

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



TESIS:

**PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA
EMPRESA CONSORCIOS MORI S.R.L.**

**PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION Y FINANZAS**

Autor:

Br. Edin Cotrina Carranza

[https://orcid.org/ 0000-0002-3831-2822](https://orcid.org/0000-0002-3831-2822)

Asesor:

Mg. Carlos José Carmona Brenis

[https://orcid.org/ 0000-0003-1837-9138](https://orcid.org/0000-0003-1837-9138)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo sostenible, emprendimiento y responsabilidad social

Jaén, Perú - 2021

Índice de contenidos

Índice de contenidos	ii
Índice de tablas	iii
Índice de figuras.....	iv
Índice de abreviaturas	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	8
II. DESARROLLO	10
III. METODOLOGÍA.....	24
3.1 Tipo de Investigación	24
3.2 Diseño de investigación	24
3.3 Variables y operacionalización.....	24
3.4 Población, muestra y muestreo	27
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
3.6 Procedimiento de recolección de datos.....	30
3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	31
IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	32
V. CONCLUSIONES.....	64
REFERENCIAS	66
ANEXOS	70

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable independiente.....	25
Tabla 2. Se encuentra de acuerdo con los procesos establecidos cios.....	32
Tabla 3. Se encuentra de acuerdo con la visión y misión	34
Tabla 4. La empresa dispone de un decágono y políticas	35
Tabla 5. Considera que la empresa cuenta con una planificación	36
Tabla 6. Las estrategias que utiliza la empresa para el posicionamiento en los ..	37
Tabla 7. Se encuentra de acuerdo con los principales productos y servicios	38
Tabla 8. La empresa se encuentra tecnológicamente actualizada	39
Tabla 9. Cree usted que la empresa conoce a sus clientes y consumidores.....	40
Tabla 10. Los productos o servicios se encuentran dentro de los estándares	41
Tabla 11. El trabajo de los colaboradores es supervisado por el jefe inmediato...	42
Tabla 12. Se cuenta con área de pos venta.....	43
Tabla 13. Los sistemas de seguridad son adecuados	44
Tabla 14. La información de productos o servicios se actualiza constantemente .	45
Tabla 15. Se revisan los procesos organizacionales frecuentemente	46
Tabla 16. Las instalaciones físicas de la empresa disponen de espacio	47
Tabla 17. Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas visualmente	48
Tabla 18. La empresa dispone de áreas limpias	49
Tabla 19. La disposición de las áreas facilita a los usuarios moverse	50
Tabla 20. El diseño estructural de la empresa facilita el movimiento/circulación .	51
Tabla 21. Los colaboradores de la empresa se encuentran debidamente	52
Tabla 22. El material publicitario de la empresa es interesante y llamativo	53
Tabla 23. Los colaboradores de la empresa brindan información correcta.....	54
Tabla 24. Los colaboradores de la empresa se encuentran capacitados	55
Tabla 25. Los servicios que brinda la empresa cumplen fielmente	56
Tabla 26. El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado.....	57
Tabla 27. Los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido	58
Tabla 28. 13. El personal de atención concluye el servicio en un tiempo	59
Tabla 29. El personal de atención se encuentra en sus puestos	60
Tabla 38: Relación entre las variables planificación estratégica y calidad	61

Índice de figuras

Figura 1. Fases del plan estratégico	16
Figura 2. Fases según Sainz.....	17
Figura 3. Proceso estratégico	19
Figura 4. Etapa formulación	19
Figura 5. Etapa de dirección estratégica	20
Figura 6. Etapa de control y evaluación	20
Figura 7: Se encuentra de acuerdo con los procesos establecidos	33
Figura 8: Se encuentra de acuerdo con la visión y misión	34
Figura 9: La empresa dispone de un decágono y políticas	35
Figura 10: Considera que la empresa cuenta con una planificación.....	36
Figura 11: Las estrategias que utiliza la empresa para el posicionamiento	37
Figura 12: Se encuentra de acuerdo con los principales productos.....	38
Figura 13: La empresa se encuentra tecnológicamente actualizada	39
Figura 14: Cree usted que la empresa conoce a sus clientes y consumidores.....	40
Figura 15: Los productos o servicios se encuentran dentro de los estándares	41
Figura 16: El trabajo de los colaboradores es supervisado por el jefe inmediato..	42
Figura 17: Se cuenta con área de pos venta.....	43
Figura 18: Los sistemas de seguridad son adecuados.....	44
Figura 19: La información de productos o servicios se actualiza constantemente	45
Figura 20: Se revisan los procesos organizacionales frecuentemente	46
Figura 21: Las instalaciones físicas de la empresa disponen de espacio	47
Figura 22: Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas visualmente....	48
Figura 23: La empresa dispone de áreas limpias, diseñadas de acuerdo	49
Figura 24: La disposición de las áreas facilita a los usuarios moverse	50
Figura 25: El diseño estructural de la empresa facilita el movimiento/circulación	51
Figura 26: Los colaboradores de la empresa	52
Figura 27: El material publicitario de la empresa es interesante y llamativo	53
Figura 28: Los colaboradores de la empresa brindan información correcta.....	54
Figura 29: Los colaboradores de la empresa se encuentran capacitados	55
Figura 30: Los servicios que brinda la empresa cumplen fielmente	56
Figura 31: El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado	57
Figura 32: Los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido s	58
Figura 33: El personal de atención concluye el servicio en un tiempo adecuado .	59
Figura 34: El personal de atención se encuentra en sus puestos de trabajo	60

Índice de abreviaturas

S.R.L.= Sociedad de responsabilidad limitada

ServQual= Cuestionario de calidad de servicio

P.E.= Plan estratégico

Resumen

El presente estudio inició con el objetivo de, determinar la relación entre la planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L, 2021, asimismo, se trabajó bajo un tipo descriptivo con enfoque cuantitativo con diseño no experimental; la población muestral se conformó por 30 clientes en general, a los cuales se les aplicó como instrumento un cuestionario por medio de la encuesta. Se encontró como resultado que un 50% de personas están indiferentes o regularmente de acuerdo, mientras que un 30% de personas en desacuerdo con los procesos establecidos, asimismo, se encuentran en desacuerdo con la misión y visión planteada por la empresa; por otro lado, el 40% de personas están en desacuerdo con los colaboradores de la empresa debido que no encuentran capacitados para responder preguntas e inquietudes, mientras que el 37% de personas se encuentran indiferentes, no obstante, el 13% de personas se encuentran de acuerdo. Se concluye que, el planeamiento estratégico se relaciona con la variable calidad de servicio, pues se obtuvo un puntaje de significancia de 0,00 la cual es menor al nivel de significancia general de 0,05, asimismo, se enfatiza un puntaje de Rho de Spearman de 0,713, lo que indica que existe una relación significativamente fuerte y positiva entre las variables de estudio. En base a los resultados obtenidos se puede afirmar que mejorando el planeamiento estratégico de la empresa Consorcios Mori S.R.L. se obtendrá una mejor percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes.

Palabras clave: Planeamiento estratégico, estrategia, calidad de servicio y control.

Abstract

This study began with the objective of determining the relationship between strategic planning and quality of service in the company Consorcios Mori S.R.L, 2021, also, it was worked under a descriptive type with a quantitative approach with a non-experimental design; The sample population was made up of 30 clients in general, to whom a questionnaire was applied as an instrument through the survey. As a result, it was found that 50% of people are indifferent or agree at all times, while 30% of people disagree with the established processes, likewise, they are in disagreement with the mission and vision proposed by the company; On the other hand, 40% of people disagree with the company's collaborators because they are not trained to answer questions and concerns, while 37% of people are indifferent, however, 13% of people are they agree. It is concluded that strategic planning is related to the quality of service variable, since a significance score of 0.00 was obtained, which is lower than the general significance level of 0.05, also, a Rho score of Spearman of 0.713, which indicates that there is a strong and positive significant relationship between the study variables. Based on the results obtained, it can be affirmed that by improving the strategic planning of the company Consorcios Mori S.R.L. you can get a better perception of the quality of service from customers.

Keywords: Strategic planning, strategy, quality of service and control.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, muchas de las organizaciones se encuentran en la búsqueda de mejorar la calidad del servicio, esto se debe porque muchas de ellas se enfocan en vender más no en atender sus necesidades durante toda la entrega del servicio o compra de algún producto. Sin embargo, en Ecuador son diversas empresas que tienen dificultades en hacer uso de adecuadas herramientas de apoyo que faciliten las adecuadas gestiones internas que ayuden a al planteamiento estratégico en situaciones con mayor índice de deficiencias, entre ella la atención del cliente (Arévalo, Cambal, & Araque, 2020).

Por otro lado, en Chile se puede percibir que en diversas instituciones tanto en el sector privado como público tienen deficiencias en ofertar sus servicios con calidad, debido que se percibe el desinterés por realizar una prestación del servicio bajo las exigencias de los usuarios; esto deja en evidencia la ausencia de planificación para la construcción de un modelo de atención de usuarios, el cual permite definir las estrategias que permita cumplir con los objetivos propuestos de una manera adecuada (Ganga & Alarcón, 2019).

Asimismo, se percibe un bajo nivel de calidad en las empresas del sector servicio como es el caso de las telecomunicaciones, en la que se identifica tener una inadecuada planificación por parte de los responsables al momento de proponer estrategias que permitan brindar una oportuna atención al usuario, sobre en estos momentos que su servicio es de gran relevancia para el desarrollo de las actividades cotidianas. Y esto se debe porque muchas de estas organizaciones no cuentan con los conocimientos necesarios, ausencia de indicadores de evaluación y capacitación del personal, todas estas medidas que eviten una adecuada satisfacción del servicio ofertado (Henao, 2020).

Del mismo modo, analizando la situación actual del Perú se puede indicar que las empresas existente no son ajenas a dicha realidad problemática

debido que muchas de esta son llevadas de manera empírica; esto quiere decir que no cuentan con los conocimientos necesarios para la adecuada administración, seguido que se percibe el limitado uso de herramientas de apoyo que permita monitorear el cumplimiento de las funciones y un débil planeamiento estratégico, lo cual a un largo plazo genera problema con la competitiva en el mercado (De la Cruz, 2020).

También, en Trujillo se puede evidenciar que entre las empresas que ofrecen productos a diferencia de las que brindan servicios, son la segunda la que tienen más dificultades en atender las principales necesidades sobre todo centrada en la gestión de la calidad total que debe contener actividades de mejora continua que involucren a todos los procesos de atención al cliente, siento un total esfuerzo en la dirección de mejorar el desempeño de cara a los desafíos del mercado (Vigo, 2020).

A nivel institucional la empresa Consorcios Mori S.R.L cuenta con problemas relacionados al incumplimiento de metas y objetivos, debido a que no se cuenta con un plan o estrategias a corto y largo plazo para tener un desarrollo continuo, asimismo, se presentan distintas quejas y reclamos por parte de los clientes con respecto al servicio que reciben, esto debido a que no existe un proceso establecido de atención al cliente en caso de errores de los productos y de los servicios inadecuados que se puedan ofrecer en la organización, generando así niveles de insatisfacción en los clientes y usuarios.

De acuerdo a los lineamientos de la investigación, se planteó la siguiente interrogante en la investigación ¿Existe una relación entre la planificación estratégica y la calidad de servicio en la Consorcios Mori S.R.L., 2021?

Se plantearon los problemas específicos como: 1. ¿Cuál es el nivel de planificación estratégica en la empresa Consorcios Mori S.R.L.? 2. ¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.? 3. ¿Existe relación significativa entre la planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.?

De igual manera, la presente investigación tiene por justificación práctica, porque en la presente investigación se determinará la relación existente entre las dos variables de estudio entre ellas la planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Por ende, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la relación entre planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L., 2021.

Como objetivos específicos se propuso lo siguiente: 1. Analizar el nivel de planificación estratégica en la empresa Consorcios Mori S.R.L. 2. Evaluar en nivel de la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L. 3. Identificar la relación entre planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L. Su hipótesis son las siguientes: H0: No existe relación entre las variables planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L. H1: Existe relación entre las variables planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

II. DESARROLLO

Se estudiaron antecedentes a nivel internacional, donde, Miranda (2016) en su estudio acerca de la “Planeación estratégica y el mejoramiento en los servicios de una empresa de transportes”, en la cual estableció el objetivo de, implementar un plan estratégico como guía para mejorar la calidad del servicio de una empresa de transportes, se estableció la metodología básica-cuantitativa y el diseño fue no experimental, dentro de la población se consideró a 315 personas usuarias de transportes CITAM; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario con 22 ítems para cada variable. El resultado fue que, un 60% de personas consideran que el servicio que ofrece la empresa es regular, seguido de un 26% que señalan que es mala la atención recibida y solo un 13% señalan que es buena la calidad de servicio. Se pudo concluir, que por medio de la planificación estratégica que involucra la formulación de misión, visión y valores e indicadores, se permitirá

maximizar los recursos y producción en general, cumpliendo así con los objetivos a corto y largo plazo establecidos.

Godoy (2018) en su estudio acerca de la “Modelo Servqual para fortalecer la cultura de servicio de una empresa agrícola en Paqua”, en la cual estableció el objetivo de, determinar y establecer el modelo Servqual para fortalecer la cultura de servicio de una empresa agrícola en Paqua, se estableció la metodología básica cualitativo-deductivo, el diseño fue no experimental con propuesta, dentro de la población se consideró a 8 personas que oscilan entre las edades de 23 a 30 años; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario con 43 ítems para cada variable. El resultado encontrado hace referencia a la falta de estrategias en la empresa Paqua para poder brindar un servicio de calidad, asimismo, se requieren de acciones efectivas que tengan una participación activa para difundir un tipo de cultura que se oriente al servicio, transmitiendo por medio de ello toda la planificación estratégica como es la misión, visión, objetivo general y procesos de manera clara y concisa. Se pudo concluir que, en la organización hace falta un plan de trabajo que mejore la calidad de servicio, el cual debe contemplar al cliente interno y externo, con perfiles de acuerdo al área de trabajo, manual de funciones y operaciones, selección, capacitación y desarrollo progresivo.

Cubillos (2018) en su estudio acerca del “Plan estratégico para mejorar y posicionar la empresa JLJ en Bogotá”, en la cual estableció el objetivo de, elaborar un plan estratégico para el mejoramiento del posicionamiento de la empresa JLJ de Bogotá, se estableció la metodología descriptiva-cuantitativa-deductivo, el diseño fue no experimental con propuesta, dentro de la población se conformó por los procesos y procedimientos de la organización; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario con 22 ítems para cada variable. El resultado encontrado dio a conocer que la etapa de planeamiento estratégico en la empresa se encuentra moderado debido a que se cumplen la mayoría de metas y objetivos establecidos, mientras que para algunos objetivos relacionados con las capacitaciones del personal se encuentra con un nivel bajo. Se pudo concluir que, el análisis estadístico demostró la inexistencia de relación entre la planeación estratégica

y calidad del servicio, debido a que el RHO de Spearman fue de 0.304 con un nivel de significancia de 0.78. No obstante, es necesario implementar un plan estratégico con estrategias que fortalezcan el posicionamiento de la empresa frente a la competencia, tomando como punto de partida las ventajas competitivas.

A nivel nacional se estudiaron antecedentes como es el caso de la investigación de Sánchez (2019) en su estudio acerca del “Planeación estratégica y calidad de servicio en una empresa importadora de Surquillo”, en la cual estableció el objetivo de, determinar la relación entre la planeación estratégica y calidad de servicio en una empresa importadora de Surquillo, se estableció la metodología descriptiva-cuantitativa, el diseño fue no experimental-correlacional, dentro de la población se conformó por 40 colaboradores del área de ventas de la empresa American Service Refrigeration E.I.R.L.; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario con 43 ítems para cada variable. El resultado encontrado hace referencia a la falta de una planificación desde la misión y visión no definidas, asimismo, no existe una conexión entre las acciones que se realizan y sus objetivos, impidiendo de esta manera un adecuado desarrollo progresivo a largo plazo, teniendo que sobrevivir sin un crecimiento sólido. Se pudo concluir que, por medio del plan estratégico se permitirá que la empresa JLJ obtenga una ventaja competitiva frente a otras empresas del mercado, dado que por medio del análisis interno y externo se identificaron las debilidades y amenazas que no permitían un crecimiento sólido a lo largo de la trayectoria de la organización.

Loyola (2017) en su estudio acerca del “Planeación estratégica y su influencia con la calidad de servicio en una institución educativa privada”, en la cual estableció el objetivo de, determinar la relación entre la planeación estratégica y calidad de servicio de una empresa de servicio educativo, se estableció la metodología descriptiva-cuantitativa, el diseño fue no experimental-correlacional, dentro de la población se conformó por 120 personas entre docentes y padres de familia.; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario con 17 ítems para la primera

variable y 23 ítems para la segunda variable. El resultado encontrado dio a conocer que, en la organización las personas encargadas del planeamiento y logro de metas como es el gerente y administrador no cuentan con los conocimientos necesarios para crear planes de acción a corto y largo plazo, asimismo, no existe una inversión anual para mejorar los servicios del centro educativo como es la remodelación de espacios, baños, pintura, etc. Se pudo concluir que, por medio de la planeación estratégica se logrará mejorar la satisfacción de los usuarios, el cual debe enfocarse en mejorar los procesos de calidad con acciones que se implementen desde el área de gerencia, dado que la calidad del servicio se fundamenta en el desarrollo progresivo de los planes integrales, más no en una simple ejecución acción aislada o puntal.

Dávila (2018) en su estudio acerca del “Planeación estratégica y el desempeño laboral en las oficinas de la dirección regional de salud de Tarapoto”, en la cual estableció el objetivo de, Identificar la relación de la planeación estratégica y el desempeño laboral en las oficinas de la dirección regional de salud de Tarapoto, se estableció la metodología descriptiva-cuantitativa, el diseño fue no experimental-correlacional, dentro de la población se conformó por 106 colaboradores de las oficinas de operaciones en la red de salud de Tarapoto; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario con 32 ítems para la primera variable y 26 ítems para la segunda variable. El resultado encontrado dio a conocer que, el nivel de Planificación Estratégica es de un 37% en un nivel de “Iniciado” y un 25% en un nivel “En desarrollo”; en tanto, el nivel de desempeño organizacional es de un 31% en un nivel “Malo” y un 43% en un nivel “Regular”. Se pudo concluir que, existe una correlación alta positiva entre la Planificación Estratégica y Desempeño Organizacional, con un coeficiente de correlación de Pearson (0,842). Asimismo, un coeficiente de determinación de (0,709) indicando que el 70,9% del Desempeño Organizacional se ve influenciado por la Planificación Estratégica.

A nivel local se estudió la investigación de Zea (2017) en su estudio acerca del “Planeación estratégica en proyectos de inversión en un proyecto especial de Jaén”, en la cual estableció el objetivo de, Identificar la relación de la

planeación estratégica y proyectos de inversión en un proyecto especial de Jaén, se estableció la metodología descriptiva-cuantitativa, el diseño fue no experimental-correlacional, dentro de la población se conformó por 80 colaboradores de las oficinas del proyecto especial Jaén, San Ignacio-Bagua; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario con 26 ítems para la primera variable y 24 ítems para la segunda variable. El resultado encontrado dio a conocer que, existe relación positiva y significativa entre las variables de Planeamiento estratégico y los proyectos de inversión pública en el proyecto especial Jaén, San Ignacio y Bagua, en tanto se encuentra en el nivel de correlación es alta 0.743 indica y siendo el nivel de significancia bilateral $p=0.000<0.01$. Se pudo concluir que, es muy relevante la información primaria para el establecimiento de un plan estratégico dado que la data servirá como punto de partida para el establecimiento de estrategias, donde las debilidades de la organización se puedan convertir en fortalezas y así obtener un valor agregado.

