



Universidad  
**Inca Garcilaso de la Vega**

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS

Percepción de Valor en el sector Construcción de la ciudad  
de Lima – 2024

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

**AUTOR**

Honorio Toledo, Vanessa ORCID 0009-0008-9728-4236

**ASESOR**

Mg. Burmester Andreu, Hans Federico Isaac ORCID 0000-0002-4980-1154

Lima - 2023

# HONORIO\_TOLEDO TURNITIN

## INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repository.lasalle.edu.co">repository.lasalle.edu.co</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://repositorio.unc.edu.pe">repositorio.unc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%

## Resumen

Este estudio se propuso analizar la percepción de valor en el sector de la construcción de la ciudad de Lima en el año 2024, con un enfoque en comprender su impacto en las decisiones de compra de los consumidores. El problema de investigación se centró en explorar cómo la percepción de valor influye en el comportamiento del consumidor y cuáles son las implicancias de esta percepción en las decisiones de adquisición. La metodología empleada fue multifacética. Se llevó a cabo una encuesta exhaustiva que involucró a 62 individuos cuyo instrumento arrojó un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.911. Este enfoque proporcionó una visión detallada de las percepciones de los ciudadanos en relación con el sector de construcción. Además, se implementaron análisis PESTEL y FODA para examinar factores externos y las condiciones internas del sector. Los resultados revelaron que la percepción de valor va más allá de la calidad estructural, abarcando elementos como la experiencia del cliente y la sostenibilidad. La inestabilidad política y económica emergieron como desafíos externos, mientras que la adaptación estratégica y la integración de prácticas sostenibles se destacaron como recomendaciones clave. Este estudio proporciona una valiosa comprensión del paisaje de la construcción en Lima, orientando tanto a las empresas del sector como a los consumidores hacia decisiones informadas y sostenibles.

Palabras clave: Percepción de valor, sector construcción, análisis Pestel, calidad, diseño

## Abstract

This study set out to analyze the perception of value in the construction sector in the city of Lima in the year 2024, with a focus on understanding its impact on consumers' purchasing decisions. The research problem focused on exploring how the perception of value influences consumer behavior and what are the implications of this perception on purchasing decisions. The methodology employed was multifaceted. A comprehensive survey was conducted involving 62 individuals whose instrument yielded a Cronbach's Alpha coefficient of 0.911. This approach provided detailed insight into citizens' perceptions of the construction sector. In addition, PESTEL and SWOT analyses were implemented to examine external factors and internal conditions of the sector. The results revealed that the perception of value goes beyond structural quality, encompassing elements such as customer experience and sustainability. Political and economic instability emerged as external challenges, while strategic adaptation and integration of sustainable practices were highlighted as key recommendations. This study provides valuable insight into the construction landscape in Lima, guiding both sector companies and consumers towards informed and sustainable decisions.

**Key words:** Value perception, construction sector, Pestel analysis, quality, design.