La discusión de la primera hipótesis específica expresa que tuvo finalidad describir que existe relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021. Los resultados de la estadística descriptiva expresan que el 60,3% de los clientes fidelizados afirman que las declaraciones organizacionales se han plasmado de manera óptima, el 13,0% considera que las declaraciones organizacionales se llevaron a cabo de forma regular y el 26,7% afirman que las declaraciones organizacionales se han llevado a cabo de forma deficiente. En los resultados de la estadística inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación moderado de 0,415, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible aceptar que existe relación entre la dimensión declaraciones organizacionales y la variable calidad de servicio. Los resultados cuantitativos justifican la existencia de la relación estrecha entre la dimensión 1 y la variable, puesto que las declaraciones organizacionales como una herramienta de gestión a nivel gerencial y ejecutivo permite establecer de forma clara y precisa la misión y visión de la empresa y los objetivos en el mediano y largo plazo. Estos resultados tienen relación con las investigaciones realizadas en contextos diferentes y que sustentan los resultados obtenidos en la presente tesis; en tal sentido, se alude a la investigación de Barasa (2019), quien estudió las variables planteadas en la presente tesis, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,630 a través del estadígrafo *Rho Spearman* y un *Sig. (bilateral)*=0,000 que comprueba la correlación entre variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Ong (2015) quien observó que la planificación estratégica es un proceso formal y deliberado que analiza la situación actual y establece objetivos con compromiso de recursos destinados a realizar ventaja competitiva organizacional; asimismo, en Leskaj (2017) señaló que la estrategia refuerza la supervivencia organizacional en un mercado competitivo previendo y tratando con desafíos de la competencia por lo que la estrategia se trata principalmente de competir y sobrevivir en el mercado ofreciendo servicios de

calidad competitivos contra las ofertas rivales. Los resultados examinados en los antecedentes refuerzan la hipótesis de la relación entre la dimensión declaraciones organizacionales y la variable calidad de servicio, en el contexto internacional se evidencia una firme postura por promover la aplicación de las declaraciones organizacionales de forma efectiva con la finalidad de no sólo incrementar la calidad de sus servicios, sino también de alcanzar éxito y ser mejores que la competencia debido a una mayor participación de condiciones estructurales, recursos económicos y capacidad del elemento humano para efectivizar las estrategias en acciones concretas que desarrollan la participación de forma cooperativa. En el caso nacional el coeficiente de correlación expresa un menor nivel de correlación de las declaraciones organizacionales respecto a la calidad del servicio; por lo que cuando las empresas aplican sus planes estratégicos no siempre suelen obtener buenos resultados en la calidad de sus servicios. En conclusión, las investigaciones señaladas presentan una postura homogénea sobre la percepción de aplicar adecuadamente la planificación estratégica a través de las declaraciones organizacionales en las empresas a fin de mejorar la calidad de sus servicios.

La discusión de la segunda hipótesis específica expresa que tuvo finalidad describir que existe relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021. Los resultados de la estadística descriptiva expresan que el 19,8% de los clientes fidelizados considera que los objetivos a largo plazo se llevaron a cabo de forma óptima, el 39,7% de los clientes afirman que los objetivos a largo plazo se han llevado a cabo de forma regular y el 40,5% afirman que se establecieron de forma deficiente. En los resultados de la estadística inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación fuerte de 0,768, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación *Rho de Spearman* y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible aceptar que existe relación entre los objetivos a largo plazo y la variable calidad de servicio. Los resultados cuantitativos justifican la existencia de la relación estrecha entre la dimensión 2 y la variable, puesto que los objetivos a largo plazo son una medida de gestión a nivel gerencial y ejecutivo que permite establecer de forma clara y precisa lo que se espera lograr mediante el uso de recursos organizados a través de una

estrategia de acción. Estos resultados tienen relación con las investigaciones realizadas en contextos diferentes y que sustentan los resultados obtenidos en la presente tesis; en tal sentido, se alude a las investigaciones nacionales en el cual contribuye como sustento el estudio de Tineo (2018), quien estudió las variables planteadas en la presente tesis, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,385 a través del estadígrafo *Rho de Spearman* y un *Sig. (bilateral)=0,005* que comprueba la correlación de las variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Fred (2012) quien explica que la planeación es el medio mediante el cual se relaciona el presente y el futuro con la finalidad de incrementar las posibilidades de lograr los objetivos establecidos; asimismo, en Zeithaml & Parasuraman (1985), quien expresa que la calidad en el servicio son los requisitos del cliente medidos en niveles de gusto y de su consistente, por lo que la calidad que forma una empresa con el paso de los años debe ser muy significativa e ir de la mano con todos los procesos relacionados con venta al cliente. Los resultados examinados en los antecedentes refuerzan la hipótesis de la relación entre la dimensión objetivos a largo plazo y la variable calidad de servicio, en el contexto internacional se evidencia una firme postura por promover el establecimiento de los objetivos con la finalidad de no sólo incrementar la calidad de sus servicios, sino también de alcanzar éxito y ser mejores que la competencia a través de un claro establecimiento de lo que se espera lograr en el largo plazo. En el caso nacional el coeficiente de correlación expresa un menor nivel de correlación de los objetivos a largo plazo respecto a la calidad del servicio; por lo que cuando las empresas aplican sus planes estratégicos no siempre plantean adecuadamente sus objetivos, no tienen en cuenta los recursos que disponen por lo que en muchas ocasiones el plan estratégico no trasciende de un simple documento son una lista de lo que se debe hacer, pero no se concreta realmente. En conclusión, las investigaciones señaladas presentan una postura homogénea sobre la percepción de aplicar adecuadamente la planificación estratégica a través de los objetivos a largo plazo en las empresas a fin de mejorar la calidad de sus servicios.

La discusión de la tercera hipótesis específica expresa que tuvo finalidad describir que existe relación entre la gestión estratégica y la calidad de servicio a

los clientes en una empresa constructora 2021. Los resultados de la estadística descriptiva expresan que el 54,2% de los clientes fidelizados afirman que la gestión estratégica se desarrolló de forma óptima, el 26,0% afirman que la gestión estratégica se ha llevado a cabo de forma regular y el 19,8% considera que la gestión estratégica se desarrolló deficientemente. En los resultados de la estadística inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación débil de 0,351, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación *Rho de Spearman* y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible aceptar que existe relación entre la gestión estratégica y la variable calidad de servicio. Los resultados cuantitativos justifican la existencia de la relación estrecha entre la dimensión 3 y la variable, puesto que la gestión estratégica es una medida que permite establecer de forma clara y precisa el accionar diario del área gerencial y de todos los colaboradores en función de los recursos que disponen en la organización. Estos resultados tienen relación con las investigaciones realizadas en contextos diferentes y que sustentan los resultados obtenidos en la presente tesis; en tal sentido, se alude a las investigaciones nacionales, puesto que contribuye sustento el estudio de Gonzáles y Claros (2018) quienes estudiaron las variables planteadas en la presente tesis, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,831 a través del estadígrafo *R de Pearson* y un *Sig. (bilateral)*=0,000 el cual revela que la correlación es fuerte y significativa entre las variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Sánchez (2013), quien menciona que la planificación estratégica es una herramienta de gestión que incluye la capacidad de liderazgo, el conocimiento de la organización, las competencias, arquitectura de las firmas y la formulación de estrategias; así como en David (2014), quien expone que la gestión empresarial tiene efectos directos en el resultado obtenido por la empresa de acuerdo con el proceso de planeación y la formulación de estrategias. Asimismo, estos resultados son apoyados por Sánchez (2019), quien estudió las variables planteadas en la presente tesis, obteniendo un coeficiente de correlación débil de 0,183 a través del estadígrafo *Rho de Spearman* y un *Sig. (bilateral)*=0,089 el cual revela que la correlación no es significativa entre las variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Hernández y Sergio (2006), quien refiere que la gestión estratégica consiste en el

conjunto de decisiones tomadas que provocarán efectos permanentes en la dirección y/o administración de una empresa, institución, grupo social a largo plazo, implica además que los integrantes de dichos grupos prevean procedimientos, análisis externos, económicos, de mercado, sociales y operaciones administrativas necesarias para el logro del mismo; asimismo, en Fontalvo y Vergara (2010) quienes menciona que la calidad es un conjunto de características implícitas del bien o servicio que están diseñados en función a una adecuada gestión de recursos para satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores. Los resultados examinados en los antecedentes refuerzan la hipótesis de la relación entre la dimensión gestión estratégica y la variable calidad de servicio, en el contexto internacional se evidencia una firme postura por promover una gestión de alcance estratégico y efectivo con la finalidad de no sólo incrementar la calidad de sus servicios sino también de la forma en que se utilizaran los recursos para desarrollar las actividades especificadas en el plan estratégico. En el caso nacional el coeficiente de correlación es deficiente puesto que la gestión estratégica no alcanza un nivel de correlación significativo con la calidad del servicio; por lo que cuando las empresas aplican sus planes estratégicos no siempre plantean adecuadamente la gestión de los mismos. En conclusión, las investigaciones señaladas presentan una postura homogénea en el contexto internacional sobre la percepción de aplicar adecuadamente la planificación estratégica a través de la gestión estratégica en las empresas a fin de mejorar la calidad de sus servicios, pero este razonamiento es deficiente en el contexto nacional.