Mestanza (2016) en su estudio acerca de la “Satisfacción del cliente y calidad de servicio en una entidad bancaria de Jaén”, en la cual estableció el objetivo de, determinar la relación entre la satisfacción del cliente y calidad de servicio en una entidad bancaria de Jaén, se estableció la metodología descriptiva-cuantitativa, el diseño fue no experimental-correlacional, dentro de la población se conformó por 386 clientes con una muestra de 57 personas; se utilizó la técnica de encuesta por medio del instrumento de cuestionario. El resultado encontrado dio a conocer que, existe una relación lineal entre calidad de servicio y satisfacción del cliente, se evidencia una correlación altamente significativa (correlación de Pearson = 0.985); así mismo, la prueba de correlación muestra su significatividad (Sig. Bilateral=0.000). Se pudo concluir que, las estrategias que mejoran la atención a los clientes se encuentran relacionadas con la reducción de tiempos de espera para su atención, asimismo, brindándoles un trato profesional con información actualizada y oportuna al momento de ser consultados.

Pierre (2018) en su estudio acerca de “Implementación de un plan estratégico que incremente la rentabilidad en una empresa cafetalera de

Jaén”, en la cual estableció el objetivo de, Proponer un plan estratégico para incrementar la rentabilidad en una empresa cafetalera de Jaén, se estableció la metodología descriptiva-cuantitativa, el diseño fue no experimental-propositiva, dentro de la población se conformó por 14 colaboradores de la empresa OVM S.A.C.; se utilizó la técnica de encuesta, observación y entrevista por medio del instrumento de cuestionario, guía de observación y guía de entrevista. El resultado encontrado dio a conocer que, no existe una adecuada comunicación entre las áreas organizacionales, asimismo, una inadecuada planificación estratégica, dado que, los que toman las decisiones y proyecciones son los mismos colaboradores, mientras que el area de gerencia no implementa acciones para mejorar la productividad, donde un 84% de encuestados señalan que el contador y asistentes realizan proyecciones de las ventas, mientras que un 17% las hace el gerente. Se pudo concluir que, por medio del plan estratégico, se podrán alcanzar los objetivos a corto, mediano y largo plazo, debido a que se manejará información en tiempo real para una correcta toma de decisiones, lo cual favorecerá en gran medida para mitigar las debilidades y así poder incrementar la rentabilidad.

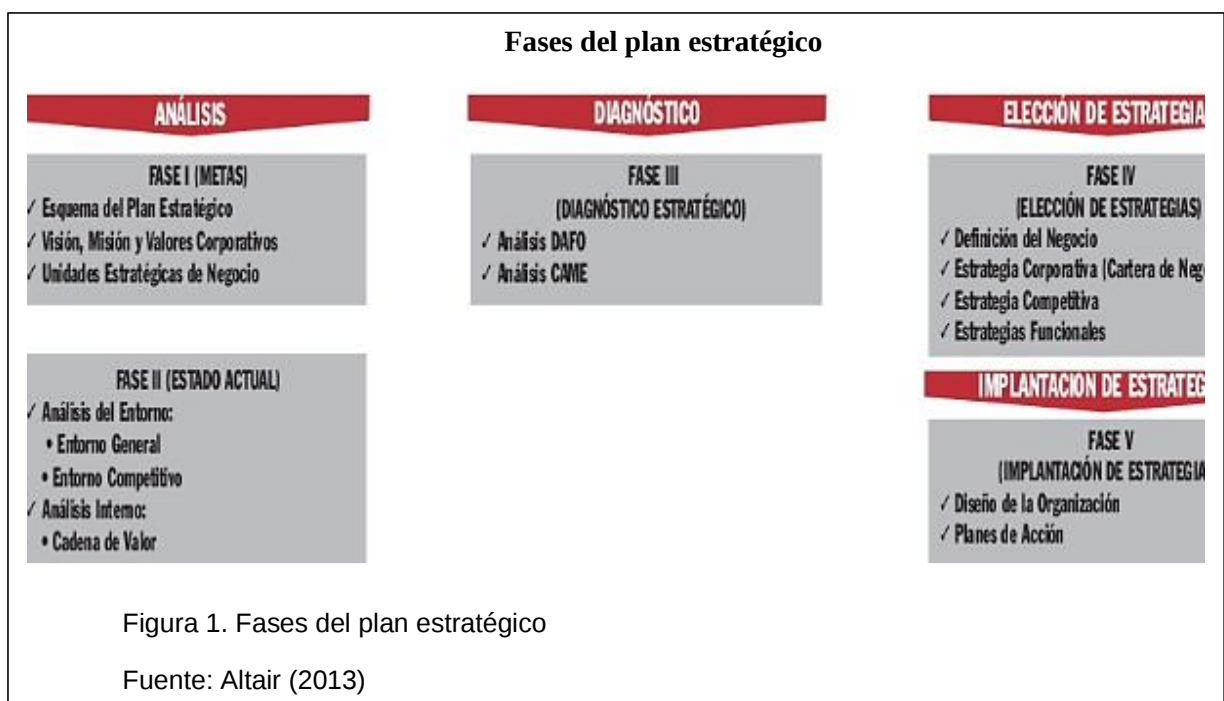
Plan estratégico

Conforme como lo manifiesta Stanley (2012), que dentro de una organización la planificación estratégica es promovida por las personas que realizan un trabajo dentro de la empresa, donde para lograr que estos puedan realizar las actividades de manera eficiente, es importante coordinar un desarrollo pertinente que permita llevar a cabo las distintas actividades operativas con la principal intención de lograr los fines planteados a corto, mediano o largo plazo.

De tal manera Simerson (2011) sostiene que, la planificación estratégica se manifiesta concretamente en las diversas juntas realizadas por los lideres encargados de la empresa en común, donde se permite realizar un plan estratégico, en lo cual mediante esta herramienta permite obtener la información pertinente de la realidad organizacional de la empresa y de lo que pretende llegar hacia un futuro definido; esta herramienta estará compuesta con las diversas reuniones de preparación de la planificación estratégica,

siendo relevante la importancia de la investigación tanto interna como externa de la empresa, como también revisar o prescribir los distintos objetivos estratégicos que permitan mantener la dirección de la empresa en estudio.

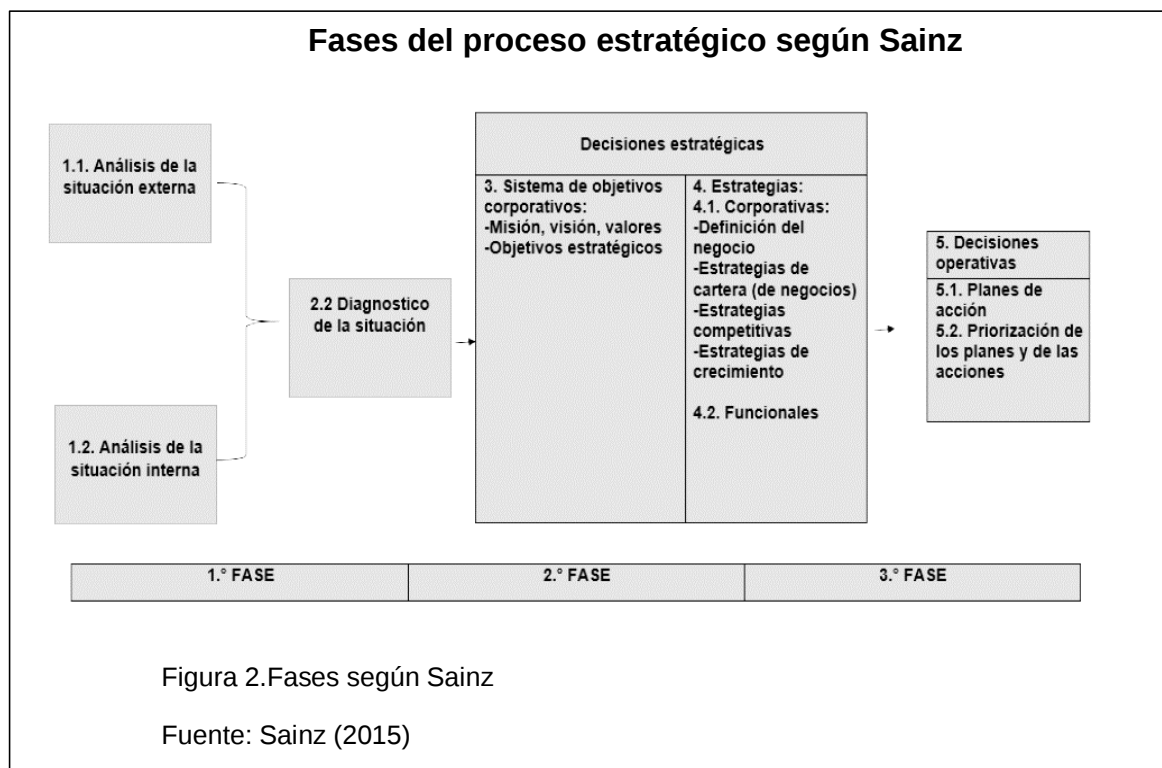
Consultores Altair (2012) expresan la significación del plan estratégico para la empresa, ya que esto permitirá que la organización se pueda proponer metas claras a corto y largo plazo, en lo que ayudara a la organización a alcanzar los objetivos futuros que desea llegar como también reforzar sus recursos al máximo. Este documento con carácter formal permite a la empresa esquematizar los niveles y perspectivas que posee, con el fin de llegar al futuro propuesto. Lo que sostiene el autor es que los encargados de realizar el plan estratégico sean idóneos de examinar el desempeño de la organización en tiempo real que permita así proponer las distintas planificaciones que permitan dirigir a la empresa a la productividad económica esperada como la sostenibilidad en el mercado existente.



Conforme como sostiene Altair (2012), conforme a las fases del plan estratégico, indican que están integrados por tres fases que son de mucha importancia para el desarrollo, implementación y aplicación de las habilidades en la empresa, por eso la importancia de indagar la información de la

organización tanto interna como externa cuidadosamente. Para la primera fase, indican que se debe realizar el análisis anticipado de la empresa que permita establecer las tácticas correspondientes que permitan implantarlas exitosamente, en esta fase encontramos las características tales como misión, visión, valores, etc. En la segunda fase se precisan los distintos niveles que permitan crear eficazmente las estrategias, que son conformadas desde las corporativas, competitivas y operativas. La tercera fase, se sostiene que la organización se permita disponer de un apropiado control de todas las estrategias dispuestas para así darle el seguimiento oportuno hasta el momento que se puedan realizar.

Por otro lado, Sainz de Vicuña (2015), sostiene que el plan estratégico es un documento de importancia donde los líderes claves de la organización recogen toda la información acerca de las decisiones y estrategias a un periodo de corto plazo con relación hacia los objetivos a futuro que permitirá a la empresa ser más competitiva.



Conforme lo afirma D' Alessio Ipinza (2015), la planificación estratégica son el conjunto de los procesos que realiza la organización, en este caso esta planificación involucra a los líderes de la empresa, donde se permita

retroalimentar la información que se genere conforme se vayan tomando las decisiones pertinentes y que permita ser de un manejo fácil para la alta dirección. En esta definición el autor sostiene que el proceso estratégico, permite guiar para realizar las distintas estrategias pertinentes que permitan alcanzar el objetivo esperado por la empresa. Esta contiene cualidades de importancia como la interacción e iteración, que permita a los involucrados integrarse para que puedan desarrollar y administrar la información correspondiente, de tal manera presenta recursos correctivos a las diferencias que se logran obtener en el proceso de las estrategias y permitir generar la respectiva retroalimentación en el desarrollo de la planificación estratégica.

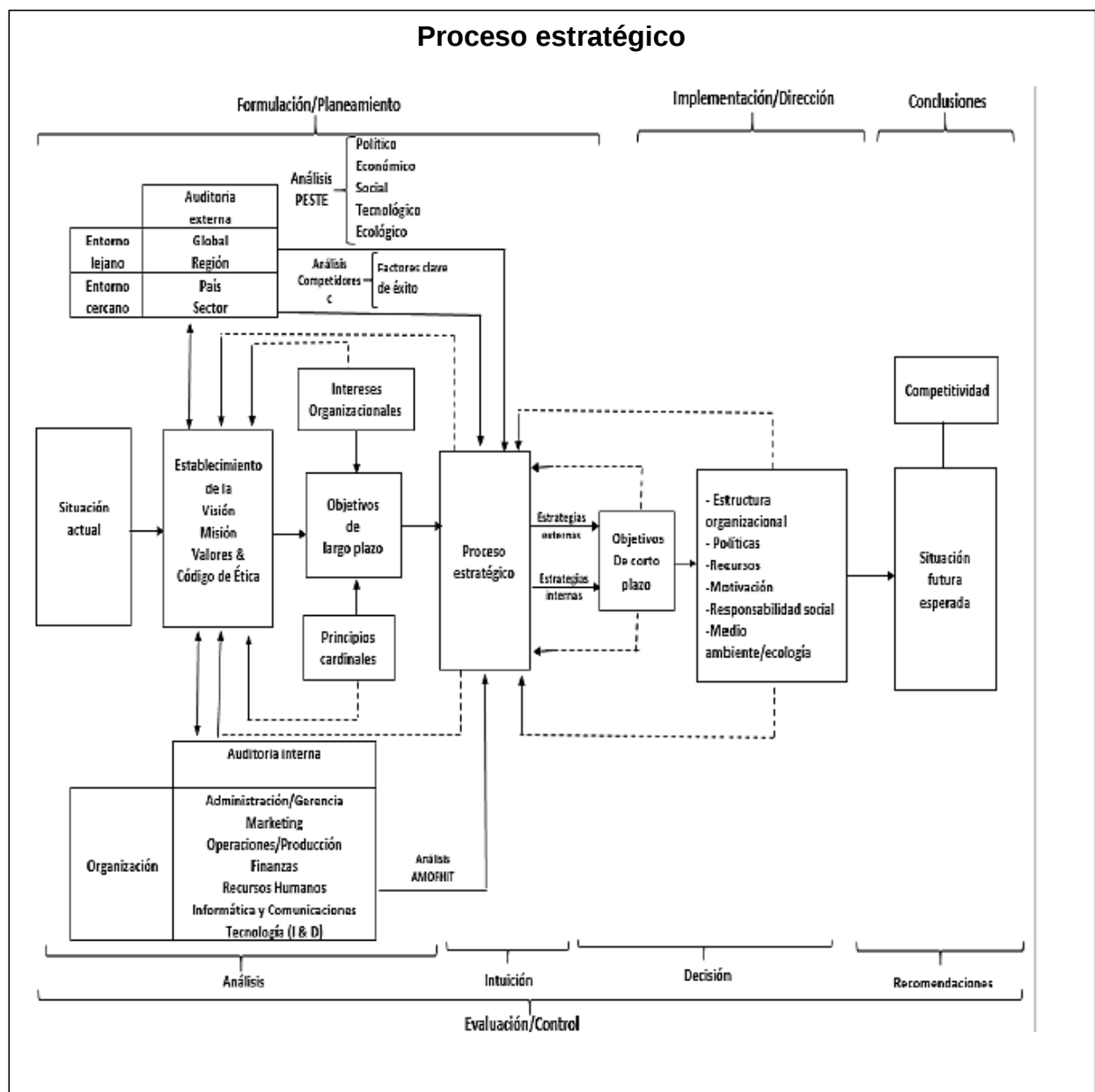


Figura 3. Proceso estratégico

Fuente: D' Alessio (2015)

Dimensión de Formulación: Esta dimensión implica todas las investigaciones obtenidas que permita a la empresa abordarse y conseguir su misión, visión, valores en otros componentes que les permita definir claramente sus objetivos y que hagan a la organización más competitiva en el mercado correspondiente o con productos sustitutos.

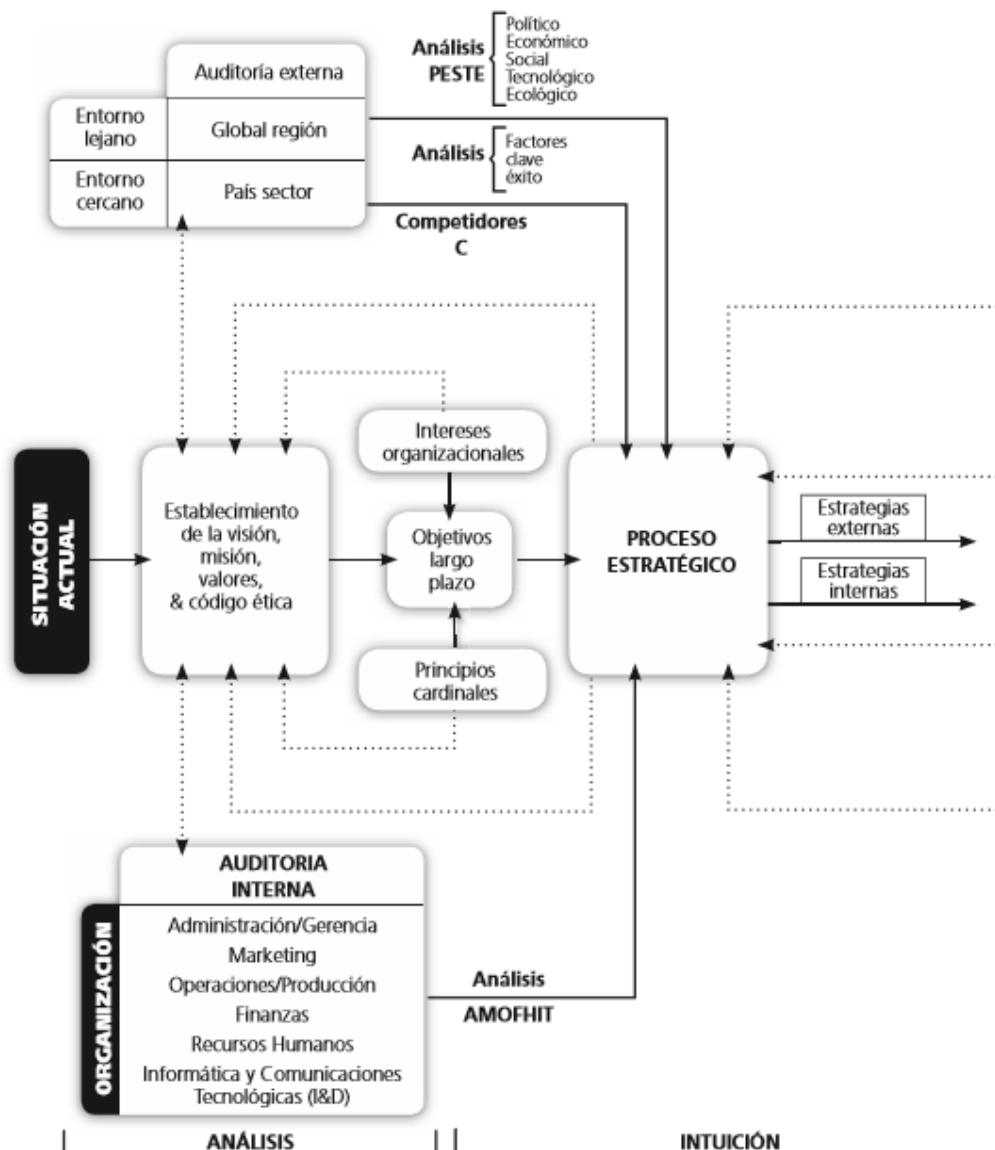


Figura 4. Etapa formulación

Fuente: D' Alessio (2015)

Dimensión de dirección Estratégica: En esta dimensión implican seis pasos que son fundamentales en la cual contribuirán a las distintas habilidades que la empresa convenga ejecutar, tanto de manera interna como externa.



Figura 5. Etapa de dirección estratégica

Fuente: D' Alessio (2015)

Dimensión de control Estratégico: Es aquí donde se permite verificar las inexactitudes que se hayan manifestado en toda la planeación estratégica y es en esta dimensión donde se realizará de manera constante la verificación del desarrollo de las distintas etapas del modelo. Esta dimensión tiene una gran importancia debido a que de esta depende el logro de las habilidades deseadas a alcanzar por la empresa.

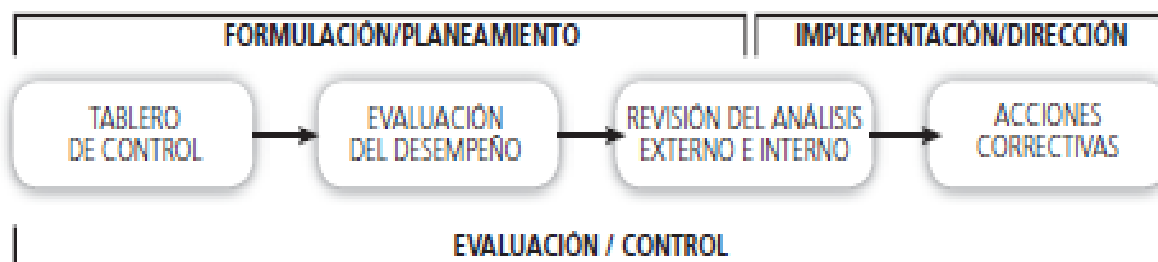


Figura 6. Etapa de control y evaluación

Fuente: D' Alessio (2015)

Calidad de servicio

Según San Miguel (2011). Establece que la calidad del servicio tiene su comienzo desde la impresión que tiene un cliente sobre la experiencia por el servicio en la cual una empresa en común le ha ofertado, afirmando que es importante que se obedezcan un conjunto de principios, con el objetivo de cumplir con las metas predispuestas por la empresa u organización correspondiente.

De tal manera, confirma el autor que esta experiencia es propia del mismo cliente en la cual manifiesta durante el momento que obtiene el servicio o bien ofertado, donde le permite declarar si esta oferta ha podido llenar las expectativas de sus necesidades, calificando así de acuerdo a la experiencia correspondiente.

Según Kotler (2000), Afirma que en la calidad del bien o servicio ofertado existe una relación sobre la satisfacción del cliente, esto debido a las intenciones de los empleadores de cubrir sus necesidades de una manera eficiente, lo cual es fundamental para lograr una experiencia agradable en el usuario, lo que permite una mayor rentabilidad a la empresa generando una mayor satisfacción al cliente.

Por su parte Parasuraman, Zeithaml y Berry citados por Matsumoto (2014), consideran dentro de la valoración de la calidad del bien o servicio, distintas dimensiones que evalúan la calidad en el desarrollo del bien o servicio, tales como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y por otro lado las dimensiones tangibles, que en este caso son los aspectos concretos que se ofrecen del bien o servicio ofertado.

Elementos tangibles: Se refiere a todos los elementos físicos tales como, muebles, enseres, bienes y herramienta que brinden una mayor satisfacción hacia el cliente.

Fiabilidad: Destreza que permite entregar el bien o servicio futuro de tal manera como se le ha informado al cliente sin margen de error. Este elemento permite cuantificar el desarrollo del bien o servicio ofrecido. Se distribuye por medio de la eficiencia que se obtiene con la utilización del tiempo y los materiales oportunos y por la eficacia que es el resultado del servicio obtenido en las mejores condiciones por el cliente.

Capacidad de respuesta: Es la habilidad que tienen los empleadores de la organización para captar las necesidades y llevar su solución a cualquier conflicto obtenido en el desarrollo de la prestación del bien o servicio de manera eficiente.

Seguridad: Este elemento es de suma importancia porque involucra las informaciones frágiles por parte del cliente hacia la empresa, en la cual genera así una firmeza y solidez en el proceso.

Empatía: Es el proceso que tiene el empleador para tratar confortablemente al cliente que solicita un bien o servicio de la organización.

Conforme a los estudios establecidos por autores profesionales en la materia, reconocen que al tener una mayor calidad por el servicio prestado permite a la organización obtener un mejor posicionamiento en el mercado, permitiendo así una fiabilidad muy consensuada por parte del cliente, por el motivo que se encuentran satisfechos por el bien o servicio obtenido. Como consecuencia este elemento de la calidad del servicio se ha precisado como pieza fundamental para la planeación estratégica y es donde cada vez las organizaciones buscan la manera de definirla, medirla y por último mejorarla.

Como lo sostiene Garza, Badii y Abreu (2008), el concepto y la medición de la calidad han terminado siendo un elemento complejo, debido que la calidad es un concepto actualmente sin definir, a eso se le tiene que agregar el inconveniente de la intangibilidad del bien o servicio prestado por la organización.

Según Martínez (2010), el carácter de la calidad en una empresa es de suma importancia para aquellas que ofrecen un servicio, esto es que por que los clientes tienen un acercamiento directo, más aún cuando se tenga mayor intensidad de percibir una aceptación por un bien o servicio establecido y todo lo que conllevar el atender sus necesidades.

Dentro de los enfoques estudiados en la presente investigación se encontraron:

Enfoque hacia el cliente: Basados en crear un valor agregado al cliente ya que, debe existir una obsesión para entender las necesidades y expectativas de ellos.

Enfoque estratégico: Este enfoque se basa en la tarea estratégica que se debe tener en la empresa para brindar un servicio de calidad, implementándose objetivos y planes de acción a corto y largo plazo.

Enfoque de liderazgo: Se considera que sin compromiso de las personas clave de la organización se tendrá una disminución de la cartera de clientes, por ello, es necesario una condición activa de las estrategias y el compromiso de todos.

Enfoque en procesos: Se considera que las empresas han estado obsesionadas con los resultados demasiado tiempo. Los resultados son impulsados por la aplicación efectiva de los procesos correspondientes.

Por lo tanto, en el panorama de la empresa Consorcios Mori SRL se evaluó el enfoque hacia el cliente estudiando las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, los cuales mostraron un nivel de calidad de servicio regular-bajo como se muestra en el capítulo de resultados.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación es cuantitativa, porque según Hernández, Fernández & Baptista (2014) los resultados obtenidos de la aplicación de las técnicas de estudio son en números y/o porcentajes, esta información permite reconocer el estado actual de las variables e institución de estudio seleccionada.

3.2 Diseño de investigación

Para la selección del diseño de la investigación se consideró el propósito de estudio; definiéndose no experimental debido que no se generará algún cambio en la realidad actual que desarrolla la empresa. Asimismo, será de tipo transversal, debido que se realizará la recolección de los datos al inicio de la investigación; esto se interpreta que en un solo periodo durante todo el estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.3 Variables y operacionalización

Definición conceptual

Las variables de estudio son las siguientes:

Variable 1: Planificación estratégica

En una organización, la planificación estratégica se da mediante un conjunto de personas, se necesita constituir un proceso que se pueda ejecutar de diferentes planes operativos con el fin de conseguir el objetivo y metas programadas a corto, medio y largo plazo, para lograr tener un conjunto de coordinación con esfuerzo y trabajo. (Stanley, 2012)

Variable 2: Calidad del servicio

Asimismo, se reconoce que la calidad es una percepción que tiene el usuario, es decir la valoración por el servicio o bien que recibe, donde logran expresar si cumplen con las expectativas que poseen antes de adquirirlo, calificándolo de acuerdo a su estado vivido. (San Miguel, 2011)

Tabla 1
Operacionalización de la variable independiente

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Medición	Instrumento
Planeación estratégica	Se manifiesta concretamente en las diversas juntas realizadas por los líderes encargados de la empresa en común, donde se permite realizar un plan estratégico, en lo cual mediante esta herramienta permite obtener la información pertinente de la realidad organizacional de la empresa y de lo que pretende llegar hacia un futuro definido; esta herramienta estará compuesta con las diversas reuniones de preparación de la planificación estratégica, siendo relevante la importancia de la investigación tanto interna como externa de la empresa, como también revisar o prescribir los distintos objetivos estratégicos que permitan mantener la dirección de la empresa en estudio.	Es un documento de importancia donde los líderes claves de la organización recogen toda la información acerca de las decisiones y estrategias a un periodo de corto plazo con relación hacia los objetivos a futuro que permitirá a la empresa ser más competitiva.	Visión	Lickert	Cuestionario
			Misión		
			Código de ética		
			Estructura organizacional		
			Recursos		
			Objetivos		
			Metas		

Calidad de servicio	La calidad del servicio tiene su comienzo desde la impresión que tiene un cliente sobre la experiencia por el servicio en la cual una empresa en común le ha ofertado sus productos o servicios, afirmando que es importante que se obedezcan un conjunto de principios, con el objetivo de cumplir con las metas predispuestas por la empresa u organización correspondiente. (San Miguel, 2011)	Las dimensiones de la calidad del servicio de atención son los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la profesionalidad, la cortesía, la credibilidad, la seguridad, la accesibilidad, la comunicación, y la comprensión del cliente.	Elementos tangibles		
			Fiabilidad		
			Capacidad de respuesta	Likert	Cuestionario
			Empatía		
			Seguridad		

Fuente: elaboración propia

3.4 Población, muestra y muestreo

Población

La población es el conjunto de personas que permite la delimitación o magnitud de la investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Es por ello, la población de estudio en la presente investigación está compuesta por todos los clientes de la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Donde los criterios de selección empleados son los siguientes:

Inclusión: Son todos los clientes de la empresa Consorcios Mori S.R.L., durante el primer trimestre del periodo 2021.

Exclusión: Son todas las empresas que no son clientes de la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Muestra

La muestra, es considerada como el conjunto de personas o sujetos de estudio que tienen una característica en común (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Por tanto, se determinó la muestra significativa de 30 clientes de la empresa Consorcios Mori S.R.L. distribuidos de los meses de mayo (8), junio (12) y julio (10).

Muestreo

Se definió que el muestreo empleado, según Hernández, Fernández & Baptista (2014) será no probabilístico por conveniencia, debido que fue decisión del investigador debido a las diversas restricciones sociales que en este periodo se presenta; así como, que son estas personas las que conocen sobre el problema de la investigación.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas empleadas en la presente investigación son dos:

- i. Encuesta: la encuesta es una técnica que ayuda a la recolección de información que permite conocer la situación actual, y sobre el estado de las variables de estudio (Bernal, 2016).

Los instrumentos empleados fueron definidos según las consideraciones de Hernández, Fernández & Baptista (2018) siendo una herramienta compuesta por un conjunto de preguntas que permiten medir las dimensiones de las variables de estudio. Donde, se determinó la utilización de los siguientes instrumentos:

- i. Cuestionario: es aquel instrumento que permite recopilar información de manera confiable, estando compuesta por ítems que permiten dar respuesta a las dimensiones para la evaluación de las variables de estudio, teniendo por respuesta a través de la escala de calificación Likert para conocer la percepción de los sujetos de estudio (Bernal, 2016).
- ii. Para evaluar la variable planeación estratégica se creó un instrumento con 14 ítems en escala Likert de 5 alternativas; mientras que para evaluar la variable calidad de servicio se creó un instrumento con 22 ítems, considerando las dimensiones de elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía.

<u>Cuestionario para medir la planeación estratégica</u>					
ITEM	TA	A	I	D	TD
1. Se encuentra de acuerdo con los procesos establecidos dentro de la organización para adquirir los productos o servicios					
2. Se encuentra de acuerdo con la visión y misión establecidos por la organización.					
3. La empresa dispone de un decálogo y políticas que normen las actividades de los colaboradores.					
4. Considera que la empresa cuenta con una planificación para lograr sus objetivos					
5. Las estrategias que utiliza la empresa para el posicionamiento en los clientes son eficaces					
6. Se encuentra de acuerdo con los principales productos y servicios ofrecidos.					
7. La empresa se encuentra tecnológicamente actualizada					

8. Cree usted que la empresa conoce a sus clientes y consumidores.					
9. Los productos o servicios se encuentran dentro de los estándares de calidad que usted requiere					
10. El trabajo de los colaboradores es supervisado por el jefe inmediato					
11. Se cuenta con área de pos venta					
12. Los sistemas de seguridad son adecuados.					
13. La información de productos o servicios se actualiza constantemente					
14. Se revisan los procesos organizacionales frecuentemente					

<u>Cuestionario para medir calidad de servicio</u>					
ITEM	TA	A	I	D	TD
1. Las instalaciones físicas de la empresa disponen de espacio suficiente para la comodidad de los usuarios					
2. Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas visualmente.					
3. La empresa dispone de áreas limpias, diseñadas de acuerdo a su propósito.					
4. La disposición de las áreas facilita a los usuarios moverse y desplazarse fácilmente dentro de la empresa					
5. El diseño estructural de la empresa facilita el movimiento/circulación de los usuarios					
6. Los colaboradores de la empresa se encuentran debidamente identificados.					
7. El material publicitario de la empresa es interesante y llamativo					
8. Los colaboradores de la empresa brindan información correcta.					
9. Los colaboradores de la empresa se encuentran capacitados para responder preguntas e inquietudes					

10. Los servicios que brinda la empresa cumplen fielmente las pautas contractuales					
11. El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado					
12. Los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido a los usuarios.					
13. El personal de atención concluye el servicio en un tiempo adecuado					
14. El personal de atención se encuentra en sus puestos de trabajo, permitiendo una rápida atención					
15. Los colaboradores de la empresa disponen de conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios					
16. Los colaboradores de la empresa inspiran/transmiten confianza a los usuarios					
17. Se siente seguro de realizar transacciones financieras en la empresa					
18. Los colaboradores de la empresa demuestran un interés personal en querer resolver los problemas de los usuarios.					
19. Los colaboradores de la empresa inspiran confianza a los usuarios					
20. Los colaboradores de la empresa tratan cortésmente a los usuarios					
21. Los colaboradores de la empresa muestran preocupación por los intereses de los usuarios.					
22. Los colaboradores de la empresa se encuentran atentos ante los requerimientos de los usuarios					

3.6 Procedimiento de recolección de datos

En la recopilación de los datos e información se procedió primero la elaboración del instrumento designado para reconocer el estado actual de las variables de estudio. Se procede con la validación de tres expertos en el tema de la planificación estratégica y calidad de servicio, los cuales ayudaron a determinar si cumplen con los requerimientos mínimos, y facilitarán responder a los objetivos de la investigación propuestos. Donde, se solicita a la escuela correspondiente de la Universidad Particular de Chiclayo filial Jaén emitir una

carta de presentación a la empresa seleccionada para su aprobación y proceder a la aplicación de los instrumentos.

3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Las técnicas de procesamiento de datos que se realizaron a través de lo general a lo específico, es decir una vez obtenida la base de datos se hará un ordenamiento de la misma, la cual será exportada la información al programa del SPSS que permitirá conocer el nivel de confiabilidad y posterior análisis de la frecuencia, diseño de tablas y figuras que facilitarán conocer el estado actual de la realidad actual de la empresa consorcios Mori. S.R.L.

La validación de los instrumentos se realizó por 3 juicios de expertos en las variables investigadas, asimismo, la confiabilidad por alfa de Cronbach fue de 0.874, siendo confiable ya que George & Mallery (2003) afirma que cuando el coeficiente supera el 0.5 es confiable.

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

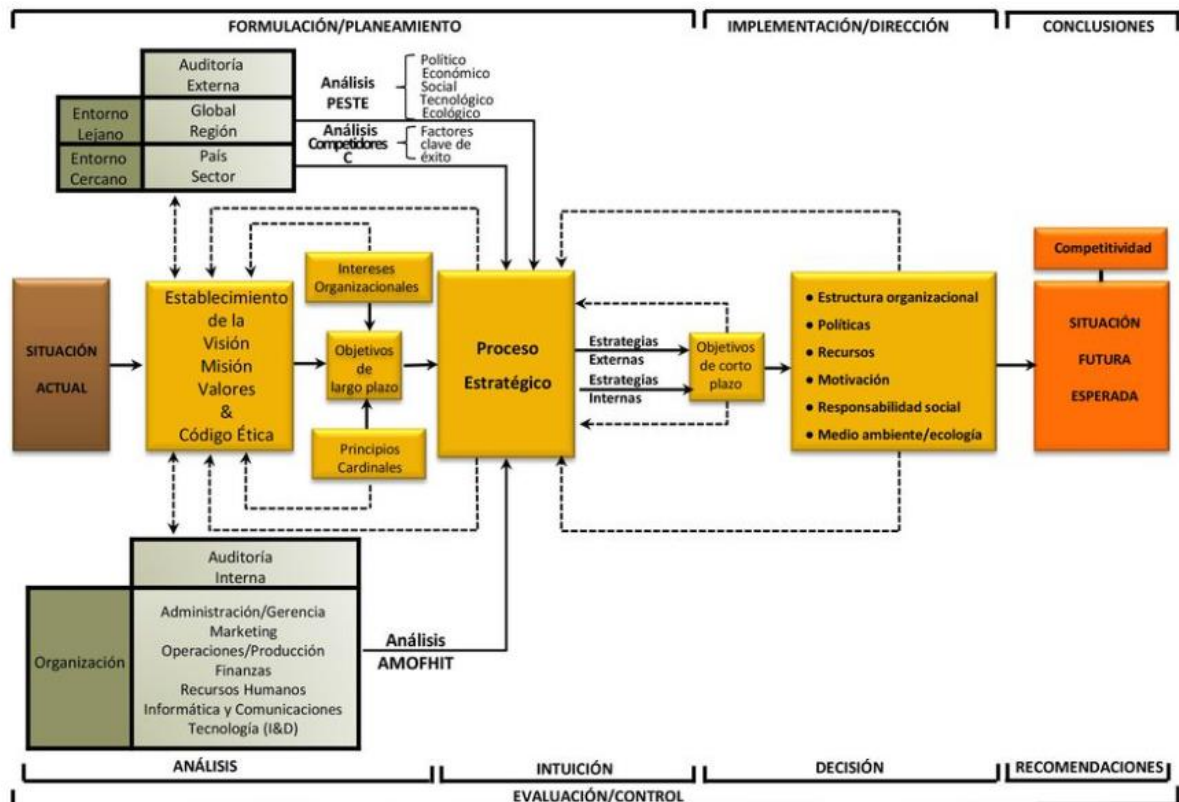
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,874	36