La discusión de la cuarta hipótesis específica expresa que tuvo finalidad describir que existe relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021. Los resultados de la estadística descriptiva expresan que el 32,8% de los clientes fidelizados afirman que la implementación del plan estratégico se ha llevado a cabo de forma óptima, el 40,5% de los clientes fidelizados afirman que la implementación del plan estratégico se desarrolló de forma regular y el 27,7% considera que se desarrolló de forma deficiente. En los resultados de la estadística inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación muy fuerte de 0,829, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman y un valor de *Significancia*

(*bilateral*)=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible aceptar que existe relación entre la implementación del plan estratégico y la variable calidad de servicio. Los resultados cuantitativos justifican la existencia de la relación estrecha entre la dimensión 4 y la variable, puesto que la implementación del plan estratégico es la forma en que los datos y la información establecida en el planeamiento estratégico se lleva a realidad para así determinar si se logrará incrementar la calidad de los servicios. Estos resultados tienen relación con las investigaciones realizadas en contextos diferentes y que sustentan los resultados obtenidos en la presente tesis; en tal sentido, se alude a la investigación de Chiang y Perng (2018), quienes estudiaron las variables planteadas en la presente tesis, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,383 a través del estadígrafo *Rho de Spearman* y un *Sig. (bilateral)*=0,021 que comprueba la relación entre variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Wang et al. (2015) quien afirma que la implementación estratégica se puede utilizar para mejorar la estrategia de diferenciación y también puede ayudar a los directores ejecutivos y gerentes a planificar programas teniendo en cuenta las necesidades de los clientes. Existe una necesidad esencial de encontrar una manera eficaz de traducir los requisitos del cliente en un conjunto de elementos de calidad del servicio formados de acuerdo con su perspectiva; asimismo, Parasuraman et al. (1998), desarrolló el modelo SERVQUAL como un instrumento para medir la calidad del servicio desde un enfoque más comúnmente utilizado para medir la calidad del servicio, que compara las expectativas de los clientes antes de su encuentro con el servicio con sus percepciones con respecto al servicio real después de su encuentro de servicio. Asimismo, estos resultados son firmemente apoyados por Elbanna y Andrews (2016), quienes estudiaron los efectos de la planificación estratégica formal en el éxito de la implementación de la estrategia, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,440 a través del estadígrafo *Rho de Spearman* y un *Sig. (bilateral)*=0,010 que comprueba la relación entre variables. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Bryson (2011), quien define que la planificación estratégica es establecer conceptos, procedimientos y herramientas que las organizaciones usan cuándo determinan su dirección estratégica general y los recursos necesarios para lograrlo, asimismo, en Thanos y Colak (2014) quienes

afirman que la implementación de la estrategia es la realización de la estrategia y lo que hace la empresa para alcanzar el éxito con la toma de decisiones que le permita concretar sus objetivos mediante un pensamiento crítico amplio de la situación empresarial. Los resultados examinados en los antecedentes refuerzan la hipótesis de la relación entre la dimensión implementación del plan estratégico y la variable calidad de servicio, en el contexto internacional se evidencia una firme postura por promover la implementación del plan estratégico siguiendo las etapas planteadas en sus propios modelos de forma ordenada y mejorarlos a medida que logran cada objetivo. En el caso nacional el coeficiente de correlación expresa un menor nivel de correlación de la implementación del plan estratégico respecto a la calidad del servicio debido a que conlleva una gran carga laboral que difícilmente es asumida por las empresas debido a la falta de personal lo que se suma a una preocupación más profunda por atender las actividades diarias que el trabajo constante por construir un futuro en el que la empresa se desarrolle de forma amplia.

La discusión de la quinta hipótesis específica expresa que tuvo finalidad describir que existe relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021. Los resultados de la estadística descriptiva expresan que el 40,5% de los clientes fidelizados afirman que el control estratégico se desarrolló de forma óptima, el 35,1% de los clientes encuestados afirman que el control estratégico se llevó a cabo de forma regular y el 19,8% considera que se desarrolló de forma deficiente. En los resultados de la estadística inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación fuerte de 0,758, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001<0,05, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la alterna, por lo que es posible aceptar que existe relación entre la dimensión control estratégico y la variable calidad de servicio. Los resultados cuantitativos justifican la existencia de la relación estrecha entre la dimensión 5 y la variable, puesto que el control estratégico como una herramienta de gestión a nivel gerencial y ejecutivo permite establecer un estándar que se espera alcanzar, el cual de no lograrse deben implementarse medidas correctivas o un proceso de retroalimentación que permita identificar los errores y corregirlos

en el menor tiempo posible y así no afectar la calidad de los servicios. Estos resultados tienen relación con las investigaciones realizadas en contextos diferentes y que sustentan los resultados obtenidos en la presente tesis; en tal sentido, se alude a la investigación de Das, Agarwall y Swain (2020), quienes estudiaron las variables planteadas en la presente tesis obteniendo un $R=439$ a través del estadígrafo *Pearson* y un $Sig. (bilateral)=0,000$ que comprueba el efecto del plan estratégico sobre la estructura de capital de las empresas. Los resultados alcanzados están sustentados en las teorías de Gupta y Singh (2018) quienes afirman que el gobierno corporativo como plan estratégico se ocupa del crecimiento y desarrollo de la economía y formas en que los proveedores del capital se aseguran de obtener retornos de sus inversiones en las empresas corrigiendo los errores cometidos a través de un proceso exhaustivo de control; asimismo, en Krechovska & Prochazkova (2014) quienes mencionan que la junta directiva de una organización conforma el principal actor responsable de la toma de decisiones y para una formulación e implementación fluidas de todas las cuestiones de la planificación estratégica relacionados con el control de los resultados corporativos. En particular, este antecedente refuerza la hipótesis de la relación entre la dimensión control estratégico y la variable calidad de servicio, pese a que en el contexto nacional el coeficiente de correlación expresa un menor nivel de correlación de la planificación estratégica respecto a la calidad del servicio; por lo que cuando las empresas aplican sus planes estratégicos no siempre suelen obtener buenos resultados en la calidad de sus servicios; sin embargo, en contextos como el de los hospitales planteados en la investigación de Ruíz (2018) sí se observa mayor intención del área gerencial por efectuar el control estratégico y con base a las medidas correctivas solucionar y adaptarse a la situación en la que se encuentra la sociedad. En conclusión, las investigaciones señaladas presentan una postura de aceptación sobre la percepción de aplicar adecuadamente el control estratégico para desarrollar lo establecido en la planificación estratégica a través de las e incrementar la calidad ofrecida a los clientes.

Asimismo, se encontró que la metodología de la investigación fue idónea para los fines planteados, puesto que permitió determinar si la planificación estratégica se relacionada o no con la calidad de servicio y cuál era el grado o nivel

de esta correlación a través de la aplicación de teorías plenamente fundamentadas para explicar el comportamiento de las variables en la realidad problemática con datos numéricos que fueron procesados mediante técnicas estadísticas. En tal sentido, cabe precisar que como primera investigación la presente tesis sirvió para conocer más a fondo el nivel de relación entre las variables, sin embargo, este también es una de sus principales debilidades puesto que no permitió determinar las causas que explican dicha relación como sí se hubiese logrado a través de la utilización de un diseño experimental.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con McCombes (2019, p. 17), para desarrollar las conclusiones de una investigación es necesario indicar claramente la respuesta a la pregunta principal de la investigación, resumir y reflexionar sobre los resultados, hacer recomendaciones para el trabajo futuro sobre el tema y mostrar qué nuevos conocimientos han aportado. En tal sentido, se procedió a elaborar las conclusiones adquiridas de acuerdo con el proceso seguido en la presente investigación.

Primero. Los resultados de la estadística de nivel descriptivo univariado respecto de la hipótesis general expresan que existe relación entre las variables planeamiento estratégico y calidad de servicio en una empresa constructora de la ciudad de Lima; expresa que el 6,9% de los clientes fidelizados considera que las actividades del plan estratégico se llevaron a cabo de forma óptima, el 52,7% que fue de manera regular, y el 40,5% que fue de forma deficiente. Respecto a la calidad de servicio, el 26,7% del total de clientes fidelizados encuestados afirman que la calidad de servicio se llevó a cabo de forma óptima, el 60,3% fue de forma regular y sólo el 13,0% considera que fue deficiente. Respecto a los resultados de nivel inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación fuerte de 0,661, mediante la prueba *Rho de Spearman* y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y aceptar que existe relación entre las variables. Los resultados alcanzados con base al enfoque cuantitativo demuestran que existe estrecha relación entre las variables estudiadas; puesto que, como lo menciona Doost (2017) el planeamiento estratégico permite incrementar las probabilidades de éxito en la calidad de servicio a través de una propuesta de valor que prioriza el desarrollo de las declaraciones organizacionales, los objetivos a largo plazo, la aplicación de una gestión basada en la estrategia, la implementación oportuna del plan estratégico y la puesta en marcha de proceso de control a nivel estratégico con la finalidad de incrementar la calidad del servicio, satisfacer las deseos y

necesidades de los clientes y preservar e inclusive incrementar el margen de rentabilidad para la empresa.

Segundo. La primera hipótesis específica tuvo el propósito de identificar si existe relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes de una empresa constructora. Los resultados de la estadística de nivel descriptivo univariado reveló que el 60,3% del total de clientes encuestados afirman que las declaraciones organizacionales se plasmaron de manera óptima, el 13,0% que se llevaron a cabo de forma regular y el 26,7% que se llevaron a cabo de forma deficiente. Respecto a los resultados de nivel inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación moderado de $0,415$, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación *Rho* de Spearman y un valor de *Significancia (bilateral)*= $0,001$, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y aceptar que existe relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio. Este resultado es congruente con los fundamentos teóricos de Akio (2016) que afirma que redactar y publicar de forma oportuna las declaraciones organizacionales, es decir, la misión y visión, permite delimitar el accionar diario de la empresa y establecer un horizonte que se espera alcanzar en el futuro estableciendo las bases para incrementar de forma paulatina la propuesta de calidad en el servicio para los clientes.

Tercero. La segunda hipótesis específica tuvo el propósito de identificar si existe relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes de una empresa constructora. Los resultados de la estadística de nivel descriptivo univariado reveló que el 19,8% de los clientes fidelizados considera que los objetivos a largo plazo se llevaron a cabo de forma óptima, el 39,7% que fue de forma regular y el 40,5% afirman que se establecieron de forma deficiente. Respecto a los resultados de nivel inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación fuerte de $0,768$, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación *Rho* de Spearman y un valor de *Significancia (bilateral)*= $0,001$, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y aceptar que existe relación entre los objetivos a largo plazo y la variable calidad de servicio. Este

resultado es congruente con los fundamentos teóricos de Scott (2016) quien afirma que los objetivos a largo plazo permiten estimar el desempeño previsto de una empresa durante un período de tiempo de varios años incluyendo medidas como la rentabilidad de la posición competitiva, el retorno de la inversión, el desarrollo de los empleados y las mejoras en la calidad de servicio.

Cuarto. La tercera hipótesis específica tuvo el propósito de identificar si existe relación entre la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes de una empresa constructora. Los resultados de la estadística de nivel descriptivo univariado reveló que el 54,2% de los clientes fidelizados afirman que la gestión estratégica se desarrolló de forma óptima, el 26,0% que fue de forma regular y el 19,8% considera que se desarrolló deficientemente. Respecto a los resultados de nivel inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación débil de 0,351, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación *Rho de Spearman* y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y aceptar que existe relación entre la gestión estratégica y la variable calidad de servicio. Este resultado es congruente con los fundamentos teóricos propuestos por Doost (2017) quien afirma que la gestión estratégica permite establecer una colección integral de actividades y procesos continuos que las organizaciones deben utilizar para coordinar y alinear sistemáticamente los recursos y acciones con la misión, visión y la estrategia para mejorar la calidad de servicio en el corto y mediano plazo.