Figura: Alfa de Cronbach

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para la evaluación de la relación entre las variables investigadas se verificó la estructura del plan estratégico que tiene la organización como es el siguiente:



4.1. Tablas y gráficos

a) Objetivo Especifico 1: Análisis del nivel de planificación estratégica en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Tabla 2. Se encuentra de acuerdo con los procesos establecidos dentro de la organización para adquirir los productos o servicios

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
En desacuerdo	9	30.0
Regular	15	50.0
De acuerdo	5	16.7
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

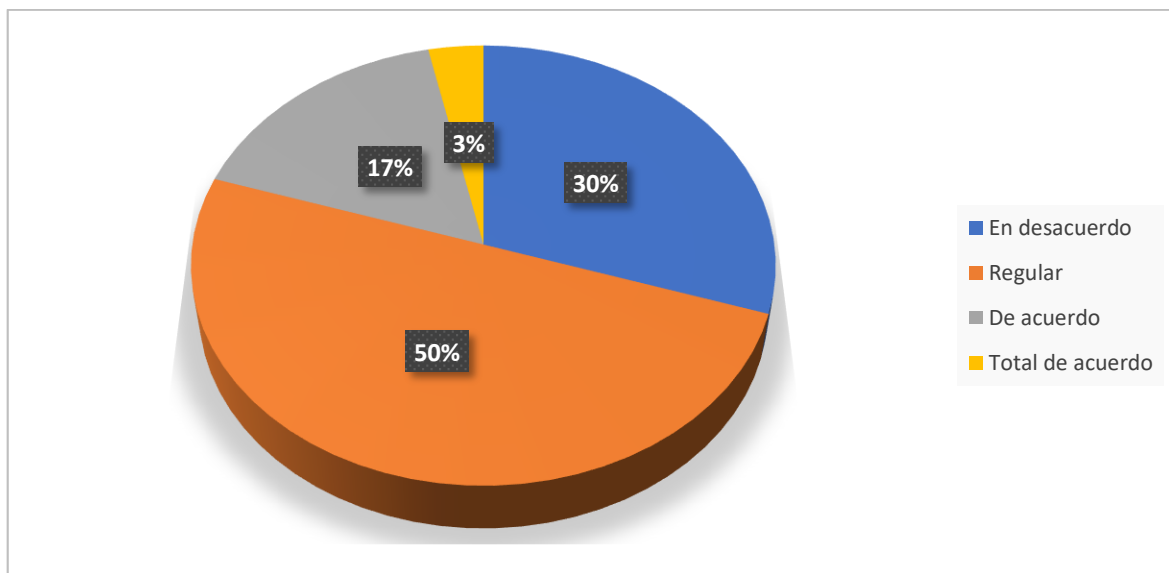


Figura 7: Se encuentra de acuerdo con los procesos establecidos dentro de la organización para adquirir los productos o servicios

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente a los procesos establecidos por la organización, se determina que un 50% de personas están indiferentes o regularmente de acuerdo, mientras que un 30% de personas en desacuerdo, no obstante, un 17% de personas señalan su conformidad con los procesos establecidos en la organización.

Tabla 3. Se encuentra de acuerdo con la visión y misión establecidos por la organización

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	7	23.3
Regular	15	50.0
De acuerdo	6	20.0
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

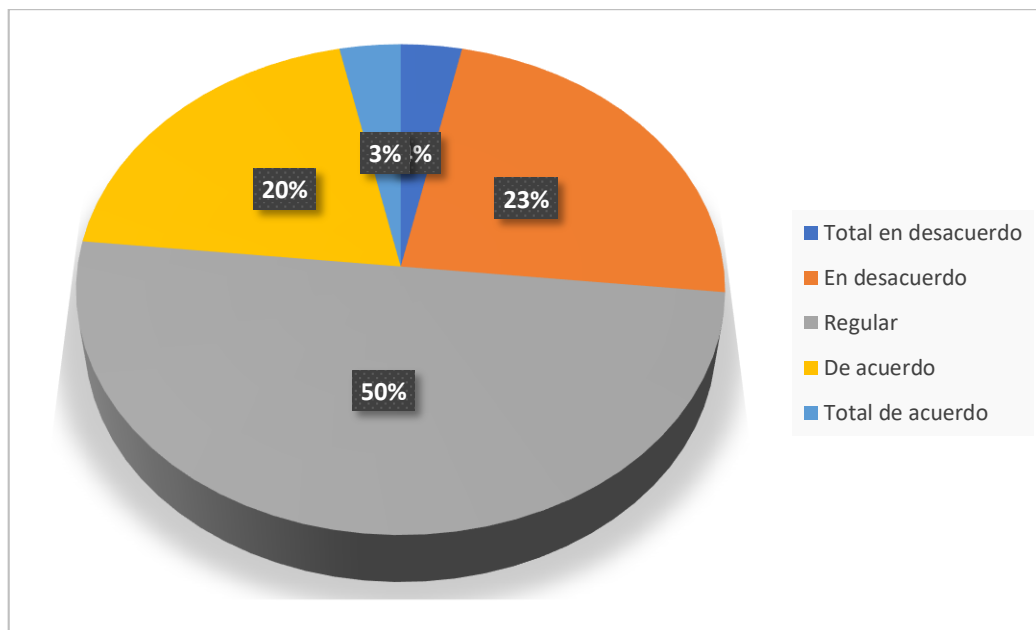


Figura 8: Se encuentra de acuerdo con la visión y misión establecidos por la organización
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que un 50% de personas se encuentra indiferente a la visión y misión establecida por la organización, sin embargo, el 23% de personas están en desacuerdo y casi coincidiendo el 20% de personas se encuentran de acuerdo según lo establecido por la organización.

Tabla 4. La empresa dispone de un decálogo y políticas que normen las actividades de los colaboradores

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	12	40.0
Regular	6	20.0
De acuerdo	9	30.0
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

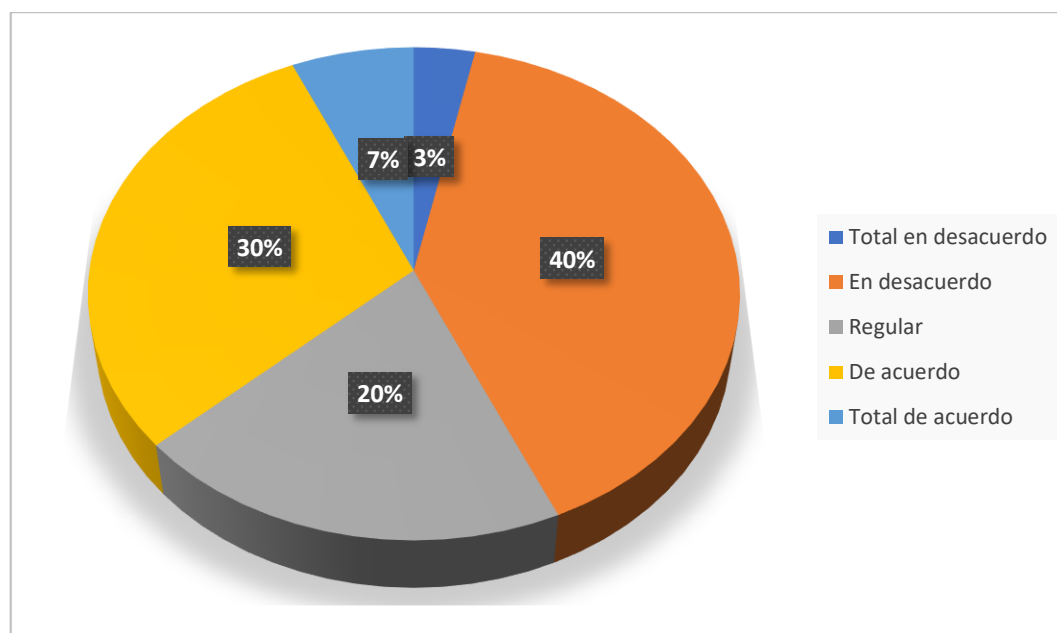


Figura 9: La empresa dispone de un decálogo y políticas que normen las actividades de los colaboradores

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente la empresa dispone de un decálogo y políticas que normen las actividades de los colaboradores, determinado que el 40% de personas se encuentra en desacuerdo, mientras que el 30% de personas se encuentra de acuerdo, sin embargo, un 20% de personas están indiferentes a las normativas.

Tabla 5. Considera que la empresa cuenta con una planificación para lograr sus objetivos

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	10	33.3
Regular	10	33.3
De acuerdo	7	23.3
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

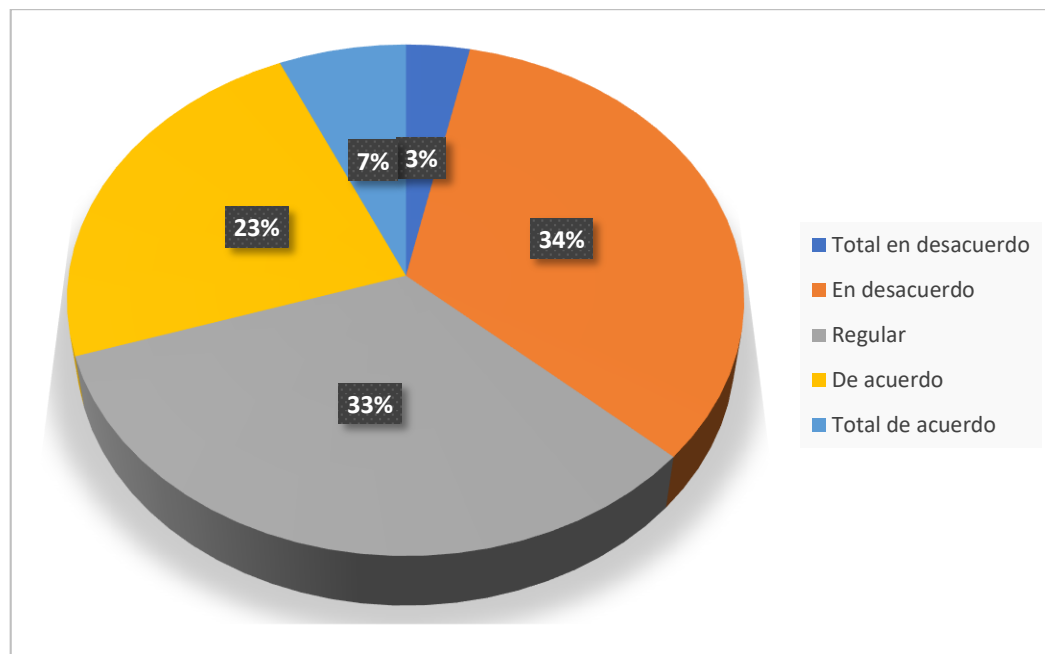


Figura 10: Considera que la empresa cuenta con una planificación para lograr sus objetivos
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se considera que la empresa cuenta con una planificación para lograr sus objetivos, determinando que un 34% de personas están en desacuerdo, y semejándose un 33% de personas están indiferentes, mientras que un 23% de personas están de acuerdo que la empresa cuenta con una planificación.

Tabla 6. Las estrategias que utiliza la empresa para el posicionamiento en los clientes son eficaces

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	7	23.3
Regular	11	36.7
De acuerdo	8	26.7
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

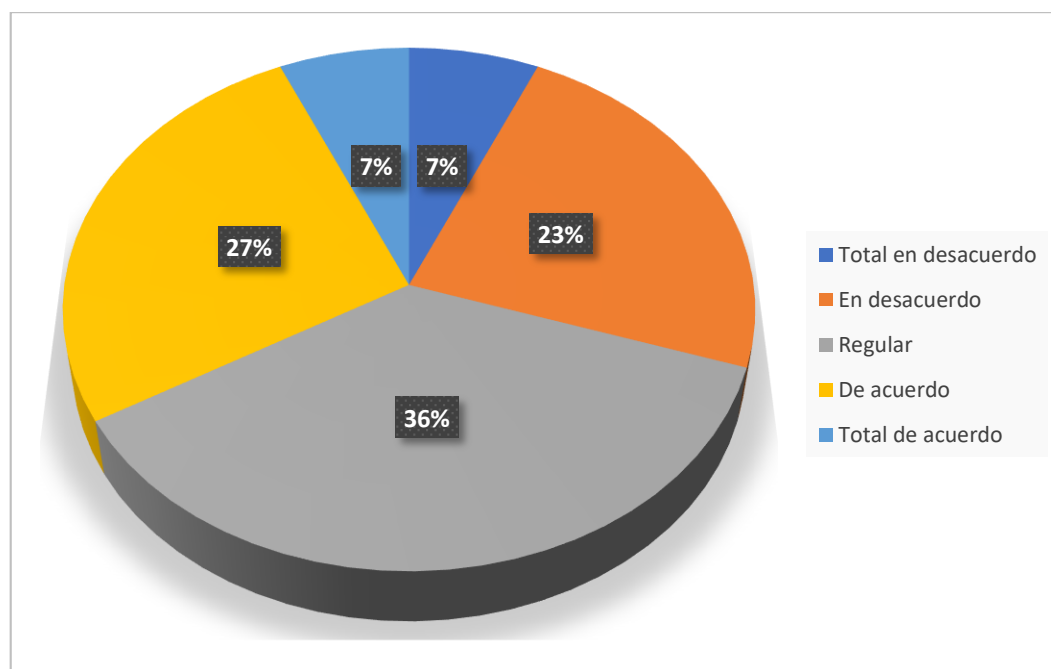


Figura 11: Las estrategias que utiliza la empresa para el posicionamiento en los clientes son eficaces

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente existe un 36% de personas que son indiferentes a las estrategias que utilizan la empresa para el posicionamiento en los clientes sean eficaces, mientras que un 27% de personas están de acuerdo al posicionamiento, sin embargo, un 23% de personas se encuentran en desacuerdo al posicionamiento con los clientes.

Tabla 7. Se encuentra de acuerdo con los principales productos y servicios ofrecidos

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	6	20.0
Regular	13	43.3
De acuerdo	7	23.3
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

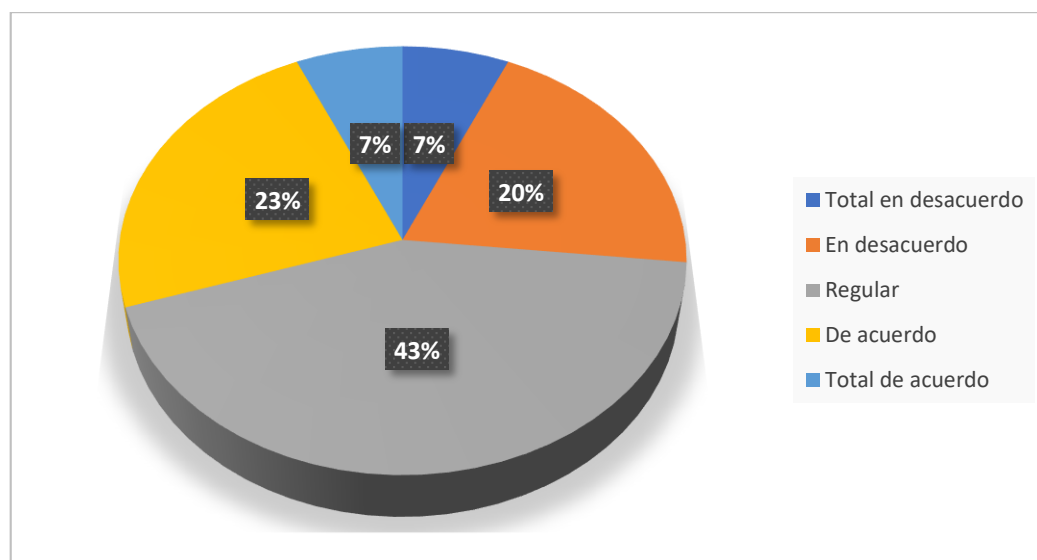


Figura 12: Se encuentra de acuerdo con los principales productos y servicios ofrecidos
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 43% de personas se encuentran indiferentes a los principales productos y servicios ofrecidos por la organización, sin embargo, el 23% de personas se encuentran de acuerdo, semejándose a un 20% de personas que están en desacuerdo a lo ofrecido.

Tabla 8. La empresa se encuentra tecnológicamente actualizada

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	4	13.3
Regular	10	33.3
De acuerdo	12	40.0
Total de acuerdo	3	10.0
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

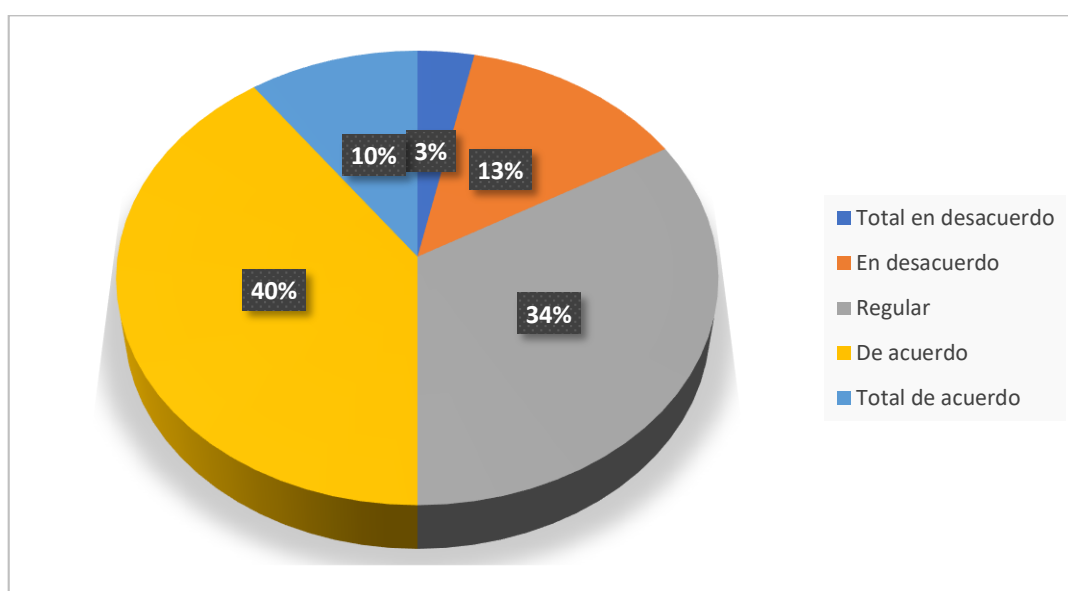


Figura 13: La empresa se encuentra tecnológicamente actualizada

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determinó que el 40% de personas están de acuerdo con la tecnología actualizada, sin embargo, el 34% de personas se encuentran indiferentes al tema, por otro lado, el 13% de personas en desacuerdo a la tecnología actualizada.

Tabla 9. Cree usted que la empresa conoce a sus clientes y consumidores

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
En desacuerdo	6	20.0
Regular	16	53.3
De acuerdo	6	20.0
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0
En desacuerdo	6	20.0

Fuente: Elaboración propia

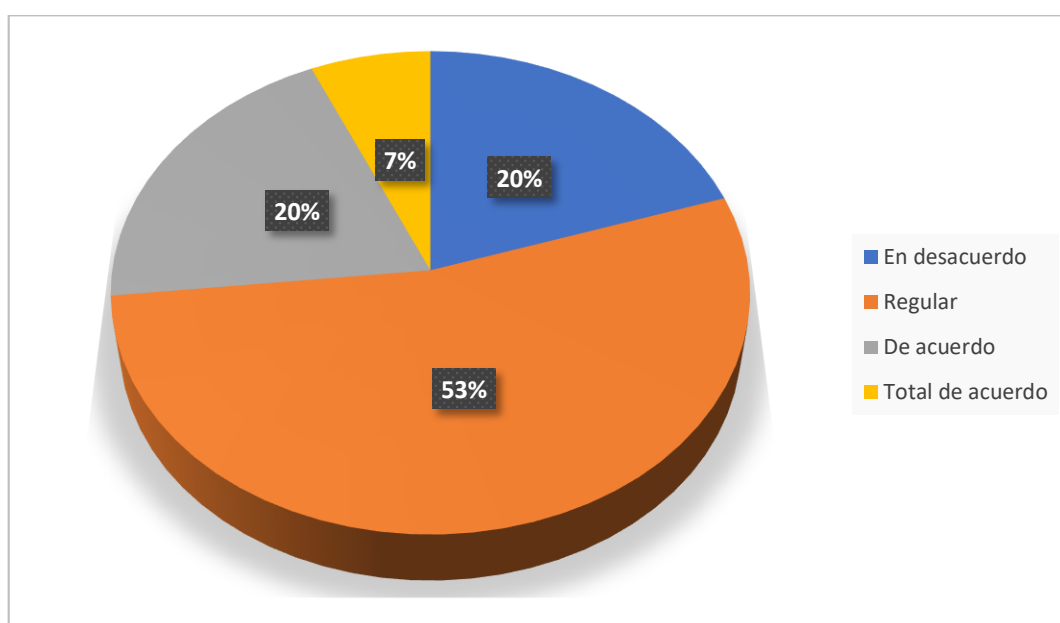


Figura 14: Cree usted que la empresa conoce a sus clientes y consumidores

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 53% de personas son indiferentes en saber si la empresa conoce a sus clientes y consumidores, por lo contrario, existe un 20% de personas que coinciden que están en desacuerdo y de acuerdo en que si conoce la empresa a sus clientes y consumidores.

Tabla 10. Los productos o servicios se encuentran dentro de los estándares de calidad que usted requiere

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	10	33.3
Regular	11	36.7
De acuerdo	6	20.0
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

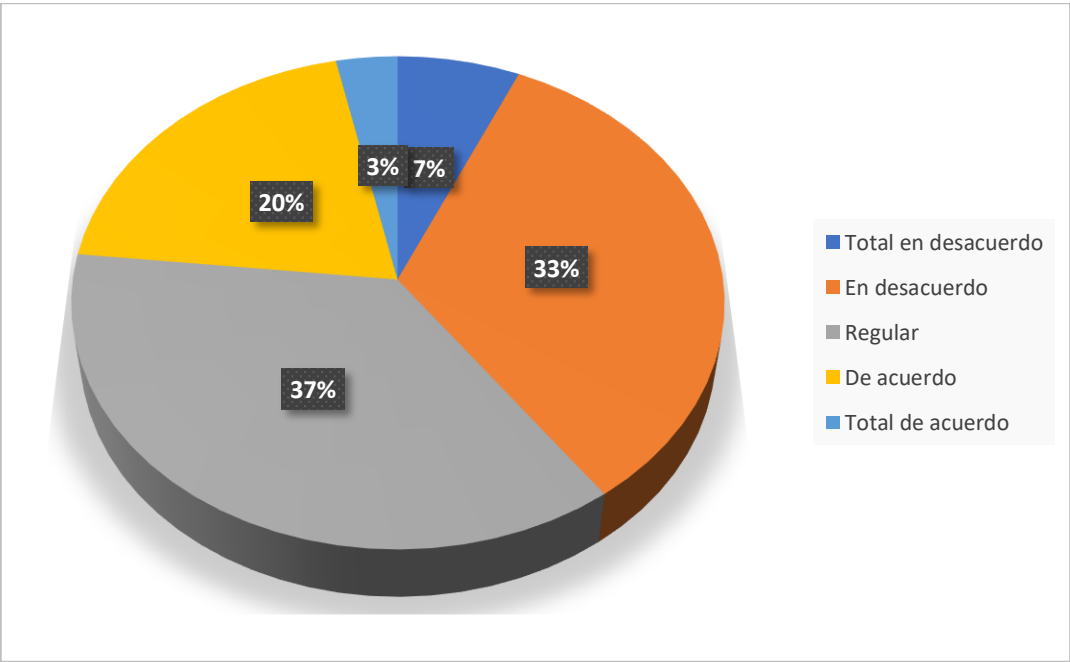


Figura 15: Los productos o servicios se encuentran dentro de los estándares de calidad que usted requiere

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 37% de personas son indiferentes a los productos o servicios que encuentran estándares de calidad según lo requerido, mientras que el 33% de personas se encuentran en desacuerdo, y un 20% de personas están de acuerdo en los estándares de calidad requerido.

Tabla 11. El trabajo de los colaboradores es supervisado por el jefe inmediato

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	5	16.7
Regular	14	46.7
De acuerdo	8	26.7
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

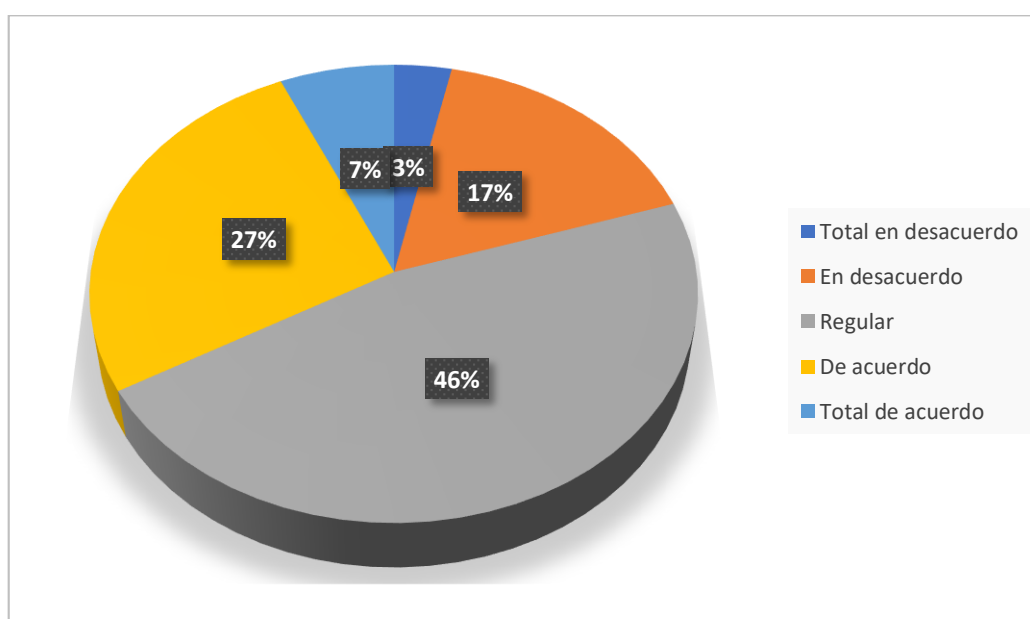


Figura 16: El trabajo de los colaboradores es supervisado por el jefe inmediato

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 46% de personas son indiferentes en saber la realización de supervisión de sus jefes inmediatos a sus colaboradores, mientras que el 27% de personas están de acuerdo en que se realiza supervisión, no obstante, un 17% de personas se encuentran en desacuerdo.

Tabla 12. Se cuenta con área de pos venta

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
En desacuerdo	6	20.0
Regular	14	46.7
De acuerdo	10	33.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

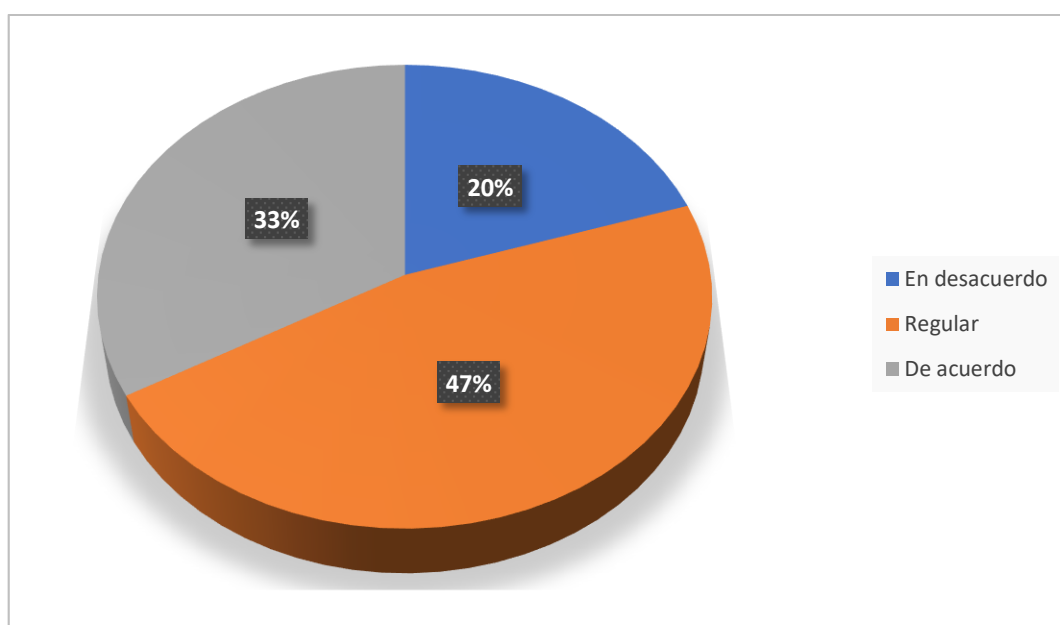


Figura 17: Se cuenta con área de pos venta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 47% de personas están indiferentes si existe un área de post venta, mientras que un 33% de personas no se encuentran de acuerdo, no obstante, el 20% de personas están en desacuerdo en su existencia.

Tabla 13. Los sistemas de seguridad son adecuados

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	7	23.3
Regular	11	36.7
De acuerdo	10	33.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

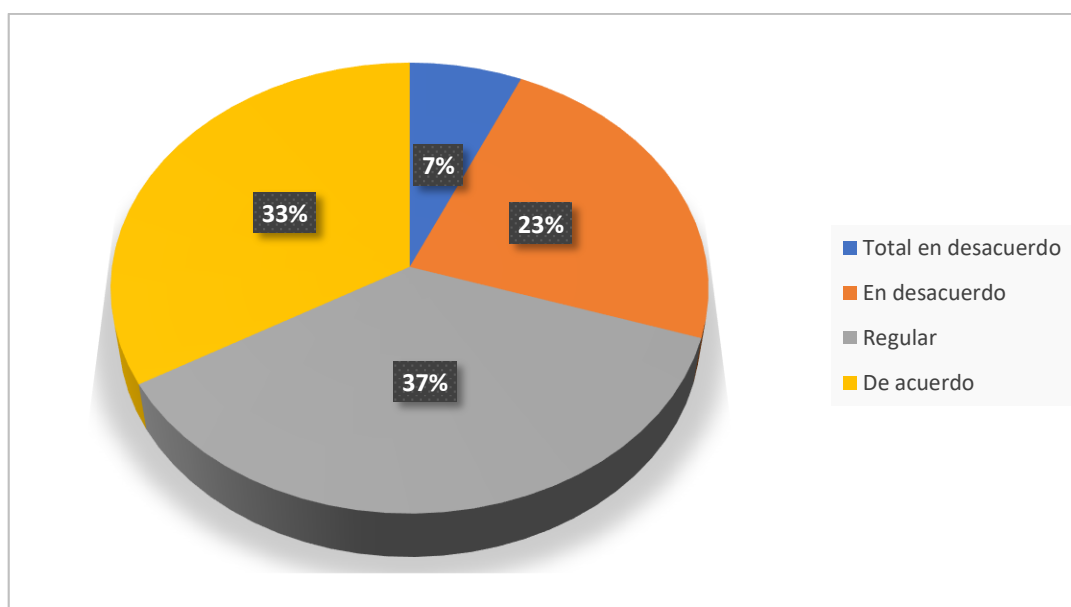


Figura 18: Los sistemas de seguridad son adecuados

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 37% de personas se encuentran indiferentes a los sistemas a los sistemas de seguridad si son adecuados, mientras que el 33% de personas están de acuerdo con la seguridad, no obstante, el 23% de personas se encuentra en desacuerdo con el sistema de seguridad.

Tabla 14. La información de productos o servicios se actualiza constantemente

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	10	33.3
Regular	11	36.7
De acuerdo	7	23.3
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

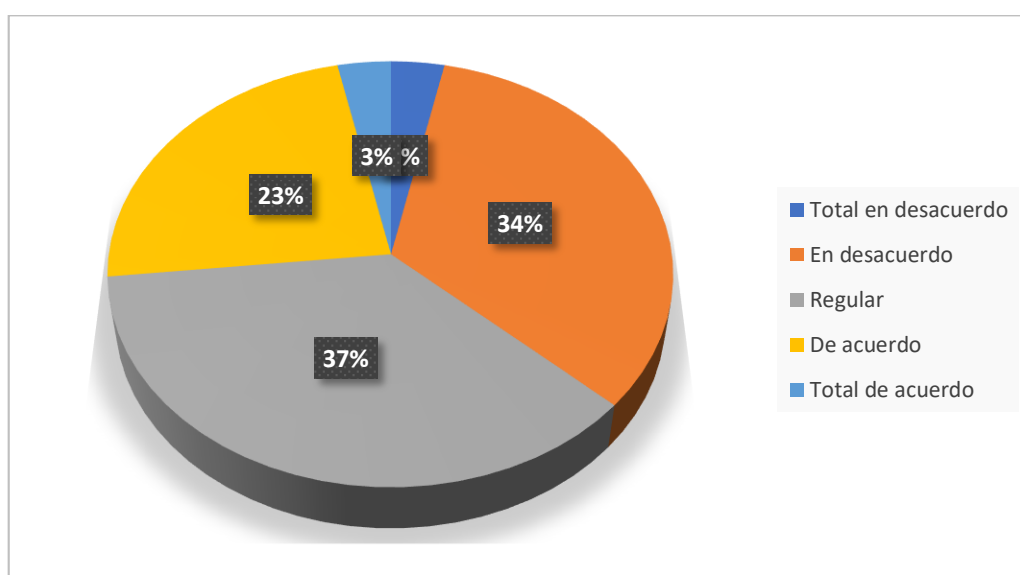


Figura 19: La información de productos o servicios se actualiza constantemente

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 37% de personas son indiferentes a la información de productos o servicios que se actualiza constantemente, mientras que el 34% de personas están en desacuerdo, no obstante, el 23% de personas están de acuerdo en la actualización constante

Tabla 15. Se revisan los procesos organizacionales frecuentemente

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
En desacuerdo	5	16.7
Regular	17	56.7
De acuerdo	8	26.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

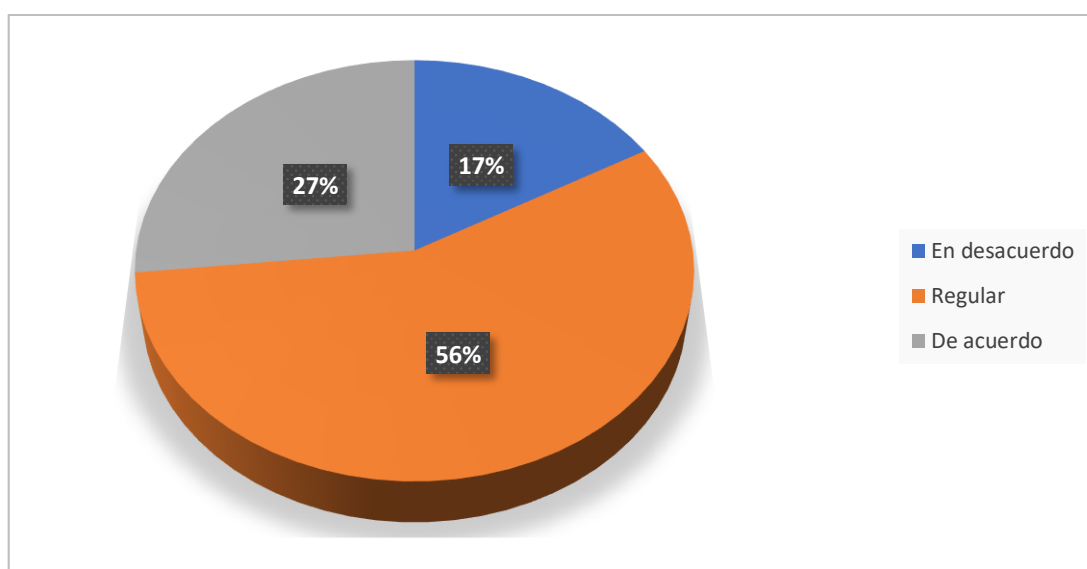


Figura 20: Se revisan los procesos organizacionales frecuentemente

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 56% de personas son indiferentes en la revisión de los procesos de la organización con frecuencia, mientras que el 27% de personas se encuentran de acuerdo, no obstante, el 17% de personas se encuentran en desacuerdo en la realización de revisión del proceso organizacional frecuente.

b) Objetivo Especifico 2: Evaluación del nivel de calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Tabla 16. Las instalaciones físicas de la empresa disponen de espacio suficiente para la comodidad de los usuarios

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	11	36.7
Regular	11	36.7
De acuerdo	4	13.3
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

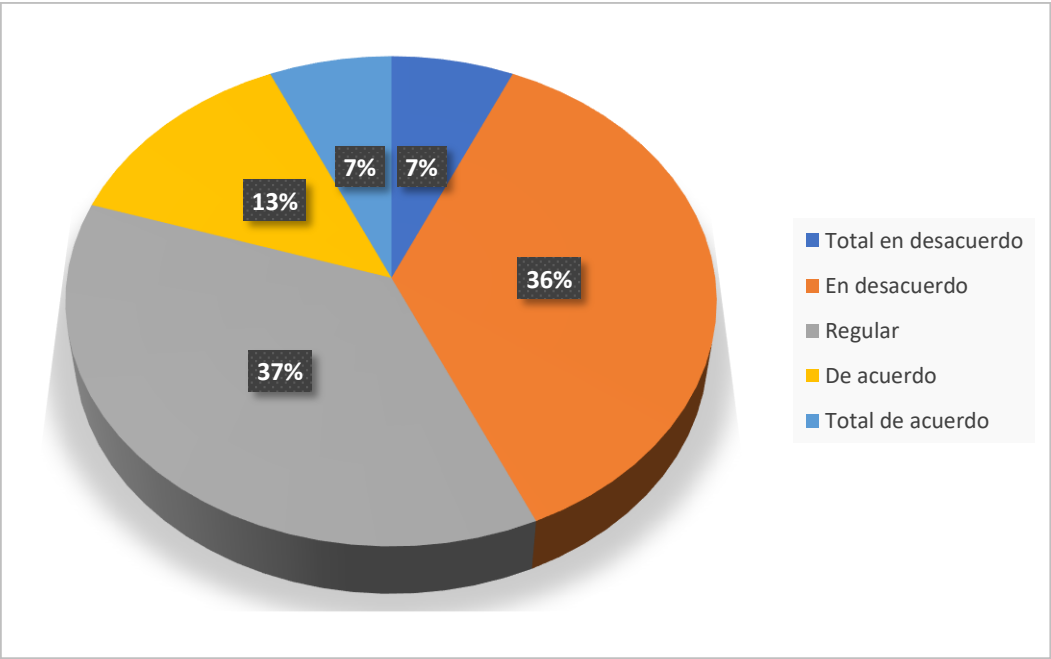


Figura 21: Las instalaciones físicas de la empresa disponen de espacio suficiente para la comodidad de los usuarios

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 37% de personas son indiferentes a las instalaciones físicas de la empresa en la disposición de espacio suficiente para la comodidad de los usuarios, mientras que el 36% de personas se encuentran en desacuerdo, no obstante, el 13% de personas de acuerdo con espacio.