Quinto. La cuarta hipótesis específica tuvo el propósito de identificar si existe relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes de una empresa constructora. Los resultados de la estadística de nivel descriptivo univariado reveló que el 32,8% de los clientes fidelizados afirman que la implementación del plan estratégico se ha llevado a cabo de forma óptima, el 40,5% que fue de forma regular y el 27,7% considera que se desarrolló de forma deficiente. Respecto a los resultados de nivel inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación muy fuerte de 0,829, valor calculado a través de la prueba no

paramétrica de correlación Rho de Spearman y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y aceptar que existe relación entre la implementación del plan estratégico y la variable calidad de servicio. Este resultado es congruente con los fundamentos teóricos de Akio (2016) quien afirma que la forma en que los recursos económicos y humanos, la estructura a través del organigrama, el sistema para la supervisión y la cultura deben desarrollarse, utilizarse y fusionarse para diseñar una estrategia orientada a mejorar la calidad de servicio y a concretar la visión organizacional.

Sexto. La quinta hipótesis específica tuvo el propósito de identificar si existe relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes de una empresa constructora. Los resultados de la estadística de nivel descriptivo univariado reveló que el 40,5% de los clientes fidelizados afirman que el control estratégico se desarrolló de forma óptima, el 35,1% que fue de forma regular y el 19,8% considera que se desarrolló de forma deficiente. Respecto a los resultados de nivel inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación fuerte de 0,758, valor calculado a través de la prueba no paramétrica de correlación *Rho de Spearman* y un valor de *Significancia (bilateral)*=0,001, el cual permite sustentar el rechazo de la hipótesis nula y aceptar que existe relación entre la dimensión control estratégico y la variable calidad de servicio. Este resultado es congruente con los fundamentos teóricos de Scott (2016) quien propone que todas las estrategias estén sujetas a modificaciones futuras debido a que los factores internos y externos cambian constantemente, es por ello que a medida que se desarrolla el examen y supervisión de las estrategias enfocadas en la calidad de servicio, los encargados identifican si dichas estrategias facilitarían el logro de todo lo que se hayan propuesto e implementarían medidas correctivas o mejoras si fuesen necesarias. Asimismo, en el desarrollo de la investigación se encontró una limitación relacionada con la cantidad de unidades de análisis que conformaron la muestra, 131 clientes fidelizados de la empresa constructora; puesto que, representa poco más del 60% del

total de la población, siendo lo ideal estudiar al total de la población a fin de obtener un sondeo más preciso sobre la perspectiva que tienen los clientes acerca de la relación entre la planificación estratégica y la calidad de servicio. Asimismo, una segunda limitación estuvo relacionada con la cantidad de ítems comprendidos en los cuestionarios, los cuales entre la primera y segunda variable sumaron un total de 60 preguntas por responder a los que los encuestados en muchas ocasiones se mostraron reacios a responder por falta de tiempo entre sus actividades laborales. Por otra parte, se encontró cierta limitación relacionada con la disponibilidad de trabajos previos o antecedentes internacionales que empleasen las mismas variables, metodología y pruebas de comprobación de hipótesis; puesto que en su mayoría las investigaciones publicadas que cumplían con estas características correspondían a estudios realizados con más de 7 años de antigüedad.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo con McCombes (2019, p. 21), el capítulo de las recomendaciones es un buen lugar para elaborar iniciativas de mejora y mirar hacia el futuro para el desarrollo del tema investigado, considerando las implicaciones de sus hallazgos para la teoría y la práctica. En tal sentido, las recomendaciones representan sugerencias de los cambios que deben aplicarse en la investigación para ahondar en sus respuestas, por lo que a continuación se plantean los siguientes:

- Primero. Respecto a la hipótesis general, se identificó que la planificación estratégica y la calidad de servicio tienen un nivel de correlación fuerte; en tal sentido, si en la empresa no se lleva a cabo un proceso de inversión de recursos económicos y humanos para establecer la planificación estratégica entonces no se logrará incrementar el nivel de calidad del servicio. En las empresas de clase mundial, la calidad se consideran componentes cruciales y decisivos del proceso de planificación estratégica; los conceptos básicos de la calidad del servicio al cliente, que tal vez se reduzcan a unos pocos principios, pueden regir de manera efectiva gran parte de lo que tradicionalmente se requiere en la planificación estratégica y la configuración de objetivos. Los niveles de alta calidad de servicio del cliente ahora se incluyen en las declaraciones de misión de muchas de las mejores empresas del mundo. Es por ello que, se recomienda solicitar los servicios de un especialista en planificación estratégica a fin de que instaure de forma apropiada este proceso y asesore al área gerencial y ejecutivo para que puedan implementarlo en la empresa agregando elementos importantes como la participación y el empoderamiento de los empleados, la asociación con los proveedores y la mejora continua, entonces se habrá obtenido los principales principios de la gestión de la calidad del cliente.
- Segundo. En cuanto a la primera hipótesis específica, se encontró que las declaraciones organizacionales tienen un nivel de correlación moderado con la calidad de servicio; por ello, se recomienda que cuando se

establezcan las declaraciones organizacionales, es decir la misión y visión, es necesario plasmarlos de manera, clara, precisa y concisa, de tal manera que comunique tanto a los colaboradores como a los clientes potenciales que en la empresa se valoran los servicios de calidad a precios competitivos. Una declaración de misión y visión articula el propósito del negocio y lo que quiere alcanzar en el largo plazo, eso lo convierte en una parte importante de cualquier plan estratégico por lo que se debe considerar cómo las declaraciones organizacionales pueden funcionar para cada empresa.

Tercero. En cuanto a la segunda hipótesis específica, se encontró que los objetivos a largo plazo tienen un nivel de correlación fuerte respecto a la calidad de servicio; en tal sentido, es recomendable que cada objetivo propuesto sea cuantificable, se exprese con la claridad necesaria, tenga factibilidad en función a los recursos con los que cuenta la empresa, se describa con precisión y coherencia a fin de que los colaboradores de todos los niveles comprendan el valor de sus actividades y que en conjunto suman de forma significativa en la mejora de la calidad de los servicios prestados a los clientes.

Cuarto. En cuanto a la tercera hipótesis específica, se identificó que la gestión estratégica tiene un nivel de correlación débil respecto a la calidad de servicio y considerando que la gestión de nivel estratégico refiere a la colección integral de actividades y procesos continuos que se utilizan para coordinar y alinear sistemáticamente los recursos y acciones; se recomienda, capacitar al personal gerencial y ejecutivo en temas de desarrollo gerencial y aptitud para el liderazgo a fin de que desarrollen sus habilidades para gestionar los recursos y las actividades propuestas en el planeamiento estratégico en acciones concretas que incrementen la calidad de servicio.

Quinto. En cuanto a la cuarta hipótesis específica, se encontró que la implementación tiene una relación muy fuerte con la calidad de servicio; es por ello que, se recomienda cuando se desarrolle proceso de capacitación a los colaboradores de ventas a fin de orientar las fuerzas de marketing hacia una mejora en la atención a los clientes. La

implementación del plan requiere de un enfoque que permita supervisar a los colaboradores del área de ventas a fin de que el ofrecimiento de un servicio de trato cordial y amable al cliente se transforme en una ventaja competitiva y permita desarrollar las capacidades del personal en un desempeño óptimo.

Sexto. En cuanto a la quinta hipótesis específica, se identificó que el control estratégico tiene un nivel de correlación fuerte con la calidad de servicio a los clientes; en tal sentido, si en la empresa no se efectúa un proceso de control de lo establecido en el plan estratégico no será posible determinar si los resultados son los esperados y muchos menos será posible identificar en que aspectos está fallando; por ello, es recomendable que se instaure un área encargada del control del planeamiento estratégico y más específicamente, un encargado del sistema de gestión de calidad que se encargue de monitorear los factores externos, factores internos, el nivel de calidad del servicio, el nivel de satisfacción del cliente y el rendimiento mensual obtenido con apoyo del área contable de la empresa. Asimismo, para futuras investigaciones sobre el planeamiento estratégico y la calidad de servicio, se recomienda efectuar un censo a fin de evitar sesgos relacionados a la selección de los elementos de la muestra y a su nivel de representación del total de la población; asimismo, otro aspecto importante para reducir los sesgos de los datos obtenidos es reducir la cantidad de ítems a un total de 20 por cada cuestionario a fin de evitar la fatiga de los encuestados e incentivar a responder conscientemente sobre el tema investigado.

REFERENCIAS

- Aguoru, C., Orsaah S. y Umogbai, M. (abril, 2018). Effect of strategic analysis and strategy implementation on service quality of a popular telecommunication company in Nigeria (Efecto del análisis estratégico y la implementación de la estrategia en la calidad del servicio de una empresa de telecomunicaciones popular en Nigeria). *International Journal of Scientific Research and Management*, 6 (4), 305-311. Recuperado de <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v6i4.em09>
- Akio, P. (2016). *Strategic Planing* (Planeamiento Estratégico). Washington, D.C: National Minority AIDS Council.
- Barasa, M. (junio, 2019). Organizational strategic planning, implementation and evaluation with analysis of challenges and benefits for profit and nonprofit organizations (Planificación, implementación y evaluación estratégica organizacional con análisis de desafíos y beneficios para organizaciones con y sin fines de lucro). *International Journal of Applied Research and Studies*, 5 (6), 27-32. Recuperado de <https://doi.org/10.22271/allresearch.2019.v5.i6a.5870>
- Bhandari, P. (2021). *Methodology. An introduction to research methods* (Metodología. Introducción a los métodos de investigación). Recuperado de <https://www.scribbr.com/methodology/quantitative-research/doi.org/159355>
- Bryson, J., Hamilton, L. y Van, D. (febrero, 2018). Getting strategic about strategic planning research (Obtener estrategias sobre la investigación de planificación estratégica). *Public Management Review*, 20 (3), 317-339. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14719037.2017.1285111>
- Carrasco, A., Cuzco, M., Correa, M., Vinueza, J. y Cabrera, A. (abril, 2018). Análisis de planificación estratégica para las actividades artesanales: SCOPUS 2014 a 2016. *Revista Espacios*, 39 (34), 21-33. Recuperado de <https://doi.org/10.48082/espacios/a18v39n34/a18v39n34p01>