Tabla 17. Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas visualmente

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	4	13.3
En desacuerdo	14	46.7
Regular	9	30.0
De acuerdo	2	6.7
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

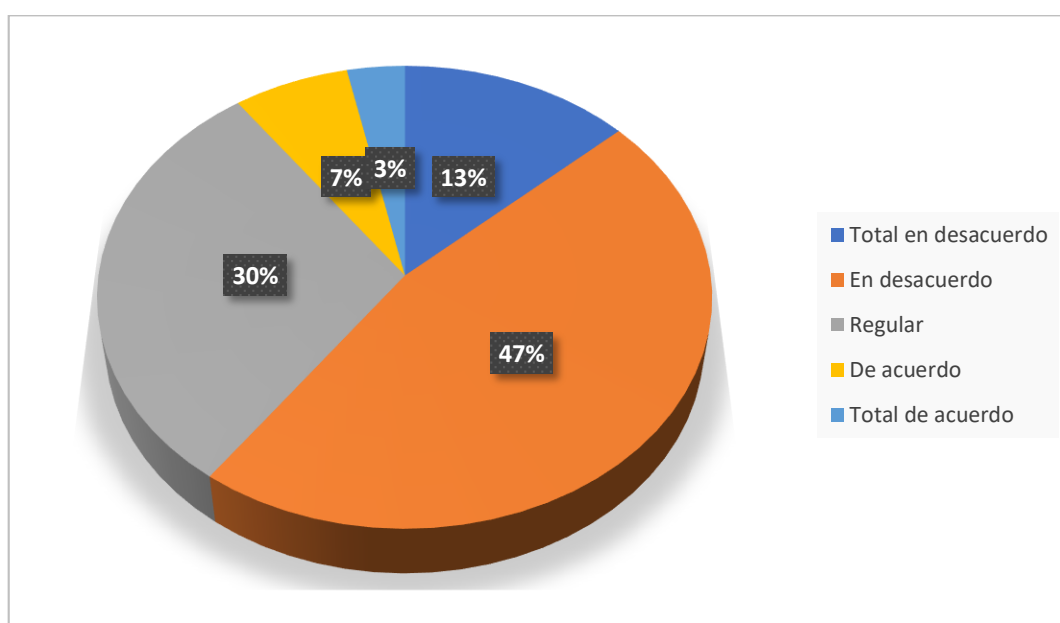


Figura 22: Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas visualmente

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 47% de personas se encuentran en desacuerdo en las instalaciones físicas de la empresa debido que no son atractivas visualmente, mientras que el 30% de personas son indiferentes al tema, no obstante, el 13% de personas se encuentran totalmente en desacuerdo.

Tabla 18. La empresa dispone de áreas limpias, diseñadas de acuerdo a su propósito

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	11	36.7
Regular	10	33.3
De acuerdo	6	20.0
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

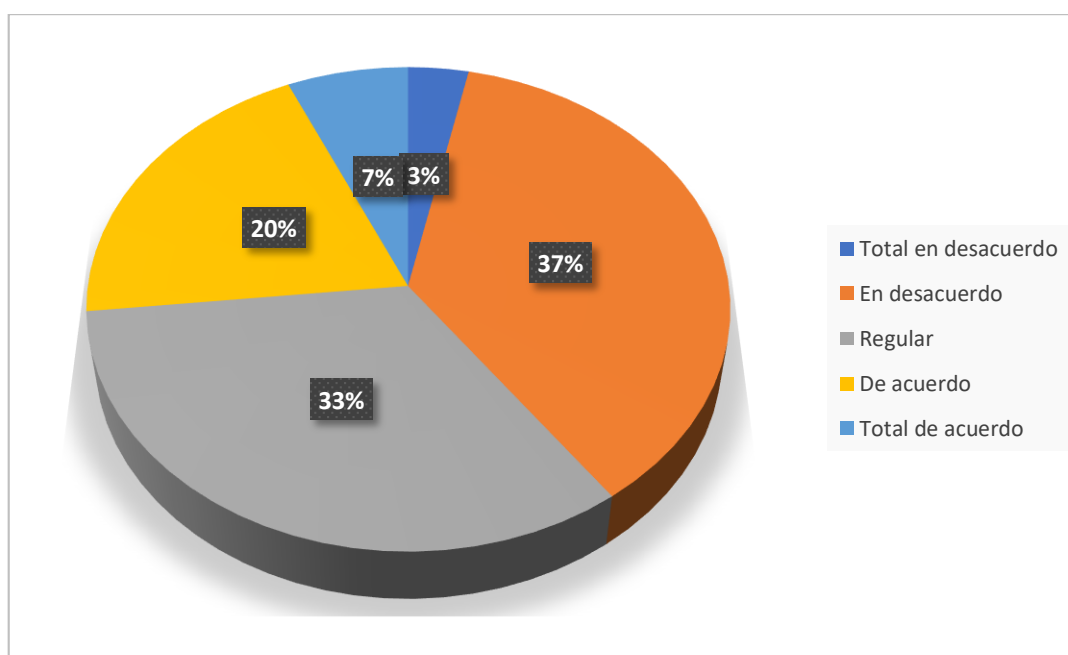


Figura 23: La empresa dispone de áreas limpias, diseñadas de acuerdo a su propósito
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 37% de las personas se encuentran en desacuerdo con la empresa debido que no dispone de áreas limpias, sin el diseño del propósito de la empresa, mientras que el 33% son indiferentes al tema, no obstante, el 20% de personas están de acuerdo con lo establecido.

Tabla 19. La disposición de las áreas facilita a los usuarios moverse y desplazarse fácilmente dentro de la empresa

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
En desacuerdo	11	20.0
Regular	9	56.7
De acuerdo	10	23.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

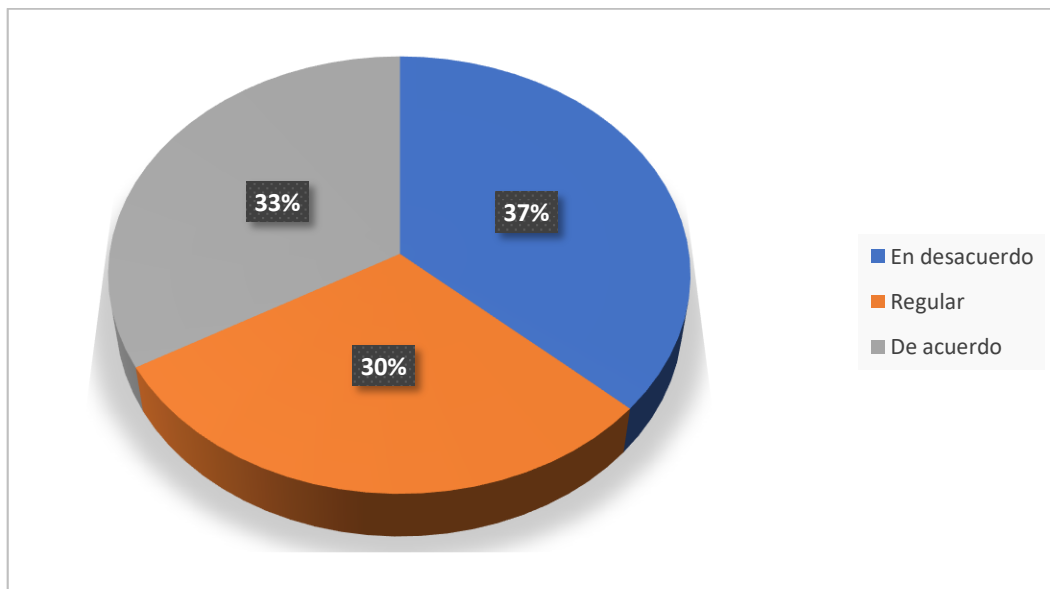


Figura 24: La disposición de las áreas facilita a los usuarios moverse y desplazarse fácilmente dentro de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 37% de personas están en desacuerdo a la disposición de las áreas facilitadas a los usuarios y desplazamiento dentro de la empresa, mientras que el 33% de personas se encuentran de acuerdo con las áreas y desplazamiento, no obstante, el 30% de personas son indiferentes al tema.

Tabla 20. El diseño estructural de la empresa facilita el movimiento/circulación de los usuarios

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	9	30.0
Regular	13	43.3
De acuerdo	6	20.0
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

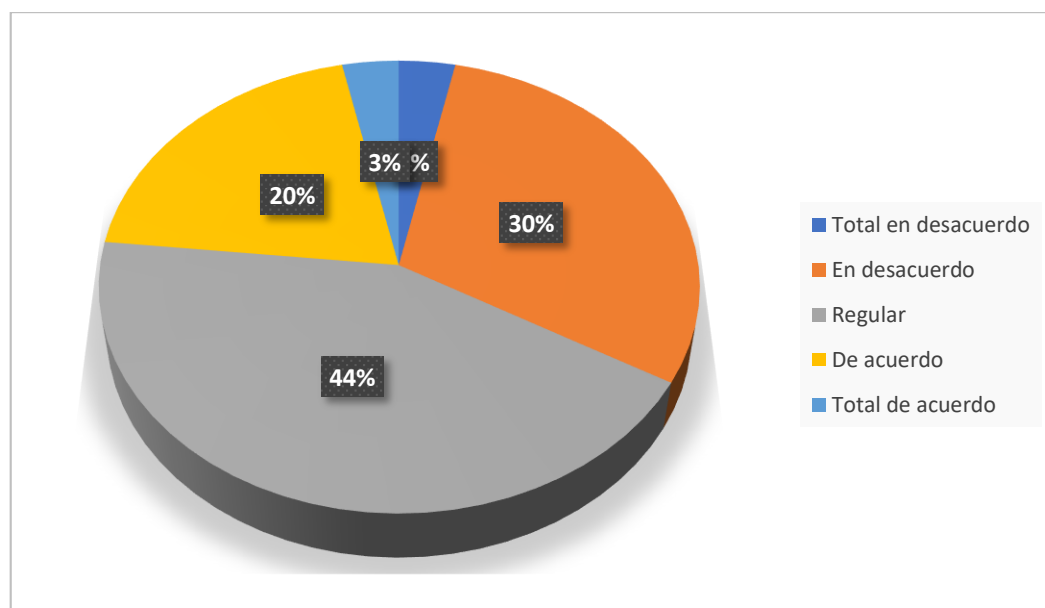


Figura 25: El diseño estructural de la empresa facilita el movimiento/circulación de los usuarios
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 44% de personas se encuentran indiferentes en el diseño estructural de la empresa con el movimiento/circulación de los usuarios, mientras que el 30% de personas se encuentran en desacuerdo con el movimiento/circulación, sin embargo, el 20% de personas se están de acuerdo con el movimiento/circulación.

Tabla 21. Los colaboradores de la empresa se encuentran debidamente identificados

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	8	26.7
Regular	14	46.7
De acuerdo	6	20.0
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

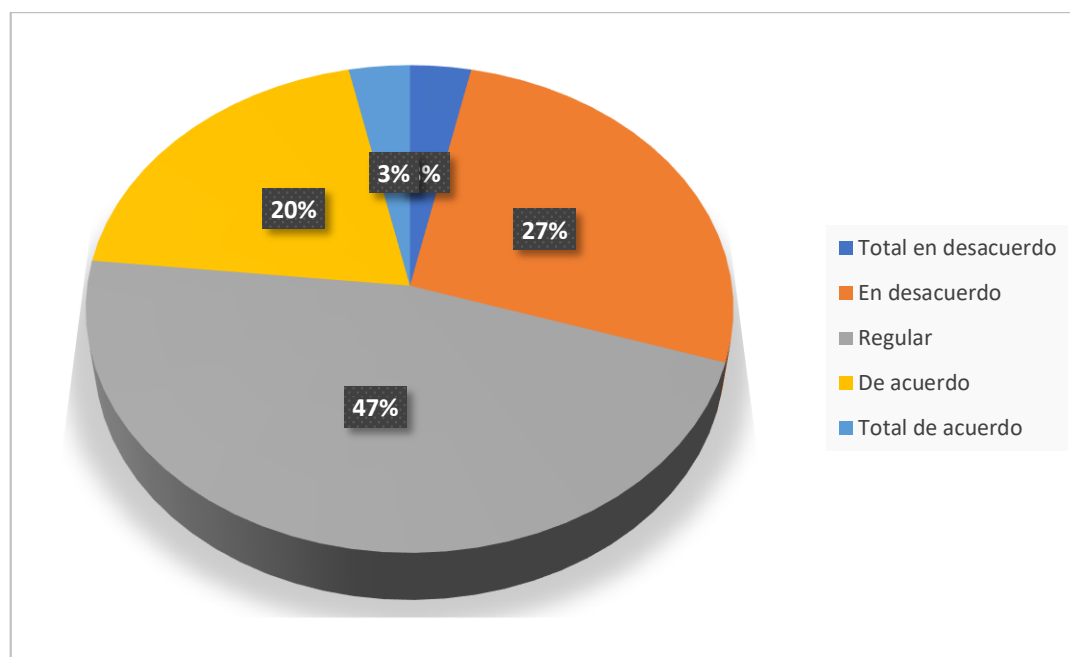


Figura 26: Los colaboradores de la empresa se encuentran debidamente identificados

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 47% de personas son indiferentes si los colaboradores de la empresa se encuentren identificados, mientras que el 27% de personas están en desacuerdo que los colaboradores estén identificados, no obstante, el 20% de personas están de acuerdo que los colaboradores se encuentren identificados con la empresa.

Tabla 22. El material publicitario de la empresa es interesante y llamativo

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	11	36.7
Regular	9	30.0
De acuerdo	7	23.3
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

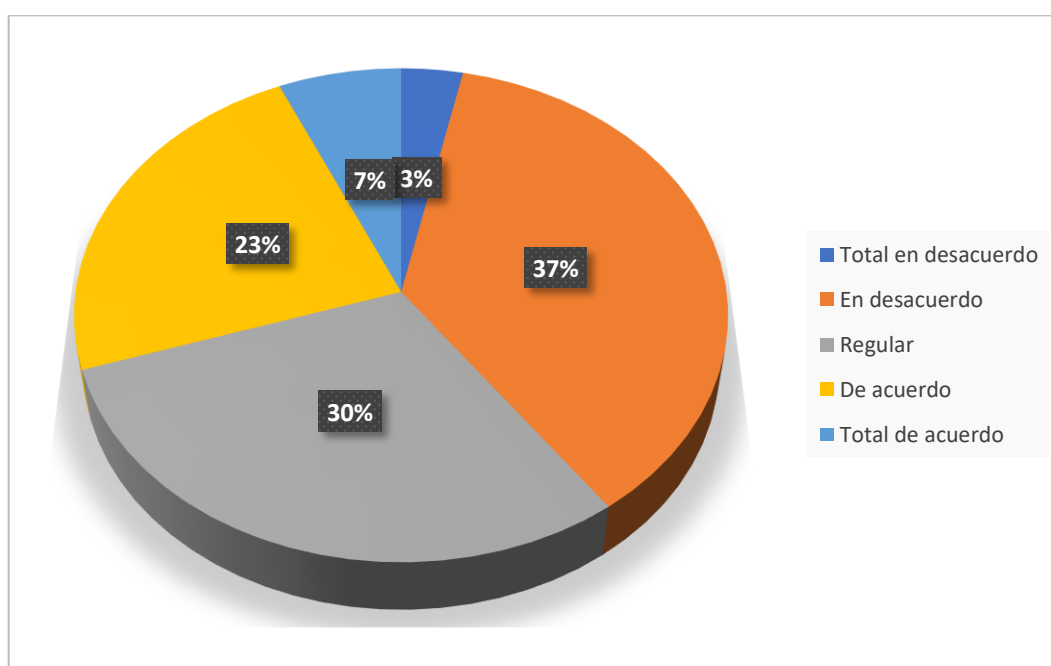


Figura 27: El material publicitario de la empresa es interesante y llamativo

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 37% de personas se encuentran en desacuerdo que el material publicado de la empresa es interesante y llamativo, mientras que el 30% de personas son indiferentes al tema, no obstante, el 23% de personas se encuentran de acuerdo con el material publicitario.

Tabla 23. Los colaboradores de la empresa brindan información correcta

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	10	33.3
Regular	12	40.0
De acuerdo	5	16.7
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

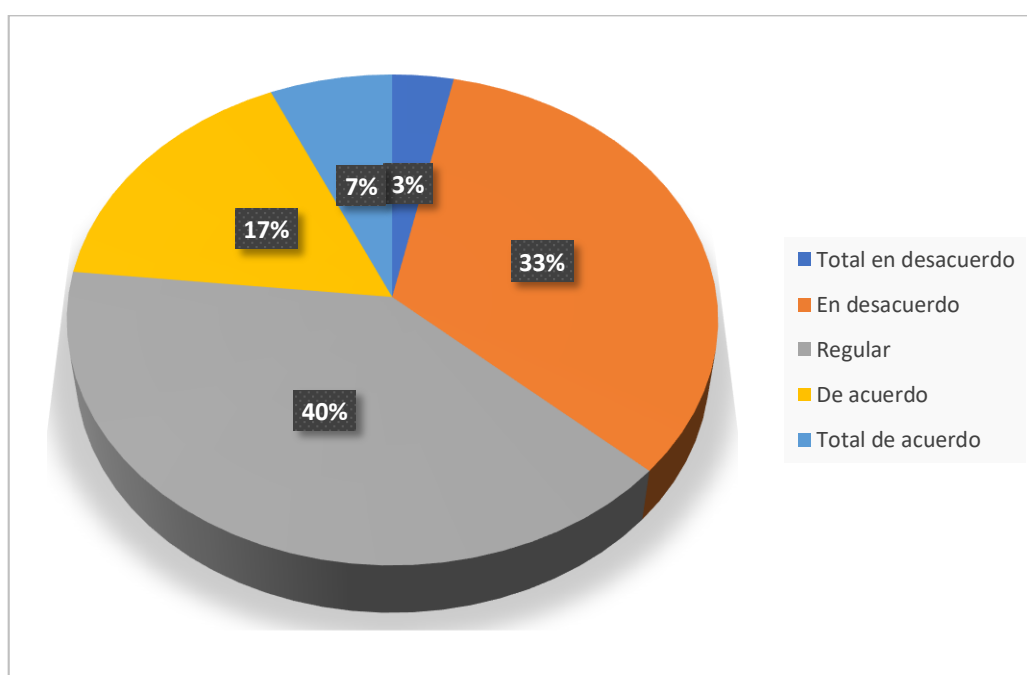


Figura 28: Los colaboradores de la empresa brindan información correcta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 40% de personas están indiferentes si los colaboradores de la empresa brindan información correcta, mientras que el 33% de personas están en desacuerdo con la información brindado, sin embargo, el 17% se encuentra de acuerdo al tema.