- Cherry, K. (abril, 2020). Introduction to Psychology Research Methods. (Introducción a los métodos de investigación en psicología). *Verywellmind Journal*. 2(2), 17-26. Recuperado de <https://www.verywellmind.com/introduction-to-research-methods.doi.org/102795793>
- Chiang, T. y Perng, Y. (setiembre, 2018). A new model to improve service quality in the property management industry (Un nuevo modelo para mejorar la calidad del servicio en la industria de la administración de propiedades). *International Journal of Strategic Property Management*, 22 (5), 436-446. Recuperado de <https://doi.org/10.3846/ijspm.2018.5226>
- Das, C., Agarwall, H., Swain, R. (octubre, 2020). Is the Concept of Corporate Governance a Strategic Plan for Firms' Optimum Capital Structure? Evidence from Manufacturing Companies (¿Es el concepto de gobierno corporativo un plan estratégico para la estructura óptima de capital de las empresas? Evidencia de empresas manufactureras). *Journal of Operations and Strategic Planning*, 3 (2), 113-131. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/2516600X20949774>
- Doost, H. (2017). *Principles of strategic planning* (Principios de planificación estratégica). Alemania: Fachhochschule des Mittelstands GmbH.
- Dris, A. y Cothman, M. (abril, 2019). The impact of strategic planning in palestinian municipalities on the quality of service provided to its citizens (El impacto de la planificación estratégica en los municipios palestinos sobre la calidad del servicio brindado a sus ciudadanos). *International Business Research*, 12 (5), 69-85. Recuperado de <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n5p69>
- Dudovskiy, J. (2018). *The Ultimate Guide to Writing a Dissertation in Business Studies: a step by step assistance* (La guía definitiva para escribir una tesis en estudios empresariales: una asistencia paso a paso). Recuperado de <https://research-methodology.net/research-methodology/research-types/applied-research/>
- Elbanna, S. y Andrews, R. (noviembre, 2016). Strategic Planning and Implementation Success in Public Service Organizations: Evidence from

Canada (Éxito de la planificación estratégica y la implementación en organizaciones de servicio público: evidencia de Canadá). *Public Management Review*, 18 (7), 1017-1042. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14719037.2015.1051576>

Farency, A. (2020). *3 Reasons Why Corporate Strategic Planning is Important*. Recuperado de [https://www.achieveit.com/resources/3-reasons-corporate-strategic-planning-important#:~:text=1\)%20Strategic%20planning%20provides%20clarity,is%20our%20purpose%3F%20\(Mission\)](https://www.achieveit.com/resources/3-reasons-corporate-strategic-planning-important#:~:text=1)%20Strategic%20planning%20provides%20clarity,is%20our%20purpose%3F%20(Mission))

Ganga, F. Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27 (4), 668-681. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>

George, B., Walker, R. y Monster, J. (octubre, 2019). Does Strategic Planning Improve Organizational Performance? A Meta-Analysis (¿La planificación estratégica mejora el desempeño organizacional? Un metaanálisis). *Public Administration Review*, 79 (6), 810-819. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/puar.13104>

Glasofer, A. y Townsend, A. (enero, 2020). Determining the level of evidence nonexperimental research designs (Determinando el nivel de evidencia diseños de investigación no experimentales). *Nursing Critical Care*, 15(1), 24-27. Recuperado de <https://doi.org/10.1097/01.CCN.0000612856.94212.9b>

Gonzáles, C. y Claros, V. (diciembre, 2018). Planificación estratégica y su incidencia en la Gestión de la empresa Depósito PAKATNAMU E.I.R.L. *Revista CYT*, 14 (4), 81-94. Recuperado de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2164>
doi.org/10.181067811

Hamed, M. (setiembre, 2020). The Toyota Way to Effective Strategy Deployment: How Organizations Can Focus Energy on Key Priorities Through Hoshin

Kanri to Achieve the Business Goals (La forma de Toyota para la implementación de estrategias efectivas: cómo las organizaciones pueden enfocar la energía en prioridades clave a través de Hoshin Kanri para lograr los objetivos comerciales). *Journal of Operations and Strategic Planning*, 3 (2), 132-158. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/2516600X20946542>

Huallpa, F. (2018). *Planeamiento estratégico y gestión de calidad de servicio educativo en las academias preuniversitarias del cercado de la ciudad de Juliaca – 2018*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/doi.org/10/123456789/11934>

Burgos, S. y Morocho, T. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 5(1), 22-39. Recuperado de <https://doi.org/10.17162/riva.v5i1.1279>

Kaburi, I. (abril, 2017). Developing questionnaire base on selection and designing (Elaboración de cuestionarios basados en selección y diseño). *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 219-221. Recuperado de <https://doi.org/10.15406/bbij.2017.05.00150>

Momoh, O y Scott, G. (marzo, 2020). Fundamental analysis: tools for fundamental analysis (Análisis fundamental: herramientas para el análisis fundamental). *Investopedia Journal*, 2(2), 23-31. Recuperado de <https://www.investopedia.com/terms/p/population.asp> doi.org/10.410.pk

Kotler, P. Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital* (Marketing 4.0. Pasar de lo tradicional a lo digital). (2da ed.). España: Lid Editorial.

Méndez, M. (2019). *Planeamiento estratégico para mejorar la calidad de servicio de atención al cliente en una Entidad Financiera de Trujillo, 2018*. Recuperado de <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/13200/M%c3%89ND%20EZ%20IB%c3%81%c3%91EZ%2c%20Milka%20Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Mora, E., Vera, M. y Melgarejo, Z. (marzo, 2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31 (134), 79-87. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Neis, D., Pereira, M. y Maccari, E. (octubre, 2017). Strategic Planning Process and Organizational Structure: Impacts, Confluence and Similarities (Proceso de planificación estratégica y estructura organizativa: impactos, confluencia y similitudes). *BBR Brazilian Business Review*, 14 (5), 189-201. Recuperado de <https://doi.org/10.15728/bbr.2017.14.5.2>
- Ore, H., Olortegui, E. y Ponce, D. (diciembre, 2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Científica Pakamuros*, 8 (4), 31-44. Recuperado de <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v8i4.147>
- Oschman, J. (abril, 2017). The Role Of Strategic Planning In Implementing A Total Quality Management Framework: An Empirical View (El papel de la planificación estratégica en la implementación de un marco de gestión de la calidad total: una visión empírica). *Quality Management Journal*, 24 (2), 41-53. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10686967.2017.11918508>
- Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación*. (2da ed.). Lima: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Proventures Education Consulting (2019). *Expert Judgment* (Juicio de expertos), Recuperado de <https://proventuresindia.com/blog/expert-judgment/>
- Ruíz, P. (2018). *Plan estratégico y calidad de servicios en el Hospital Santa Rosa – Ministerio De Salud*. Recuperado de <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/1961>
- 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*. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8758/1/2019_Sanchez-Cueva.pdf doi.org.10/USIL/8758

- Sánchez, R. (2017). *Proyecto para la mejora de la calidad de servicio en la Inmobiliaria Las Malvinas S.A.C distrito de San Luis*.
- Scott, A. (2016). *Strategic Planing* (Planeamiento Estratégico). Gran Bretaña: Heriot-Watt University
- Singh, S. y Singh P. (noviembre, 2018). An Integrated AFS-Based SWOT Analysis Approach for Evaluation of Strategies Under MCDM Environment (Un enfoque de análisis FODA integrado basado en AFS para la evaluación de estrategias en el entorno de MCDM). *Journal of Operations and Strategic Planning*. 1(2), 129-147. Recuperado de <https://doi.org/10.1177%2F2516600X18801689>
- Statutor (2020). *Spearman's Correlation Coefficient* (Coeficiente de Correlación de Spearman). Recuperado de <https://www.statstutor.ac.uk/types/>
- Taherdoost, H. (enero, 2016). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research (Validez y fiabilidad del instrumento de investigación; cómo probar la validación de un cuestionario / encuesta en una investigación). *International Journal of Academic Research in Management*, 5(3), 28-36. Recuperado de <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205040>
- Tama, J. (junio, 2018). How an agency's responsibilities and political context shape government strategic planning: evidence from US Federal agency quadrennial reviews (Cómo las responsabilidades de una agencia y el contexto político dan forma a la planificación estratégica del gobierno: evidencia de las revisiones cuatrienales de las agencias federales de EE. UU). *Public Management Review*, 20 (3), 377-396. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14719037.2017.1285114>
- Tineo, R. (2018). *Planeamiento Estratégico para mejorar la calidad de servicio de la empresa C & L CONIGE S.A.C., Chiclayo*. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/doi.org/10.20.500.12692/31265/Tineo_CR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Wandera, O. (noviembre, 2018). An assessment of the influence of strategic plan implementation on service quality in public hospitals in Kiambu County (Una

evaluación de la influencia de la implementación del plan estratégico en la calidad del servicio en los hospitales públicos del condado de Kiambu). *International Academic Journal of Human Resource and Business Administration*, 3 (4), 315-331. Recuperado de <http://repository.seku.ac.ke/bitstream/handle/123456789/4381/Muya> [doi.org/10/2518-2374](https://doi.org/10.2518-2374)

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario acerca del planeamiento estratégico

Pertenece a la Escuela de Administración de la UCV y estamos realizando una investigación acerca del planeamiento estratégico. Responda marcando con un aspa (X) en función a los siguientes criterios:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

I. Declaraciones organizacionales		1	2	3	4	5
1	La misión organizacional expresa de forma clara el propósito de la inmobiliaria.					
2	La inmobiliaria difunde su misión con sus clientes mediante diversos canales.					
3	La inmobiliaria ha planteado una visión organizacional coherente con los recursos que dispone.					
4	La inmobiliaria utiliza diversos canales para comunicar su visión a sus clientes.					
II. Objetivos a largo plazo		1	2	3	4	5
5	Los objetivos a largo plazo planteados por la gerencia son cuantificables.					
6	Considera que los objetivos fueron planteados de forma clara.					
7	Los objetivos a largo plazo apuntan alto pero no son una declaración imposible, son realistas y alcanzables.					
8	Considera que cada objetivo planteado por la inmobiliaria delimita lo que se quiere alcanzar.					
9	Los objetivos a largo plazo son coherentes con la misión y visión de la organización.					
III. Gestión estratégica		1	2	3	4	5
10	La organización tiene en cuenta los factores externos que podrían afectarla, tales como, la economía nacional, la política, los avances tecnológicos, entre otros.					
11	Considera la gestión de la inmobiliaria aprovecha adecuadamente la posición competitiva de la organización.					
12	La inmobiliaria gestiona de forma estratégica los factores internos que podrían afectarla tales como, sus recursos financieros, técnicos, humanos, entre otros.					
13	La organización utiliza adecuadamente sus fortalezas para responder de forma inmediata a los problemas que surgen en desarrollo de sus actividades.					

14	El uso de una matriz de planificación estratégica cuantitativa le permite definir la estrategia más apropiada para la organización.					
15	Considera que la estrategia centrada en los productos estrella es el más adecuado para la inmobiliaria.					
	IV. Implementación del plan estratégico	1	2	3	4	5
16	Los objetivos anuales de la inmobiliaria son los más adecuados para su contexto actual.					
17	La inmobiliaria cuenta con políticas que protegen tanto sus propios intereses como de los clientes.					
18	El personal de la empresa se muestra motivado con su trabajo.					
19	Los recursos de la inmobiliaria son asignados de forma correcta a cada jefe de área.					
20	La organización infunde una cultura que favorece el desarrollo de su estrategia.					
21	La inmobiliaria cuenta con un organigrama diseñado de forma razonable con la disposición de sus recursos.					
22	Cuentan con un área de marketing que se interesa en conocer a sus clientes.					
23	Considera que la inmobiliaria hace uso adecuado de su presupuesto.					
24	La organización cuenta con un sistema que integra de forma efectiva la información del cliente.					
	V. Control estratégico	1	2	3	4	5
25	Los encargados del servicio identifican los factores externos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.					
26	Los encargados del servicio identifican los factores internos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.					
27	La inmobiliaria evalúa su desempeño financiero de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.					
28	Evalúa el desempeño de su personal de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.					
29	Se evalúan las relaciones con los clientes de forma periódica y se establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.					
30	La organización corrige de forma rápida los errores que comete en sus servicios.					

Cuestionario acerca de la calidad de servicio

Pertenece a la Escuela de Administración de la UCV y estamos realizando una investigación acerca de la calidad de servicio. Responda marcando con un aspa (X) en función a los siguientes criterios:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

I. Elementos tangibles		1	2	3	4	5
1	Considera usted que las instalaciones de la empresa son modernas, limpias y aptas para brindar un servicio adecuado.					
2	La empresa cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna.					
3	La empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar un buen servicio.					
4	La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesitan los clientes.					
5	La empresa cuenta con ambientes adecuados para brindar un servicio de calidad.					
II. Fiabilidad		1	2	3	4	5
6	La inmobiliaria cuenta con sistema que organiza la información de sus clientes.					
7	El personal de la empresa ofrece un servicio personalizado al cliente.					
8	Piensa usted que la empresa cumplió con lo prometido en relación con el servicio.					
9	En caso de haber tenido algún problema, la empresa lo resolvió rápidamente.					
10	Siente usted que tuvo que esperar mucho tiempo para recibir atención.					
11	El personal de la inmobiliaria tiene un trato amable con sus clientes.					
12	El personal desarrolla relaciones positivas con cada cliente.					
13	La asistencia y puntualidad del personal es acorde a lo estipulado.					
III. Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
14	Los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para atenderle.					
15	En el caso de que se haya producido algún problema al momento de ser atendido, fue solucionado por el personal.					
16	Considera que el personal de la empresa siempre está disponible para solucionar su queja o reclamo.					

17	Cree usted que los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.					
18	Se encuentra satisfechos con el desempeño del personal.					
	IV. Seguridad	1	2	3	4	5
19	El comportamiento de los trabajadores de la empresa le transmite confianza y seguridad.					
20	La información brindada por los trabajadores de la empresa le brinda seguridad durante su instancia.					
21	Los trabajadores de la empresa le demuestran credibilidad.					
22	Los servicios ofrecidos por la inmobiliaria ofrecen garantía.					
23	La inmobiliaria ofrece servicio de postventa adecuado a las necesidades de los clientes.					
	V. Empatía	1	2	3	4	5
24	El personal que labora en la empresa le brindó una excelente atención.					
25	El personal que labora en la empresa brindan igual trato a todos los clientes.					
26	Siente que el personal de la empresa entendió sus necesidades concretas.					
27	El comportamiento del personal de la empresa generó confianza.					
28	El personal que labora en la empresa fue cortés con usted todo el tiempo.					
29	El personal de la empresa que lo atendió contaba con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas.					
30	El personal tiene la capacidad de entender los sentimientos y emociones del cliente.					

Anexo 2: Validación de Instrumentos



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el planeamiento estratégico

N°	DIMENSIONES / Ítems	Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	Variable 1: planificación estratégica													
	Dimensión 1: Declaraciones organizacionales													
	Indicador 1: Misión													
1	La misión organizacional expresa de forma clara el propósito de la inmobiliaria.				X				X			X		
2	La inmobiliaria difunde su misión con sus clientes mediante diversos canales.				X				X				X	
	Indicador 2: Visión													
3	La inmobiliaria ha planteado una visión organizacional coherente con los recursos que dispone.			X					X				X	
4	La inmobiliaria utiliza diversos canales para comunicar su visión a sus clientes.				X				X				X	
	Dimensión 2: Objetivos a largo plazo													
	Indicador 1: Objetivos cuantificables													
5	Los objetivos a largo plazo planteados por la gerencia con cuantificables.				X			X					X	
	Indicador 2: Claridad													
6	Considera que los objetivos fueron planteados de forma clara.				X				X			X		
	Indicador 3: Factibilidad													
7	Los objetivos a largo plazo apuntan alto pero no son una declaración imposible, son realistas y alcanzables.				X				X				X	
	Indicador 4: Precisión													
8	Considera que cada objetivo planteado por la inmobiliaria delimita lo que se quiere alcanzar.				X				X				X	
	Indicador 5: Coherencia													
9	Los objetivos a largo plazo son coherentes con la misión y visión de la organización.				X				X			X		
	Dimensión 3: Gestión estratégica													
	Indicador 1: Formulación de gestión estratégica													
10	La organización tiene en cuenta los factores externos que podrían afectarla, tales como, la economía nacional, la política, los avances tecnológicos, entre otros.				X				X				X	



11	Considera la gestión de la inmobiliaria aprovecha adecuadamente la posición competitiva de la organización.			X			X			X
12	La inmobiliaria gestiona de forma estratégica los factores internos que podrían afectarla tales como, sus recursos financieros, técnicos, humanos, entre otros.		X				X			X
13	La organización utiliza adecuadamente sus fortalezas para responder de forma inmediata a los problemas que surgen en desarrollo de sus actividades.			X			X			X
Indicador 2: Selección de estrategia										
14	El uso de una matriz de planificación estratégica cuantitativa le permite definir la estrategia más apropiada para la organización.			X			X			X
15	Considera que la estrategia centrada en los productos estrella es el más adecuado para la inmobiliaria.			X		X				X
Dimensión 4: Implementación del plan estratégico										
Indicador 1: Objetivos anuales										
16	Los objetivos anuales de la inmobiliaria son los más adecuados para su contexto actual.			X			X			X
Indicador 2: Políticas										
17	La inmobiliaria cuenta con políticas que protegen tanto sus propios intereses como de los clientes.			X			X			X
Indicador 3: Motivación del empleado										
18	El personal de la empresa se muestra motivado con su trabajo.			X			X			X
Indicador 4: Asignación de recursos										
19	Los recursos de la inmobiliaria son asignados de forma correcta a cada jefe de área.			X			X		X	
Indicador 5: Cultura de apoyo a la estrategia										
20	La organización infunde una cultura que favorece el desarrollo de su estrategia.			X			X			X
Indicador 6: Estructura organizacional										
21	La inmobiliaria cuenta con un organigrama diseñado de forma razonable con la disposición de sus recursos.			X			X			X
Indicador 7: Fuerza de marketing										
22	Cuentan con un área de marketing que se interesa en conocer a sus clientes.			X			X			X
Indicador 8: Presupuesto										
23	Considera que la inmobiliaria hace uso adecuado de su presupuesto.			X			X		X	
Indicador 9: Sistema de información										



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

14	Los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para atenderle.			X			X			X
15	En el caso de que se haya producido algún problema al momento de ser atendido, fue solucionado por el personal.			X			X			X
Indicador 2: Satisfacción incondicional										
16	Considera que el personal de la empresa siempre está disponible para solucionar su queja o reclamo.		X				X			X
17	Cree usted que los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.			X			X		X	
18	Se encuentra satisfecho con el desempeño del personal.			X			X			X
Dimensión 4: Seguridad										
Indicador 1: Competencia profesional										
19	El comportamiento de los trabajadores de la empresa le transmite confianza y seguridad.			X		X				X
20	La información brindada por los trabajadores de la empresa le brinda seguridad durante su instancia.			X			X			X
Indicador 2: Credibilidad y garantía										
21	Los trabajadores de la empresa le demuestran credibilidad.			X			X			X
22	Los servicios ofrecidos por la inmobiliaria ofrecen garantía.			X			X			X
23	La inmobiliaria ofrece servicio de postventa adecuado a las necesidades de los clientes.			X			X			X
Dimensión 5: Empatía										
Indicador 1: Demostración de tolerancia										
24	El personal que labora en la empresa le brindó una excelente atención.			X		X				X
25	El personal que labora en la empresa brindan igual trato a todos los clientes.			X			X			X
26	Siente que el personal de la empresa entendieron sus necesidades concretas.		X				X			X
27	El comportamiento del personal de la empresa genero confianza.			X			X			X
Indicador 2: Conformidad específica										
28	El personal que labora en la empresa fue cortés con usted todo el tiempo.			X			X		X	
29	El personal de la empresa que lo atendió contaba con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas.			X			X			X
30	El personal tiene la capacidad de entender los sentimientos y emociones del cliente.			X			X			X



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mg: MG. STEPHANIE ERAZO ROMANI

DNI:

Especialidad del validador: MBA

01 de Mayo del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el planeamiento estratégico

N°	DIMENSIONES / Ítems	Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	Variable 1: planificación estratégica													
	Dimensión 1: Declaraciones organizacionales													
	Indicador 1: Misión													
1	La misión organizacional expresa de forma clara el propósito de la inmobiliaria.			X				X				X		
2	La inmobiliaria difunde su misión con sus clientes mediante diversos canales.			X				X				X		
	Indicador 2: Visión													
3	La inmobiliaria ha planteado una visión organizacional coherente con los recursos que dispone.			X				X				X		
4	La inmobiliaria utiliza diversos canales para comunicar su visión a sus clientes.			X				X				X		
	Dimensión 2: Objetivos a largo plazo													
	Indicador 1: Objetivos cuantificables													
5	Los objetivos a largo plazo planteados por la gerencia con cuantificables.			X				X				X		
	Indicador 2: Claridad													
6	Considera que los objetivos fueron planteados de forma clara.			X				X				X		
	Indicador 3: Factibilidad													
7	Los objetivos a largo plazo apuntan alto pero no son una declaración imposible, son realistas y alcanzables.			X				X				X		
	Indicador 4: Precisión													
8	Considera que cada objetivo planteado por la inmobiliaria delimita lo que se quiere alcanzar.			X				X				X		
	Indicador 5: Coherencia													
9	Los objetivos a largo plazo son coherentes con la misión y visión de la organización.			X				X				X		
	Dimensión 3: Gestión estratégica													
	Indicador 1: Formulación de gestión estratégica													
10	La organización tiene en cuenta los factores externos que podrían afectarla, tales como, la economía nacional, la política, los avances tecnológicos, entre otros.			X				X				X		
11	Considera la gestión de la inmobiliaria aprovecha adecuadamente la posición competitiva de la organización.			X				X				X		



25	Los encargados del servicio identifican los factores externos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.			X				X				X	
26	Los encargados del servicio identifican los factores internos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.			X				X				X	
27	La inmobiliaria evalúa su desempeño financiero de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.			X				X				X	
28	Evalúa el desempeño de su personal de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.			X				X				X	
29	Se evalúan las relaciones con los clientes de forma periódica y se establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.			X				X				X	
30	La organización corrige de forma rápida los errores que comete en sus servicios.			X				X				X	

Observaciones: El instrumento puede ser aplicado en la unidad de estudio elegida.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mg: Mg: Dr. Illa Sihuincha Godofredo

DNI: 10596867

Especialidad del validador: Administrador de Empresas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

22 de febrero del 2021

Firma del Experto Informante.