Tabla 24. Los colaboradores de la empresa se encuentran capacitados para responder preguntas e inquietudes

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	12	40.0
Regular	11	36.7
De acuerdo	4	13.3
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

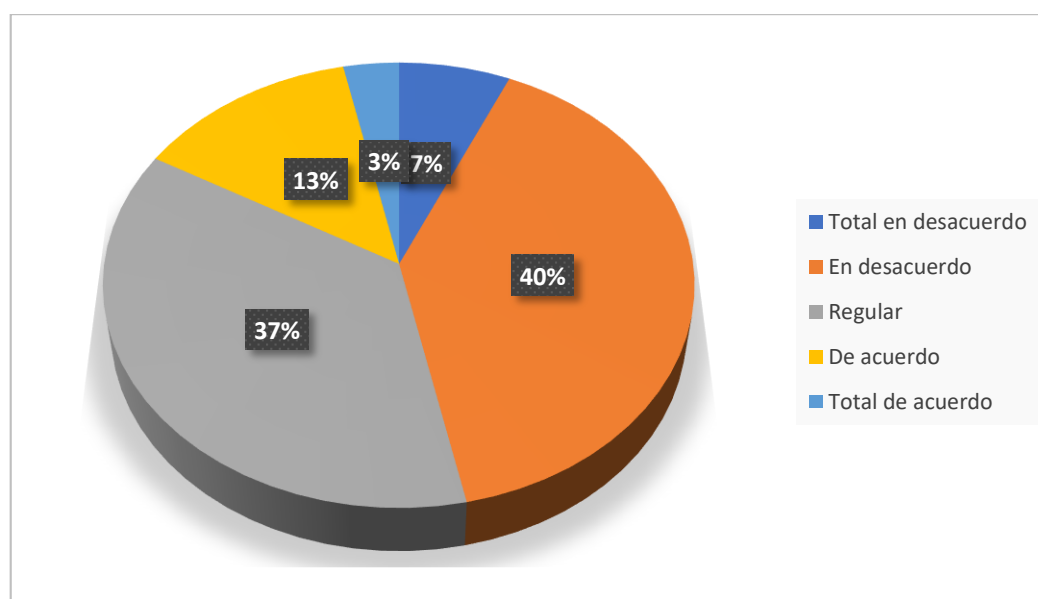


Figura 29: Los colaboradores de la empresa se encuentran capacitados para responder preguntas e inquietudes

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 40% de personas están en desacuerdo con los colaboradores de la empresa debido que no encuentran capacitados para responder preguntas e inquietudes, mientras que el 37% de personas se encuentran indiferentes, no obstante, el 13% de personas se encuentran de acuerdo a las capacitaciones de los colaboradores para responder preguntas e inquietudes.

Tabla 25. Los servicios que brinda la empresa cumplen fielmente las pautas contractuales

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	5	16.7
Regular	13	43.3
De acuerdo	8	26.7
Total de acuerdo	3	10.0
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

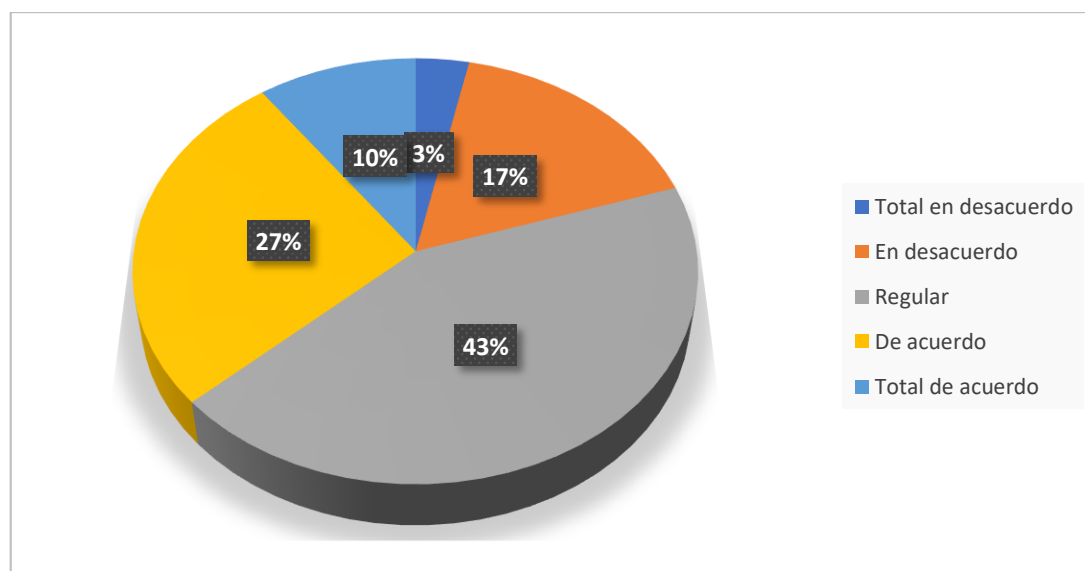


Figura 30: Los servicios que brinda la empresa cumplen fielmente las pautas contractuales
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 43% de personas se encuentran indiferentes al servicio que brinda la empresa en el cumplimiento de las pautas contractuales, mientras que el 27% de personas están de acuerdo al servicio de pautas contractuales, sin embargo, el 17% de personas están en desacuerdo en que la empresa cumpla con las pautas contractuales.

Tabla 26. El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	7	23.3
Regular	15	50.0
De acuerdo	5	16.7
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

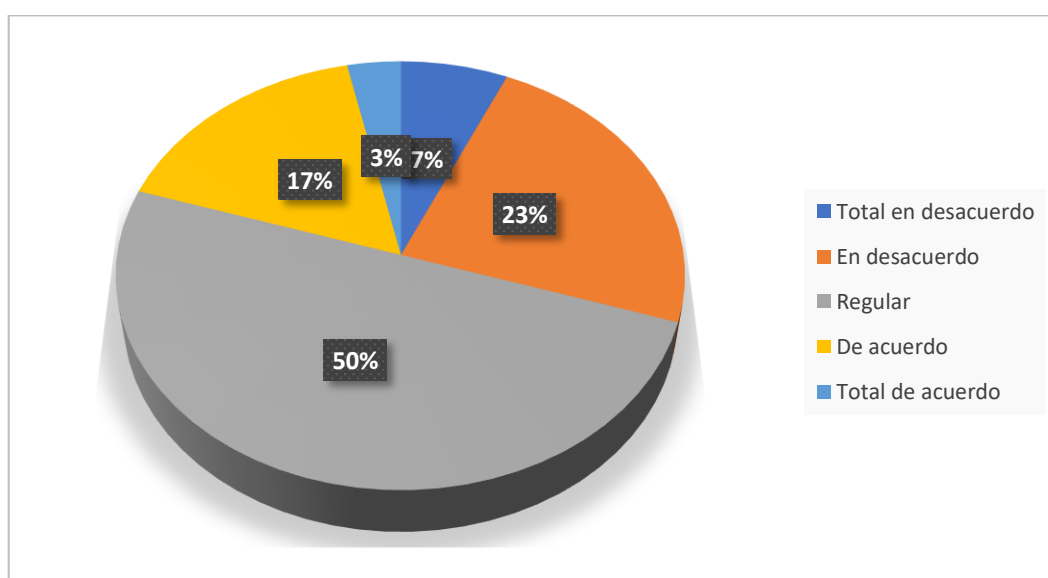


Figura 31: El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente determina que el 50% se encuentran indiferentes en el tiempo de espera para recibir atención sea el adecuado, mientras que el 23% de personas están en desacuerdo, sin embargo, el 17% de personas se encuentran de acuerdo al tiempo de espera para recibir una atención.

Tabla 27. Los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido a los usuarios

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	1	3.3
En desacuerdo	10	33.3
Regular	13	43.3
De acuerdo	5	16.7
Total de acuerdo	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

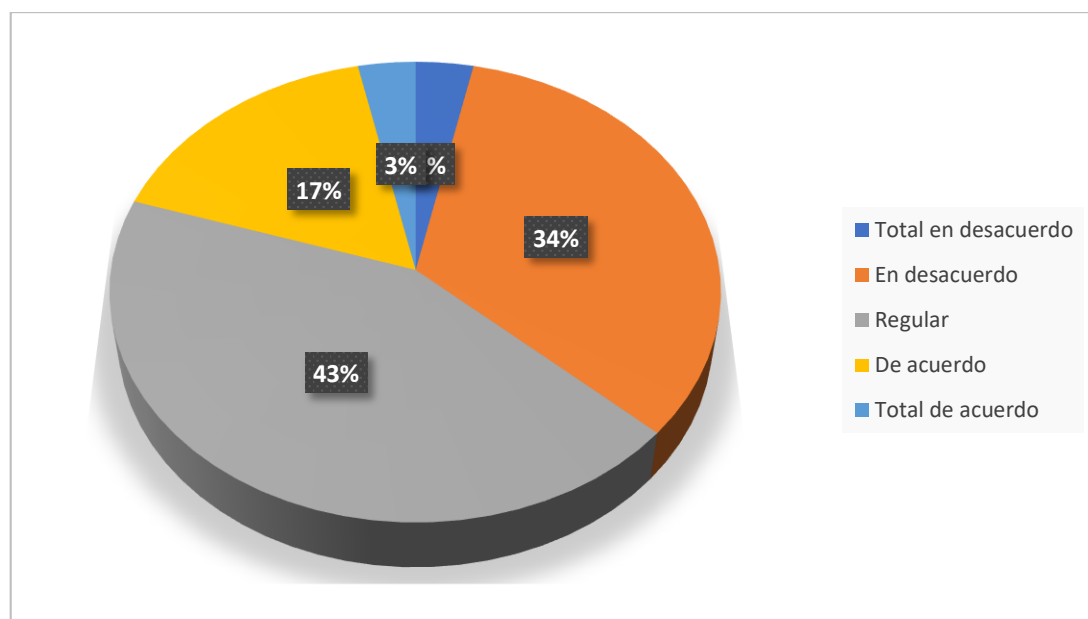


Figura 32: Los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido a los usuarios

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 43% de personas es indiferente en saber si los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido a los usuarios, mientras que el 34% de personas están en desacuerdo, sin embargo, el 17% de personas se encuentran de acuerdo al servicio rápido de los colaboradores hacia los usuarios.

Tabla 28. 13.El personal de atención concluye el servicio en un tiempo adecuado

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	9	30.0
Regular	12	40.0
De acuerdo	5	16.7
Total de acuerdo	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia

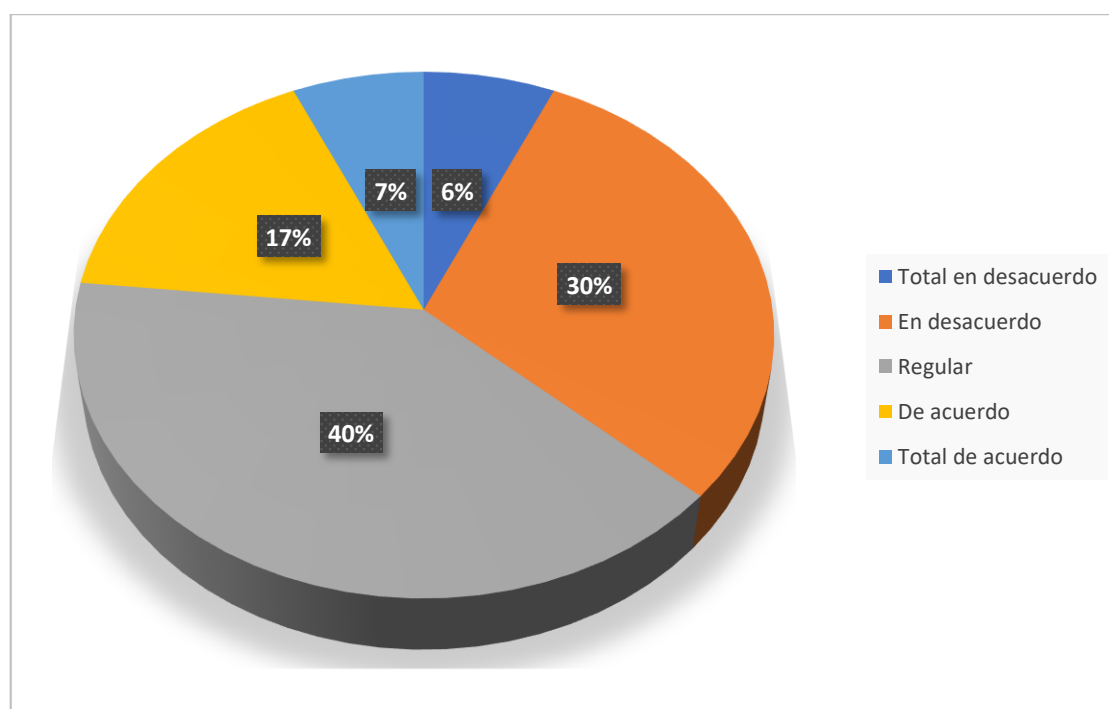


Figura 33: El personal de atención concluye el servicio en un tiempo adecuado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 40% de personas se encuentran indiferentes en que el personal de atención concluye con el servicio en un tiempo adecuado, mientras que el 30% de personas están en desacuerdo, sin embargo, el 17% de personas están de acuerdo al servicio del tiempo de atención.

Tabla 29. El personal de atención se encuentra en sus puestos de trabajo, permitiendo una rápida atención

Válidos	Frecuencias	Porcentajes
Total en desacuerdo	2	6.7
En desacuerdo	10	33.3
Regular	10	33.3
De acuerdo	8	26.7
Total	30	100.0
Total en desacuerdo	2	6.7

Fuente: Elaboración propia

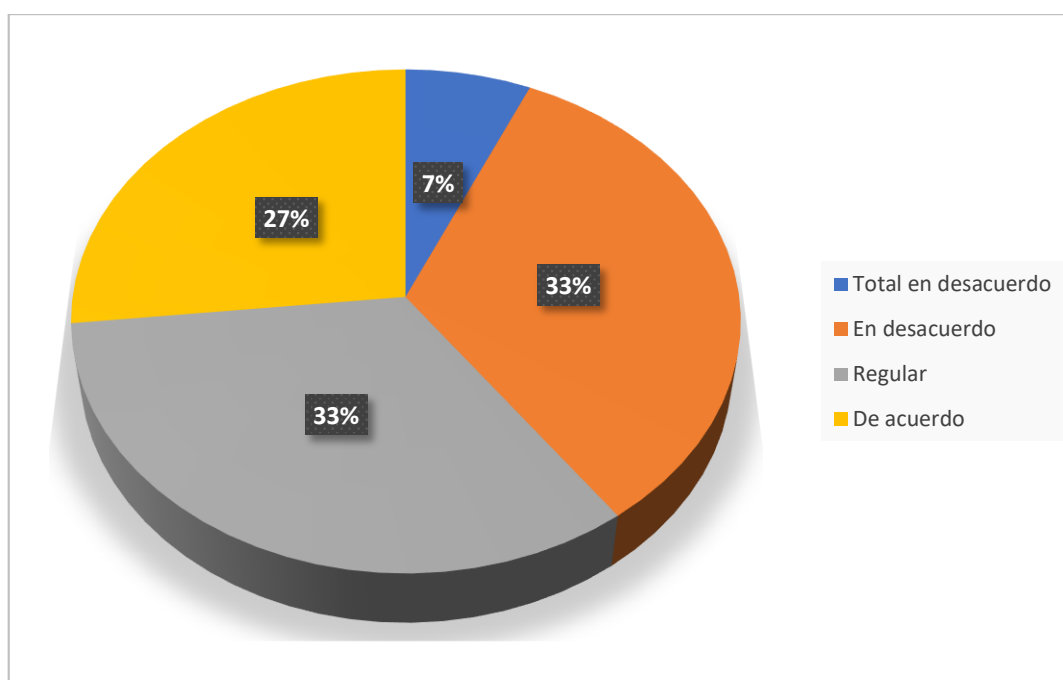


Figura 34: El personal de atención se encuentra en sus puestos de trabajo, permitiendo una rápida atención

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la figura referente se determina que el 33% de personas concuerdas en el mismo porcentaje que se encuentran en desacuerdo e indiferentes que el personal de atención se encuentra en sus puestos de trabajo, permitiendo una rápida atención, sin embargo, un 27% de personas se encuentran de acuerdo con el tema.

Objetivo Especifico 3: Relación entre planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Prueba de hipótesis

H₀: No existe relación entre las variables planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

H₁: Existe relación entre las variables planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$ (5%)

Análisis estadístico:

Tabla 30: *Relación entre las variables planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.*

			Variable Planeamiento estratégico	Variable Calidad de servicio
Rho de Spearman	Variable Planeamiento estratégico	Coeficiente de correlación	1,000	,713**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Variable Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,713**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: Realizando análisis a la tabla 38, se puede destacar que la variable planeamiento estratégico se relaciona con la variable calidad de servicio, pues se obtuvo un puntaje de significancia de 0,000 la cual es menor al nivel de significancia general de 0,05, asimismo, se enfatiza un puntaje de Rho de Spearman de 0,713, lo que indica que existe una relación significativamente fuerte y positiva entre las variables de estudio. En base a los resultados obtenidos se puede afirmar que a una mejor percepción de la calidad de servicio

por parte de los clientes mejor será el planeamiento estratégico de la empresa Consorcios Mori S.R.L.

4.1. Discusión de resultados

Conforme a los resultados obtenidos después de encuestar a 30 colaboradores donde se evaluó el planeamiento estratégico y calidad de servicio; se encontró lo siguiente:

Mediante las tablas estudiadas referente a los procesos establecidos por la organización un 50% de personas están indiferentes o regularmente de acuerdo, mientras que un 30% de personas en desacuerdo, no obstante, un 17% de personas señalan su conformidad con los procesos establecidos en la organización; asimismo, un 50% de personas se encuentra indiferente a la visión y misión establecida por la organización, sin embargo, el 23% de personas están en desacuerdo y casi coincidiendo el 20% de personas se encuentran de acuerdo según lo establecido por la organización. Por otro lado, un 36% de personas que son indiferentes a las estrategias que utilizan la empresa para el posicionamiento en los clientes sean eficaces, mientras que un 27% de personas están de acuerdo al posicionamiento, sin embargo, un 23% de personas se encuentran en desacuerdo al posicionamiento con los clientes; de igual forma, el 40% de personas están de acuerdo con la tecnología actualizada, sin embargo, el 34% de personas se encuentran indiferentes al tema, por otro lado, el 13% de personas en desacuerdo a la tecnología actualizada, por último, el 53% de personas son indiferentes en saber si la empresa conoce a sus clientes y consumidores, por lo contrario, existe un 20% de personas que coinciden que están en desacuerdo y de acuerdo en que si conoce la empresa a sus clientes y consumidores.