Especialidad



14	Los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para atenderle.		X			X			X	
15	En el caso de que se haya producido algún problema al momento de ser atendido, fue solucionado por el personal.		X			X			X	
	Indicador 2: Satisfacción incondicional									
16	Considera que el personal de la empresa siempre está disponible para solucionar su queja o reclamo.		X			X			X	
17	Cree usted que los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.		X			X			X	
18	Se encuentra satisfechos con el desempeño del personal.		X			X			X	
	Dimensión 4: Seguridad									
	Indicador 1: Competencia profesional									
19	El comportamiento de los trabajadores de la empresa le transmite confianza y seguridad.		X			X			X	
20	La información brindada por los trabajadores de la empresa le brinda seguridad durante su instancia.		X			X			X	
	Indicador 2: Credibilidad y garantía									
21	Los trabajadores de la empresa le demuestran credibilidad.		X			X			X	
22	Los servicios ofrecidos por la inmobiliaria ofrecen garantía.		X			X			X	
23	La inmobiliaria ofrece servicio de postventa adecuado a las necesidades de los clientes.		X			X			X	
	Dimensión 5: Empatía									
	Indicador 1: Demostración de tolerancia									
24	El personal que labora en la empresa le brindó una excelente atención.		X			X			X	
25	El personal que labora en la empresa brindan igual trato a todos los clientes.		X			X			X	
26	Siente que el personal de la empresa entendieron sus necesidades concretas.		X			X			X	
27	El comportamiento del personal de la empresa genero confianza.		X			X			X	
	Indicador 2: Conformidad específica									
28	El personal que labora en la empresa fue cortés con usted todo el tiempo.		X			X			X	
29	El personal de la empresa que lo atendió contaba con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas.		X			X			X	
30	El personal tiene la capacidad de entender los sentimientos y emociones del cliente.		X			X			X	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: El instrumento puede ser aplicado en la unidad de estudio elegida.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mg. Dr. Illa Sihuincha Godofredo

DNI: 10596867

Especialidad del validador: Administrador de Empresas

02 de Mayo del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 3: Fórmula para el cálculo del coeficiente de confiabilidad

Fórmula alfa de Cronbach

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2} \right]$$

Anexo 4: Confiabilidad del cuestionario de planeamiento estratégico

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. La misión organizacional expresa de forma clara el propósito de la inmobiliaria.	95,55	422,619	,570	,935
2. La inmobiliaria difunde su misión con sus clientes mediante diversos canales.	95,48	426,221	,630	,934
3. La inmobiliaria ha planteado una visión organizacional coherente con los recursos que dispone.	95,43	422,277	,660	,934
4. La inmobiliaria utiliza diversos canales para comunicar su visión a sus clientes.	95,40	430,595	,450	,936
5. Los objetivos a largo plazo planteados por la gerencia son cuantificables.	95,46	428,189	,528	,935
6. Considera que los objetivos fueron planteados de forma clara.	95,84	414,597	,800	,932
7. Los objetivos a largo plazo apuntan alto, pero no son una declaración imposible, son realistas y alcanzables.	95,50	431,713	,433	,936

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
8. Considera que cada objetivo planteado por la inmobiliaria delimita lo que se quiere alcanzar.	95,50	412,175	,850	,931
9. Los objetivos a largo plazo son coherentes con la misión y visión de la organización.	95,95	411,543	,785	,932
10. La organización tiene en cuenta los factores externos que podrían afectarla, tales como, la economía nacional, la política, los avances tecnológicos, entre otros.	95,56	476,278	-,337	,947
11. Considera la gestión de la inmobiliaria aprovecha adecuadamente la posición competitiva de la organización.	94,43	447,647	,245	,937
12. La inmobiliaria gestiona de forma estratégica los factores internos que podrían afectarla tales como, sus recursos financieros, técnicos, humanos, entre otros.	95,20	435,837	,355	,937
13. La organización utiliza adecuadamente sus fortalezas para responder de forma inmediata a los problemas que surgen en desarrollo de sus actividades.	94,43	452,847	,093	,939
14. El uso de una matriz de planificación estratégica cuantitativa le permite definir la estrategia más apropiada para la organización.	95,12	436,739	,424	,936

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
15. Considera que la estrategia centrada en los productos estrella es el más adecuado para la inmobiliaria.	95,63	405,849	,840	,931
16. Los objetivos anuales de la inmobiliaria son los más adecuados para su contexto actual.	95,54	415,327	,676	,933
17. La inmobiliaria cuenta con políticas que protegen tanto sus propios intereses como de los clientes.	95,37	422,374	,566	,935
18. El personal de la empresa se muestra motivado con su trabajo.	95,24	421,628	,759	,933
19. Los recursos de la inmobiliaria son asignados de forma correcta a cada jefe de área.	94,82	437,377	,407	,936
20. La organización infunde una cultura que favorece el desarrollo de su estrategia.	95,50	417,344	,680	,933
21. La inmobiliaria cuenta con un organigrama diseñado de forma razonable con la disposición de sus recursos.	95,03	426,399	,607	,934
22. Cuentan con un área de marketing que se interesa en conocer a sus clientes.	95,06	441,442	,335	,937
23. Considera que la inmobiliaria hace uso adecuado de su presupuesto.	95,69	403,198	,874	,930
24. La organización cuenta con un sistema que integra de forma efectiva la información del cliente.	95,16	416,213	,883	,931

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
25. Los encargados del servicio identifican los factores externos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.	95,23	418,886	,739	,933
26. Los encargados del servicio identifican los factores internos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.	95,44	410,509	,830	,931
27. La inmobiliaria evalúa su desempeño financiero de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.	94,75	429,882	,759	,933
28. Evalúa el desempeño de su personal de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.	94,63	448,126	,241	,937
29. Se evalúan las relaciones con los clientes de forma periódica y se establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.	95,18	432,720	,578	,935
30. La organización corrige de forma rápida los errores que comete en sus servicios.	95,03	437,061	,510	,935

Anexo 5: Confiabilidad del cuestionario de calidad de servicio

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Considera usted que las instalaciones de la empresa son modernas, limpias y aptas para brindar un servicio adecuado.	89,57	546,000	,813	,958
2. La empresa cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna.	89,58	552,661	,726	,959
3. La empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar un buen servicio.	89,79	538,411	,834	,958
4. La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesitan los clientes.	90,12	535,570	,819	,958
5. La empresa cuenta con ambientes adecuados para brindar un servicio de calidad.	89,18	549,638	,859	,958
6. La inmobiliaria cuenta con sistema que organiza la información de sus clientes.	89,18	548,807	,764	,959
7. El personal de la empresa ofrece un servicio personalizado al cliente.	89,19	560,002	,615	,960
8. Piensa usted que la empresa cumplió con lo prometido en relación con el servicio.	89,45	556,696	,652	,959
9. En caso de haber tenido algún problema, la empresa lo resolvió rápidamente.	89,56	541,063	,818	,958
10. Siente usted que tuvo que esperar mucho tiempo para recibir atención.	89,64	562,801	,430	,961

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
11. El personal de la inmobiliaria tiene un trato amable con sus clientes.	89,91	544,284	,768	,959
12. El personal desarrolla relaciones positivas con cada cliente.	89,82	573,207	,312	,962
13. La asistencia y puntualidad del personal es acorde a lo estipulado.	89,92	548,825	,686	,959
14. Los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para atenderle.	90,05	544,328	,871	,958
15. En el caso de que se haya producido algún problema al momento de ser atendido, fue solucionado por el personal.	89,73	561,462	,739	,959
16. Considera que el personal de la empresa siempre está disponible para solucionar su queja o reclamo.	89,33	569,699	,342	,962
17. Cree usted que los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.	90,24	538,524	,801	,958
18. Se encuentra satisfechos con el desempeño del personal.	89,92	548,348	,606	,960
19. El comportamiento de los trabajadores de la empresa le transmite confianza y seguridad.	90,33	538,668	,798	,958
20. La información brindada por los trabajadores de la empresa le brinda seguridad durante su instancia.	89,70	534,595	,845	,958

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
21. Los trabajadores de la empresa le demuestran credibilidad.	89,98	532,984	,841	,958
22. Los servicios ofrecidos por la inmobiliaria ofrecen garantía.	90,15	539,930	,720	,959
23. La inmobiliaria ofrece servicio de postventa adecuado a las necesidades de los clientes.	89,31	564,275	,453	,961
24. El personal que labora en la empresa le brindó una excelente atención.	89,93	534,311	,772	,958
25. El personal que labora en la empresa brindan igual trato a todos los clientes.	89,51	550,052	,638	,960
26. Siente que el personal de la empresa entendió sus necesidades concretas.	89,72	586,973	,006	,965
27. El comportamiento del personal de la empresa generó confianza.	89,17	569,187	,416	,961
28. El personal que labora en la empresa fue cortés con usted todo el tiempo.	89,50	558,637	,617	,960
29. El personal de la empresa que lo atendió contaba con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas.	89,79	555,923	,576	,960
30. El personal tiene la capacidad de entender los sentimientos y emociones del cliente.	89,51	550,759	,694	,959