El investigador se encuentra de acuerdo con la investigación presentada por Miranda (2016) el cual estudio denominado como planeación estratégica y el mejoramiento en los servicios de una empresa de transportes, en la cual determinó que por medio de la planificación estratégica que involucra la formulación de misión, visión y valores e indicadores, se permitirá maximizar los recursos y producción en general, cumpliendo así con los objetivos a corto y largo plazo establecidos. Asimismo, se encuentra de acuerdo con la investigación de Godoy (2018) donde se demostró que en la organización

estudiada hace falta un plan de trabajo que mejore la calidad de servicio, el cual debe contemplar al cliente interno y externo, con perfiles de acuerdo al área de trabajo, manual de funciones y operaciones, selección, capacitación y desarrollo progresivo.

Tomando en cuenta la variable de calidad de servicio, se encontró mediante las tablas estadísticas que, el 37% de personas están en desacuerdo a la disposición de las áreas facilitadas a los usuarios y desplazamiento dentro de la empresa, mientras que el 33% de personas se encuentran de acuerdo, asimismo, de igual forma el 40% de personas están en desacuerdo con los colaboradores de la empresa debido que no encuentran capacitados para responder preguntas e inquietudes, mientras que el 37% de personas se encuentran indiferentes, no obstante, el 13% de personas se encuentran de acuerdo; seguidamente el 40% de personas están indiferentes si los colaboradores de la empresa brindan información correcta, mientras que el 33% de personas están en desacuerdo con la información brindado, sin embargo, el 17% se encuentra de acuerdo

; por otro lado, el 43% de personas es indiferente en saber si los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido a los usuarios, mientras que el 34% de personas están en desacuerdo, sin embargo, el 17% de personas se encuentran de acuerdo al servicio rápido de los colaboradores hacia los usuarios.

Estando de acuerdo con la investigación realizada por Loyola (2017) el cual por medio de su estudio planeación estratégica y su influencia con la calidad de servicio en una institución educativa privada encontró que, por medio de la planeación estratégica se logrará mejorar la satisfacción de los usuarios, el cual debe enfocarse en mejorar los procesos de calidad con acciones que se implementen desde el área de gerencia, dado que la calidad del servicio se fundamenta en el desarrollo progresivo de los planes integrales, más no en una simple ejecución acción aislada o puntal.

V. CONCLUSIONES

1. Se determina que la planificación estratégica en la empresa Consorcios Mori S.R.L. cuenta con deficiencias referente a los procesos establecidos, de igual manera no existe una visión, misión, objetivos estratégicos debidamente estructurados para poder implementar acciones y estrategias para lograr el desarrollo y progreso en general.
2. Se determinó que la calidad de servicio brindado al cliente en la empresa Consorcios Mori S.R.L. se encuentra en un nivel medio, debido a que se encontró deficiencias con respecto a las capacidades que tienen los colaboradores en el servicio que brindan, asimismo, no se dispone de áreas adecuadas para el desplazamiento y por último, la información que brindan cuentan con ciertos errores respecto a los stocks de productos.
3. Se concluye que, el planeamiento estratégico se relaciona con la variable calidad de servicio, pues se obtuvo un puntaje de significancia de 0,00 la cual es menor al nivel de significancia general de 0,05, asimismo, se enfatiza un puntaje de Rho de Spearman de 0,713, lo que indica que existe una relación significativamente fuerte y positiva entre las variables de estudio. En base a los resultados obtenidos se puede afirmar que mejorando el planeamiento estratégico de la empresa Consorcios Mori S.R.L. se obtendrá una mejor percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes.

Recomendaciones

1. Se recomienda al gerente de la empresa estructurar un plan estratégico formal (escrito) y no empírico, en el cual establezca los objetivos a lograr a corto y largo plazo, lo cual debe empezar desde la implementación de una misión y visión la cual involucre a todos los colaboradores de la organización; el plan estratégico debe adaptarse a los cambios que surjan en la empresa adoptando nuevas estrategias u objetivo de ser necesario.
2. Al jefe de Recursos humanos y administrador se recomienda realizar capacitaciones continuas, asimismo, se debe crear un manual de calidad de servicio, el cual debe involucrar las dimensiones de tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad; así se podrá lograr la satisfacción plena de todos los clientes.
3. Se recomienda a todos los encargados de cada área organizacional acatar al pie de la letra las decisiones respecto al plan estratégico que se proponga lo cual permitirá mejorar la calidad de servicio, lo cual tendrá como resultado la fidelización de los clientes y así aumentar la rentabilidad y utilidades finales.

REFERENCIAS

- Altair. (2013). *LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO* (Vol. 3). Valencia, España: Altair.
- Arévalo, M., Cambal, J., & Araque, V. (2020). *Gestión de la calidad en empresa de servicios: Evaluación de la empresa inmobiliaria CREA en la provincia de Pastaza*. REVISTA INVESTIGACION OPERACIONAL, Ecuador. Obtenido de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=71c32f18-6eda-4be5-8bda-88c312faee15%40sessionmgr101>
- Bernal, A. (2016). *Metodología de la investigación*. . México: Prentice Hall.
- Carmona, G., & Beltrán, J. (2020). *Influencia de los factores sociales y estructurales en el uso de anticonceptivos en adolescentes en Perú*. Lima: Scielo. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342019000400549&lng=es&nrm=iso
- Cubillos, K., & Roa, B. (2018). *Diseño de plan estratégico para el mejoramiento y posicionamiento de la empresa JLJ CREANDO en Bogotá, Colombia*. Bogotá: Universidad De La Salle. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2539&context=administracion_de_empresas
- D'Alessio, Fernando. (2015). *El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia*. Ciudad de Mexico: Pearson.
- Dávila, W. (2018). *“Planificación estratégica y su relación con el desempeño organizacional de las Oficinas de Operaciones de Salud de la Dirección Regional de Salud - San Martín – 2018*. Tarapoto: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28761/Chilon_RBP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- De la Cruz, M. (2020). *El marketing educativo y la calidad de servicio de la empresa TESIDE S.A.C*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de

<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=d4b6a88c-6070-4674-8a10-3d3516e9d8f5%40pdc-v-sessmgr03&bdata=Jmxhbmc9ZXMMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=edsgao&AN=edsgcl.648189597>

Ganga, F., & Alarcón, N. (2019). *Service quality measurement: the case of the Guarantee Court from the city of Puerto Montt - Chile*. Chile: Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, vol. 27. Obtenido de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=2ef7b535-4b9f-4813-bd3e-f432fe01c493%40pdc-v-sessmgr02>

Garza, E. (2008). *Mejoramiento de la calidad de servicios mediante el modelo de las discrepancias entre las expectativas de los clientes y las percepciones de la empresa*. México: Daena: International Journal of Good Conscience. Obtenido de <http://www.spentamexico.org/v3-n1/3%281%29%201-64.pdf>

Godoy, L. (2018). *El modelo Servqual para el fortalecimiento de la cultura de servicio de la empresa de Huertos Hidropónicos para agricultura Urbana: Paqua*. Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia. Obtenido de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/818/1/DNA-spa-2018-El_modelo_servqual_para_el_fortalecimiento_de_la_cultura_de_servicio-Trabajo_de_grado.pdf

Henao, L. (2020). *Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia*. Colombia: Instituto Tecnológico Metropolitano. Obtenido de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=f370980a-92ed-43f0-ba5d-b55f03428709%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbmc9ZXMMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=fua&AN=144366864>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Mc Grawll. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Loyola, C. (2017). *La planificación estratégica y su relación con la calidad del servicio educativo de la institución educativa privada Howard Gardner - Bellavista, Callao*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/7446/Loyola_sc%20-%20Resumen.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Matsumoto, R. (6 de Setiembre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Cochabamba, Bolivia: Universidad Católica Bolivian "San Pablo". Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005#:~:text=El%20Modelo%20Servqual%2C%20mide%20la,%2C%20empat%C3%ADa%2C%20y%20elementos%20tangibles
- Mestanza, T. (2016). *Satisfacción del cliente y su relación con la calidad de servicio de la CMAC PIURA S.A. en Jaén*. Jaén: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20538/Mestanza_VTJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda, R. (2016). *Planeación estratégica y el mejoramiento en el servicio al cliente de la CITAM*. Babahoyo - Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7478/1/TUBADM046-2016.pdf>
- Pierre, D. (2018). *Propuesta de un plan estrategico para incrementar la rentabilidad de la empresa cafetalera OVM S.A.C., Jaén*. Chiclayo: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30094/Delion_MMP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sainz, J. (2015). *el plan estrategico en la practica*. Madrid: ESIC.

San Miguel, E. (2011). *Gestión de la calidad y marketing en los centros residenciales para personas mayores*. San Sebastián, España: Universidad del país de Vasco.

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*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8758/1/2019_Sanchez-Cueva.pdf

Simerson, K. (2011). *Strategic Planning*. California: Praeger.

Stanley, A. (2012). *Strategic Planning a practical guide for competitive success*. Bingley: Emerald.

Vigo, J. (2020). *Relacion entre la calidad de servicio y la satisfaccion del cliente en una empresa de Pacasmayo*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=43a3e7fa-2bc7-4e8f-a52c-2b4b1dcb6663%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=edsgii&AN=edsgcl.635560504>

Zea, J. (2017). *Planeamiento estratégico y proyectos de inversión pública en el Proyecto Especial Jaén, San Ignacio y Bagua.2015*. Jaén: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23553/Zea_CJC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1. Declaratoria de autenticidad (autor)

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Edin COTRINO CORRAJEA adscrito a la escuela profesional de **ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**, de la Universidad Particular de Chiclayo, identificado con DNI N° 48508018. Con la tesis Planificación estratégica x calidad de servicio en la empresa Consorcios Hori S.R.L.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Chiclayo, 20 enero 2022


.....
Dr. Edin COTRINO CORRAJEA
DNI: 48508018



ACTA DE CONTROL DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **Carlos José Carmona Brenis**, docente de la Facultad de Comunicación Empresa y Negocios he realizado el debido control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de pregrado, según la Directiva de similitud vigente en la UDCH; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe presentado por el bachiller: **COTRINA CARRANZA EDIN** Titulado: **Planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.**

Elaborado por el estudiante, **COTRINA CARRANZA EDIN**. Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **18%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud **TURNITIN**. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Pimentel, 21 de febrero del 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Carmona Brenis", is written over a horizontal line.

Mg. Carlos José Carmona Brenis
Docente Tiempo Parcial – FACEN
Universidad Particular de Chiclayo

Anexo 3. Consentimiento informado



DIESEL - GAS 84 - GAS 90 •
SERVICO DE LAVADO •
Y ENGRASE •
SERVICO DE RESTAURANT •
VIGILANCIA PERMANENTE •
OLEOCENTRO •

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Lambayeque, 17 de diciembre del 2021

Señores

DIRECTOR(A) DE LA UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

**A SUNTO: Aceptación de la
Investigación**

Estimado Dr(a), es grato dirigirme a Ud. Con la finalidad indicar la aceptación de la realización para investigación titulada “Planificación Estratégica Y Calidad De Servicio En La Empresa Consorcios Mori S.R.L. desarrollado por el Sr. Edin Cotrina Carranza, identificado con DNI 48508018, perteneciente a la carrera de ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.

Así mismo, agradecer a la universidad por brindarnos la oportunidad de poder ayudar e impartir los conocimientos de sus estudiantes para el desarrollo de la investigación.

Atentamente,

CONSORCIO MORI S.R.L.

Edin Cotrina Carranza
Edin Cotrina Carranza
Estudiante de Mori S.R.L.

PANAMERICANA NORTE KM. 776.5 - LAMBAYEQUE - RPM: *397027 - CEL: 978964751
consorcios.mori@hotmail.com

Anexo 4. Matriz de consistencia

Título: Planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
¿Existe una relación entre la planificación estratégica y la calidad de servicio en la Consorcios Mori S.R.L., 2021? Problemas específicos: 1. ¿Cuál es el nivel de planificación estratégica en la empresa Consorcios Mori S.R.L.? 2. ¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.? 3. ¿Existe relación significativa entre la planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.?	Objetivo general: Determinar la relación entre planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L., 2021. Objetivos específicos: 1. Analizar el nivel de planificación estratégica en la empresa Consorcios Mori S.R.L. 2. Evaluar en nivel de la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L. 3. Identificar la relación entre planificación estratégica y la calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.	H₀: No existe relación entre las variables planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L. H₁: Existe relación entre las variables planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.	Planeamiento estratégico Calidad de servicio	Visión Misión Código de ética Estructura organizacional Recursos Objetivos Metas Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Empatía Seguridad	Enfoque: cuantitativo Alcance: descriptiva Según el fin que persigue: básica Diseño de investigación: no experimental, correlacional. Población: 30 clientes. Muestra: 30 clientes.

Anexo 5. Cuestionarios

Cuestionario para medir la planificación estratégica



Fecha: ____/____/____

Duración estimada: 10 minutos

Instrucciones:

Estimado cliente por favor lea detenidamente las siguientes afirmaciones y marque con una equis (X) la respuesta correcta según su criterio. La información obtenida se mantendrá en absoluta reserva.

Totalmente de acuerdo TA

De acuerdo A

Indiferente I

En desacuerdo D

Totalmente en desacuerdo TD

<u>Cuestionario para medir la planificación estratégica</u>					
ITEM	TA	A	I	D	TD
1. Se encuentra de acuerdo con los procesos establecidos dentro de la organización para adquirir los productos o servicios					
2. Se encuentra de acuerdo con la visión y misión establecidos por la organización.					
3. La empresa dispone de un decálogo y políticas que normen las actividades de los colaboradores.					
4. Considera que la empresa cuenta con una planificación para lograr sus objetivos					
5. Las estrategias que utiliza la empresa para el posicionamiento en los clientes son eficaces					
6. Se encuentra de acuerdo con los principales productos y servicios ofrecidos.					
7. La empresa se encuentra tecnológicamente actualizada					
8. Cree usted que la empresa conoce a sus clientes y consumidores.					
9. Los productos o servicios se encuentran dentro de los estándares de calidad que usted requiere					
10. El trabajo de los colaboradores es supervisado por el jefe inmediato					

11. Se cuenta con área de pos venta					
12. Los sistemas de seguridad son adecuados.					
13. La información de productos o servicios se actualiza constantemente					
14. Se revisan los procesos organizacionales frecuentemente					

Cuestionario para medir calidad de servicio



Fecha: ____/____/____

Duración estimada: 10 minutos

Instrucciones:

Estimado cliente por favor lea detenidamente las siguientes afirmaciones y marque con una equis (X) la respuesta correcta según su criterio. La información obtenida se mantendrá en absoluta reserva.

Totalmente de acuerdo TA

De acuerdo A

Indiferente I

En desacuerdo D

Totalmente en desacuerdo TD

<u>Cuestionario para medir calidad de servicio</u>					
ITEM	TA	A	I	D	TD
1. Las instalaciones físicas de la empresa disponen de espacio suficiente para la comodidad de los usuarios					
2. Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas visualmente.					
3. La empresa dispone de áreas limpias, diseñadas de acuerdo a su propósito.					
4. La disposición de las áreas facilita a los usuarios moverse y desplazarse fácilmente dentro de la empresa					
5. El diseño estructural de la empresa facilita el movimiento/circulación de los usuarios					
6. Los colaboradores de la empresa se encuentran debidamente identificados.					
7. El material publicitario de la empresa es interesante y llamativo					
8. Los colaboradores de la empresa brindan información correcta.					
9. Los colaboradores de la empresa se encuentran capacitados para responder preguntas e inquietudes					
10. Los servicios que brinda la empresa cumplen fielmente las pautas contractuales					
11. El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado					

12. Los colaboradores de la empresa ofrecen un servicio rápido a los usuarios.					
13. El personal de atención concluye el servicio en un tiempo adecuado					
14. El personal de atención se encuentra en sus puestos de trabajo, permitiendo una rápida atención					
15. Los colaboradores de la empresa disponen de conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios					
16. Los colaboradores de la empresa inspiran/transmiten confianza a los usuarios					
17. Se siente seguro de realizar transacciones financieras en la empresa					
18. Los colaboradores de la empresa demuestran un interés personal en querer resolver los problemas de los usuarios.					
19. Los colaboradores de la empresa inspiran confianza a los usuarios					
20. Los colaboradores de la empresa tratan cortésmente a los usuarios					
21. Los colaboradores de la empresa muestran preocupación por los intereses de los usuarios.					
22. Los colaboradores de la empresa se encuentran atentos ante los requerimientos de los usuarios					

Anexo 6. Validación de Expertos



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres Cacho Sajani Juan Carlos
.....DNI N° 42846873
- 1.2. Institución donde labora: Fersa Ingenieros SAC
.....
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación:
Cuestionario de Planeación Estratégica y cuestionario de
- 1.4. Autor del instrumento:
Calidad de Servicio
Bach. Edin Cotrina Corroza
- 1.5. Título de la investigación:
- Planificación Estratégica y Calidad de Servicio
en la Empresa Consorcios Mori S.R.L.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.



ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			91
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			93
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			92
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			91
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			93
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			92
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			98
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			99
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			98

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Tiene los puntos claros a tratar y están bien formulados los ítems a tratar.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 94.1

 
Lic. Adm. Juan Carlos Cacho Sotomayor
CLAD, N° 27173



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:



- 1.1. Apellidos y Nombres Alex Percy Chávez Tovar
..... DNI N° 16729456.....
- 1.2. Institución donde labora: Municipalidad Distrital de Pícsi -
Sub Gerencia de Administración tributaria......
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación:
Cuestionario de planeación estratégica y cuestionario de
Calidad de Servicio
- 1.4. Autor del instrumento:
Bach. Edin Cotina Carranta
- 1.5. Título de la investigación:
Planificación estratégica y calidad de Servicio en la
empresa Consorcios Hori S.R.L.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 - 40: DEFICIENTE; 41 - 90: REGULAR y 91 - 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			91
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			95
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			91
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			91
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			92
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			91
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			100
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			100
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			99

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Tiene los puntos claros
a tratar y están bien formulados los
items a tratar.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 94.4

 Municipalidad Pícsi

Alex Percy Chávez Tovar
 SUB GERENTE DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y
NEGOCIOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y TRIBUTACIÓN**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACIÓN**

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres: REQUEJO CUEVA ANDERSON
DNI N° 41789152

1.2. Institución donde labora: Contador Independiente

1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación:
Cuestionario del Planificación Estratégica y cuestionario del Calidad de Servicio, tiene como motivo la validación de cuestionarios.

1.4. Autor del instrumento:
Bach. Edin Cotrina Carranza

1.5. Título de la investigación:
Planificación estratégica y calidad de servicio en la empresa Consorcios Mori S.R.L.

C.P.C. Anderson Requejo Cueva
MAT. 04 - 2352

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIE NTE (01-40)	REGUL AR (41 - 90)	EXCELEN TE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			96
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			98
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			96
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			98
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			95
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			99
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			100
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			100
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			99

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** En mi opinión confirmo que los ítems están bien redactados y esta englobando a todas las teorías a tratar, por otro lado, están bien claras los puntos que empleara.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 97.88


 C.P.C. Anderson Requejo Cueva
 MAT. 04 - 2352