Anexo 6: Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Operacionalización de variable						Escala s de medición				
	Problema principal	Objetivo principal	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° ítems					
Planeamiento estratégico y calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.	¿Cuál es la relación entre el PE y la CS a los clientes en una empresa constructora, 2021?	Describir la relación entre el PE y la CS a los clientes en una empresa constructora, 2021.	Planeamiento Estratégico	De acuerdo con Doost (2017, p. 4), la planificación estratégica aplicada en la gestión se utiliza para organizar las actividades de gestión para establecer prioridades, concentrar la energía y los recursos, fortificar la operatividad, garantizar que los colaboradores y	Es el estudio de la dimensión de las declaraciones organizacionales, objetivos a largo plazo, gestión estratégica, implementación del plan estratégico y control estratégico de la empresa constructora en estudio. Se efectuará mediante cuestionarios aplicados a	Declaraciones organizacionales	Misión	1	Ordinal - Tipo Likert modificado				
													2
													3
													4
	Problemas específicos	Objetivos específicos								Objetivos a largo plazo	Objetivos cuantificables	5	
													6
	PE1: ¿Cuál es la relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?	Identificar la relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.									Claridad	7	
											Factibilidad	8	
											Precisión	9	
											Coherencia	10	
										Gestión estratégica	Formulación de gestión estratégica	11	
												12	
												13	
	PE2: ¿Cuál es la relación entre los	Describir la relación entre los									Selección de estrategia	14	
												15	
										Implementación del plan estratégico	Objetivos anuales	16	
												Políticas	17

Título	Problema	Objetivos	Operacionalización de variable						
	Problema principal	Objetivo principal	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° ítems	Escala de medición
PE3: ¿Cuál es la relación entre la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021? PE4: ¿Cuál es la relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?	objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?	objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021. Reconocer la relación de la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021. Establecer la relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa	demás áreas de interés trabajen hacia objetivos comunes, llegar a un consenso sobre los resultados finales, resultados esperados y examinar y adecuar la dirección de la organización para responder a los cambios del entorno.	través de la técnica de encuestas.			Motivación del empleado	18	
							Asignación de recursos	19	
							Cultura de apoyo a la estrategia	20	
							Estructura organizacional	21	
							Fuerza de marketing	22	
							Presupuesto	23	
							Sistema de información	24	
							Factores externos	25	
							Factores internos	26	
							Rendimiento	27 28 29	
Acciones correctivas	30								

Título	Problema	Objetivos	Operacionalización de variable							Escala s de medici ón
	Problema principal	Objetivo principal	Variabl e	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadore s	Nº ítem s		
PE5: ¿Cuál es la relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021?	constructora, 2021? Validar la relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora, 2021.	Calidad De Servicio	Según Ganga, Alarcón y Pedraja, (2019, p. 671) se descubrieron algunas tendencias comunes en la evaluación de la calidad de los servicios a través de su investigación; estos patrones, brindan información útil sobre cómo cada cliente identifica y evalúa la calidad del servicio. En general, la forma en que estos ven todos	Es el estudio de la dimensión elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de la empresa constructora en estudio. Se efectuará mediante cuestionarios aplicado a través de la técnica de encuestas.	Elementos tangibles	Elementos físicos	1	Ordinal - Tipo Likert modificado		
							2			
						Prestación de servicios	3			
							4			
							5			
					Fiabilidad	Conocimiento eficiente	6			
							7			
							8			
						Claridad en las Informaciones	9			
							10			
					Capacidad de respuesta	Nivel de trato adecuado	11			
							12			
							13			
						Oportuno en su función	14			
						Satisfacción incondicional	15			
					Seguridad		16			
							17			
							18			
						Competencia profesional	19			
						Credibilidad y garantía	20			
	21									
	22									

Título	Problema		Objetivos		Operacionalización de variable				
	Problema principal	Objetivo principal	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° ítems	Escalas de medición
				los servicios a la luz de sus expectativas determina si es de alta o baja calidad.				23	
								24	
							Demostración de tolerancia	25	
								26	
						Empatía		27	
								28	
							Conformidad específica	29	
								30	

Fuente: información de la investigación

Anexo 7: Matriz Operacional de planeamiento estratégico

Variabl e	Dimensiones	Indicadores	N° ítems	Ítems	Escalas de medición
Planeamiento Estratégico	Declaraciones organizacionales	Misión	1	La misión organizacional expresa de forma clara el propósito de la inmobiliaria.	Ordinal - Tipo Likert modificado
			2	La inmobiliaria difunde su misión con sus clientes mediante diversos canales.	
		Visión	3	La inmobiliaria ha planteado una visión organizacional coherente con los recursos que dispone.	
			4	La inmobiliaria utiliza diversos canales para comunicar su visión a sus clientes.	
	Objetivos a largo plazo	Objetivos cuantificables	5	Los objetivos a largo plazo planteados por la gerencia con cuantificables.	
			6	Considera que los objetivos fueron planteados de forma clara.	
			7	Los objetivos a largo plazo apuntan alto pero no son una declaración imposible, son realistas y alcanzables.	
			8	Considera que cada objetivo planteado por la inmobiliaria delimita lo que se quiere alcanzar.	
			9	Los objetivos a largo plazo son coherentes con la misión y visión de la organización.	
	Gestión estratégica	Formulación de gestión estratégica	10	La organización tiene en cuenta los factores externos que podrían afectarla, tales como, la economía nacional, la política, los avances tecnológicos, entre otros.	
			11	Considera la gestión de la inmobiliaria aprovecha adecuadamente la posición competitiva de la organización.	
			12	La inmobiliaria gestiona de forma estratégica los factores internos que podrían afectarla tales como, sus recursos financieros, técnicos, humanos, entre otros.	
			13	La organización utiliza adecuadamente sus fortalezas para responder de forma inmediata a los problemas que surgen en desarrollo de sus actividades.	

Variabl e	Dimensiones	Indicadores	N° ítems	Ítems	Escalas de medición
		Selección de estrategia	14	El uso de una matriz de planificación estratégica cuantitativa le permite definir la estrategia más apropiada para la organización.	
			15	Considera que la estrategia centrada en los productos estrella es el más adecuado para la inmobiliaria.	
		Objetivos anuales	16	Los objetivos anuales de la inmobiliaria son los más adecuados para su contexto actual.	
		Políticas	17	La inmobiliaria cuenta con políticas que protegen tanto sus propios intereses como de los clientes.	
		Motivación del empleado	18	El personal de la empresa se muestra motivado con su trabajo.	
		Asignación de recursos	19	Los recursos de la inmobiliaria son asignados de forma correcta a cada jefe de área.	
	Implementación del plan estratégico	Cultura de apoyo a la estrategia	20	La organización infunde una cultura que favorece el desarrollo de su estrategia.	
		Estructura organizacional	21	La inmobiliaria cuenta con un organigrama diseñado de forma razonable con la disposición de sus recursos.	
		Fuerza de marketing	22	Cuentan con un área de marketing que se interesa en conocer a sus clientes.	
		Presupuesto	23	Considera que la inmobiliaria hace uso adecuado de su presupuesto.	
		Sistema de información	24	La organización cuenta con un sistema que integra de forma efectiva la información del cliente.	
	Control estratégico	Factores externos	25	Los encargados del servicio identifican los factores externos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.	
		Factores internos	26	Los encargados del servicio identifican los factores internos que podrían afectar de forma negativa tanto a la organización como al cliente.	

Variabl e	Dimensiones	Indicadores	N° ítems	Ítems	Escalas de medición
			27	La inmobiliaria evalúa su desempeño financiero de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.	
		Rendimiento	28	Evalúa el desempeño de su personal de forma periódica y establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.	
			29	Se evalúan las relaciones con los clientes de forma periódica y se establece medidas para mejorarlo en el mediano plazo.	
		Acciones correctivas	30	La organización corrige de forma rápida los errores que comete en sus servicios.	

Anexo 8: Matriz Operacional de calidad de servicio

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nro. de ítems	Ítems	Escalas de medición	
Calidad De Servicio	Elementos tangibles	Elementos físicos	1	Considera usted que las instalaciones de la empresa son modernas, limpias y aptas para brindar un servicio adecuado.	Ordinal - Tipo Likert modificado	
			2	La empresa cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna.		
		Prestación de servicios	3	La empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar un buen servicio.		
			4	La empresa cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesitan los clientes.		
			5	La empresa cuenta con ambientes adecuados para brindar un servicio de calidad.		
	Fiabilidad	Conocimiento eficiente	6	La inmobiliaria cuenta con sistema que organiza la información de sus clientes.		
			7	El personal de la empresa ofrece un servicio personalizado al cliente.		
			8	Piensa usted que la empresa cumplió con lo prometido en relación con el servicio.		
		Claridad en las Informaciones	9	En caso de haber tenido algún problema, la empresa lo resolvió rápidamente.		
			10	Siente usted que tuvo que esperar mucho tiempo para recibir atención.		
			Nivel de trato adecuado	11		El personal de la inmobiliaria tiene un trato amable con sus clientes.
				12		El personal desarrolla relaciones positivas con cada cliente.
				13		La asistencia y puntualidad del personal es acorde a lo estipulado.
	Capacidad de respuesta	Oportuno en su función	14	Los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para atenderle.		
			15	En el caso de que se haya producido algún problema al momento de ser atendido, fue solucionado por el personal.		
		Satisfacción incondicional	16	Considera que el personal de la empresa siempre está disponible para solucionar su queja o reclamo.		

		17	Cree usted que los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.
		18	Se encuentra satisfechos con el desempeño del personal.
Seguridad	Competencia profesional	19	El comportamiento de los trabajadores de la empresa le transmite confianza y seguridad.
		20	La información brindada por los trabajadores de la empresa le brinda seguridad durante su instancia.
	Credibilidad y garantía	21	Los trabajadores de la empresa le demuestran credibilidad.
		22	Los servicios ofrecidos por la inmobiliaria ofrecen garantía.
		23	La inmobiliaria ofrece servicio de postventa adecuado a las necesidades de los clientes.
Empatía	Demostración de tolerancia	24	El personal que labora en la empresa le brindó una excelente atención.
		25	El personal que labora en la empresa brindan igual trato a todos los clientes.
		26	Siente que el personal de la empresa entendió sus necesidades concretas.
	Conformidad específica	27	El comportamiento del personal de la empresa generó confianza.
		28	El personal que labora en la empresa fue cortés con usted todo el tiempo.
		29	El personal de la empresa que lo atendió contaba con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas.
		30	El personal tiene la capacidad de entender los sentimientos y emociones del cliente.

Anexo 9: Matriz de evidencias internas

Planteamiento	Hipótesis	Resultados
Hipótesis general	Existe relación entre el Planeamiento estratégico y calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021	Rho Spearman 0,661 Sig. (bilateral) 0,001
Hipótesis específica 1	Existe relación entre las declaraciones organizacionales y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021	Rho Spearman 0,415 Sig. (bilateral) 0,001
Hipótesis específica 2	Existe relación entre los objetivos a largo plazo y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021	Rho Spearman 0,768 Sig. (bilateral) 0,001
Hipótesis específica 3	Existe relación entre la gestión estratégica y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021	Rho Spearman 0,351 Sig. (bilateral) 0,001
Hipótesis específica 4	Existe relación entre la implementación del plan estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021	Rho Spearman 0,829 Sig. (bilateral) 0,001
Hipótesis específica 5	Existe relación entre el control estratégico y la calidad de servicio a los clientes en una empresa constructora 2021	Rho Spearman 0,758 Sig. (bilateral) 0,001

Anexo 10: Matriz de evidencias externas

Autor	Hipótesis	Resultados
Dris y Cothman (2019)	Existe un impacto representativo de la planificación estratégica en la calidad del servicio brindado a los ciudadanos de un municipio de la ciudad de Jenin, Palestina.	Pearson: r= 0,760 Sig. (bilateral)=0,000
Barasa (2019)	La planificación, implementación y evaluación estratégica organizacional con análisis de desafíos se relaciona con los beneficios en la calidad de servicio para organizaciones con y sin fines de lucro en la ciudad de Nairobi, Kenia	Rho Spearman: Rho=0,630 Sig. (bilateral)=0,000
Chiang y Perng (2018)	El modelo de planeamiento estratégico influye en la calidad en los servicios inmobiliarios valorados por el cliente de Taiwán.	Rho Spearman: Rho=0,383 Sig. (bilateral)=0,021
Elbanna y Andrews (2016)	La planificación estratégica formal tiene un efecto positivo en el éxito de la implementación de la estrategia en un conjunto de más de 150 organizaciones de servicio público de Canadá	Rho Spearman: Rho=0,440 Sig. (bilateral)=0,010
Das, Agarwall, Swain (2020)	El gobierno corporativo como plan estratégico tiene impacto en la decisión de estructura de capital de las principales empresas manufactureras de la India que cotizan en la Bolsa de Bombay	Pearson: r= 0,439 Sig. (bilateral)=0,000
Mora, Vera, y Melgarejo (2015)	La planificación estratégica se relaciona con la competitividad de las micro y pequeñas empresas comerciales de Bogotá	Rho Spearman: Rho=0,412 Sig. (bilateral)=0,000
Sánchez (2019)	El planeamiento estratégico se relaciona con la calidad de servicio de una empresa dedicada a la importación de línea blanca y electrodomésticos de refrigeración.	Rho Spearman: Rho=0,183 Sig. (bilateral)=0,089
Tineo (2018),	El planeamiento estratégico permite incrementar la calidad del servicio en una organización dedicada al mantenimiento de espacios empresariales, construcción y asesoría en el sector inmobiliario.	Rho Spearman: Rho=0,385 Sig. (bilateral)=0,000

Autor	Hipótesis	Resultados
Huallpa (2018),	El planeamiento estratégico tiene relación con la calidad del servicio de las principales instituciones pre universitarias ubicadas en Juliaca.	Rho Spearman: Rho=0,875 Sig. (bilateral)=0,000
González y Claros (2018)	La planificación estratégica incide en la Gestión de la empresa dedicada al depósito	Pearson: r= 0,831 Sig. (bilateral)=0,000

Anexo 11: Base de datos de la investigación

VAR	BASES DE DATOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO																																				
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	D1	D2	D3	D4	D5	V1	
1	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113	
2	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108	
3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116	
5	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66
6	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111
7	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144	
8	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
9	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115	
11	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111
12	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	16	12	12	14	10	64	
13	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
14	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
15	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
16	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113	
17	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108	
18	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116	
20	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66
21	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111
22	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144	
23	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
24	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115	
26	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	
27	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	16	12	12	14	10	64	
28	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
29	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
30	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
31	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113	
32	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108	

VAR	BASES DE DATOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO																																				
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	D1	D2	D3	D4	D5	V1	
33	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116	
35	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66	
36	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111
37	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144		
38	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
39	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115		
41	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111
42	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	16	12	12	14	10	64	
43	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
44	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
45	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
46	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113		
47	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108		
48	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99		
49	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116		
50	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66
51	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111
52	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144		
53	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
54	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115		
56	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	
57	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	16	12	12	14	10	64	
58	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
59	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
60	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
61	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113		
62	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108		
63	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99		
64	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116		
65	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66	
66	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111
67	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144		

VAR	BASES DE DATOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO																																				
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	D1	D2	D3	D4	D5	V1	
68	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
69	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115		
71	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	
72	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	16	12	12	14	10	64	
73	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
74	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
75	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
76	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113		
77	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108		
78	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99		
79	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116		
80	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66
81	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111
82	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144		
83	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
84	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115		
86	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	
87	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	16	12	12	14	10	64		
88	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
89	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
90	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
91	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113		
92	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108		
93	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99		
94	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116		
95	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66
96	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111	
97	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144		
98	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	7	7	23	18	19	74		
99	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115		
101	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	
102	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	16	12	12	14	10	64		

VAR	BASES DE DATOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO																																				
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	D1	D2	D3	D4	D5	V1	
103	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
104	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
105	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
106	4	4	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	36	24	113	
107	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	14	15	24	31	24	108	
108	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	11	16	19	29	24	99	
109	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	21	19	36	24	116	
110	1	1	2	1	1	2	2	2	1	5	4	1	4	1	1	2	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	4	2	5	8	16	21	16	66
111	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111
112	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144	
113	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
114	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115	
116	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	
117	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	16	12	12	14	10	64
118	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
119	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
120	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
121	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	14	15	23	35	24	111	
122	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	25	26	45	30	144	
123	2	2	1	2	2	1	1	2	1	5	4	4	5	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	2	1	2	4	4	4	4	7	7	23	18	19	74	
124	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	17	17	21	31	18	104	
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	20	35	24	115	
126	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	
127	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	16	12	12	14	10	64
128	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	5	5	5	4	2	5	5	3	4	1	5	4	1	3	4	4	4	5	2	3	6	7	22	31	22	88	
129	1	1	2	1	2	1	4	1	2	5	5	5	5	4	1	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	4	5	2	5	5	10	25	20	21	81	
130	1	2	2	5	4	1	5	1	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5	1	4	3	1	3	4	2	3	10	12	17	29	16	84	
131	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	16	18	23	33	21	111	

VAR	BASES DE DATOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO																														
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	V2
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	108
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
3	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	80
4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113
5	1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	58
6	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	112
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	142
8	2	2	2	2	4	4	1	4	2	5	2	5	4	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1	4	5	4	1	1	79
9	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	101
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	112
11	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	103
12	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	41
13	2	4	1	1	4	2	4	3	4	1	1	2	2	2	3	5	1	3	1	2	2	1	1	1	5	5	3	4	4	4	78
14	3	3	2	1	3	4	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	1	2	1	3	1	1	4	1	2	2	4	4	2	4	79
15	4	4	4	1	4	5	4	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	1	1	3	1	1	4	1	4	4	5	2	1	4	85
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	108
17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
18	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	80
19	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113
20	1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	58
21	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	112
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	142
23	2	2	2	2	4	4	1	4	2	5	2	5	4	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1	4	5	4	1	1	79
24	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	101
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	112
26	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	103
27	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	41
28	2	4	1	1	4	2	4	3	4	1	1	2	2	2	3	5	1	3	1	2	2	1	1	1	5	5	3	4	4	4	78
29	3	3	2	1	3	4	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	1	2	1	3	1	1	4	1	2	2	4	4	2	4	79
30	4	4	4	1	4	5	4	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	1	1	3	1	1	4	1	4	4	5	2	1	4	85
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	108

VAR	BASES DE DATOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO																														
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	V2
63	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	80
64	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113
65	1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	58
66	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	112
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	142
68	2	2	2	2	4	4	1	4	2	5	2	5	4	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1	4	5	4	1	1	79
69	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	101
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	112
71	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	103
72	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	41
73	2	4	1	1	4	2	4	3	4	1	1	2	2	2	3	5	1	3	1	2	2	1	1	1	5	5	3	4	4	4	78
74	3	3	2	1	3	4	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	1	2	1	3	1	1	4	1	2	2	4	4	2	4	79
75	4	4	4	1	4	5	4	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	1	1	3	1	1	4	1	4	4	5	2	1	4	85
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	108
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
78	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	80
79	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113
80	1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	58
81	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	112
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	142
83	2	2	2	2	4	4	1	4	2	5	2	5	4	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1	4	5	4	1	1	79
84	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	101
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	112
86	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	103
87	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	41
88	2	4	1	1	4	2	4	3	4	1	1	2	2	2	3	5	1	3	1	2	2	1	1	1	5	5	3	4	4	4	78
89	3	3	2	1	3	4	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	1	2	1	3	1	1	4	1	2	2	4	4	2	4	79
90	4	4	4	1	4	5	4	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	1	1	3	1	1	4	1	4	4	5	2	1	4	85
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	108
92	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
93	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	80

VAR	BASES DE DATOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO																															
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	V2	
94	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	
95	1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	58	
96	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	112	
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	142	
98	2	2	2	2	4	4	1	4	2	5	2	5	4	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1	4	5	4	1	1	79	
99	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	101	
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	112
101	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	103	
102	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	41	
103	2	4	1	1	4	2	4	3	4	1	1	2	2	2	3	5	1	3	1	2	2	1	1	1	5	5	3	4	4	4	78	
104	3	3	2	1	3	4	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	1	2	1	3	1	1	4	1	2	2	4	4	2	4	79	
105	4	4	4	1	4	5	4	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	1	1	3	1	1	4	1	4	4	5	2	1	4	85	
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	108	
107	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99	
108	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	80	
109	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	
110	1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	58	
111	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	112	
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	142	
113	2	2	2	2	4	4	1	4	2	5	2	5	4	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1	4	5	4	1	1	79	
114	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	101	
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	112	
116	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	103	
117	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	41	
118	2	4	1	1	4	2	4	3	4	1	1	2	2	2	3	5	1	3	1	2	2	1	1	1	5	5	3	4	4	4	78	
119	3	3	2	1	3	4	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	1	2	1	3	1	1	4	1	2	2	4	4	2	4	79	
120	4	4	4	1	4	5	4	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	1	1	3	1	1	4	1	4	4	5	2	1	4	85	
121	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	112	
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	142	
123	2	2	2	2	4	4	1	4	2	5	2	5	4	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1	4	5	4	1	1	79	
124	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	101	

