

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
*ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS*



**“PROCESO ADMINISTRATIVO Y CALIDAD DE
SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA
DISTRIBUIDORES S.R.L HUÁNUCO - 2015”**

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:
Bach. Juan Carlos Céspedes Rivera

DOCENTE ASESOR:
Econ. Vladimir H. Santiago Espinoza

HUANUCO – PERU
2016

DEDICATORIA

A mi Madre y Hermanos, gracias a su sabiduría influyeron en mí la madurez para lograr todos los objetivos en la vida.

A mi Padre la fuente de mi inspiración y ayudarme a caminar sin temor por la vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que directa o indirectamente participaron en la realización de este trabajo de investigación, al Econ. Vladimir Santiago Espinoza, por ser la fuente de guía y orientar el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE	
INTRODUCCIÓN	
RESUMEN	
SUMARY	Pág.
	<u>CAPÍTULO I</u>
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Descripción del Problema	11
1.2 Formulación del Problema	13
1.2.1 Problema General	13
1.2.2 Problemas Específicos	13
1.3 Objetivo General	14
1.4 Objetivos Específicos	14
1.5 Justificación de la Investigación	14
1.5.1 Justificación Teórica	14
1.5.2 Justificación Práctica	15
1.5.3 Justificación Metodológica	15
1.6 Limitaciones	16
1.7 Viabilidad de la Investigación	16
	<u>CAPÍTULO II</u>
MARCO TEÓRICO	17
2.1 Antecedentes	17
2.1.1 Antecedente Internacional	17
2.1.2 Antecedente Nacional	20
2.1.2 Antecedente Local	24
2.2 Bases Teóricas	26
2.2.1 Concepto de Proceso Administrativo	26
2.2.2 Etapas del Proceso Administrativo	26
2.2.3 Importancia del Proceso Administrativo	27
2.2.4 Planeación	27
2.2.4.1 Concepto de Planeación	28
2.2.4.2 Importancia de la Planeación	28
2.2.4.3 Pasos de la Planeación	29
2.2.4.4 Etapas de la Planeación	30
2.2.4.4.1 Misión de la Planeación	30

	Pág.
2.2.4.4.2. Objetivo de la Planeación	30
2.2.4.4.3. Estrategia de la Planeación	31
2.2.4.4.4. Políticas de la Planeación	32
2.2.4.4.5. Programas de la Planeación	32
2.2.4.4.6. Tipología de la Planeación	33
2.2.4.4.7. Técnicas de la Planeación	33
2.2.5 Organización	34
2.2.5.1 Concepto de Organización	34
2.2.5.2 Elemento de la Organización	35
2.2.5.3 Importancia de la Organización	36
2.2.5.4 Principios de la Organización	36
2.2.5.5 Tipología de la Organización	38
2.2.6 Dirección	40
2.2.6.1 Elementos de la Dirección	40
2.2.6.2 Importancia de la Dirección	40
2.2.6.3 Principios de la Dirección	41
2.2.7 Control	41
2.2.7.1 Concepto de Control	42
2.2.7.2 Características del Control	42
2.2.7.3 Elementos del Control	43
2.2.7.4 Importancia del Control	43
2.2.7.5 Principios del Control	44
2.2.7.6 Etapas del Control	45
2.2.7.7 Implementación de un Sistema de Control	45
2.2.8 Calidad de Servicio	46
2.2.8.1 Antecedentes	46
2.2.8.2 Objetivos de la Calidad de Servicio	47
2.2.8.3 Importancia de la Calidad de Servicio	48
2.2.8.4 Características de la Calidad de Servicio	49
2.2.8.5 Principios de la Calidad de Servicio	51
2.2.8.6 ¿Que es Calidad en el Servicio?	52
2.3 Definiciones Conceptuales	56

	Pág.
2.3.1 Proceso Administrativo	56
2.3.1 Calidad de Servicio	57
2.4 Sistema de Hipótesis	58
2.4.1 Hipótesis General	58
2.4.2 Hipótesis Específicas	58
2.5 Sistema de Variables	59
2.5.1 Variable Dependiente	59
2.5.2 Variable Independiente	59
2.6 Operacionalización de Variables	60
<u>CAPÍTULO III</u>	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	61
3.1 Tipo de Investigación	61
3.1.1 Enfoque	61
3.1.2 Alcance o Nivel	61
3.1.3 Diseño	62
3.2 Población y Muestra	62
3.2.1 Población	62
3.2.2 Muestra	62
3.3 Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos	63
3.4 Técnica para el Procesamiento y Análisis de la Información	63
<u>CAPÍTULO IV</u>	
RESULTADOS	64
4.1 Análisis e Interpretación	64
4.2 Contrastación de Hipótesis	92
<u>CAPÍTULO V</u>	
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	94
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXO	100

INTRODUCCIÓN

El fin de la presente investigación es demostrar la relación que existe entre el Proceso Administrativo y la Calidad de Servicio en la empresa Comercial Rivera Distribuidores, con la finalidad de dar a conocer a los accionistas el buen uso y manejo del Proceso Administrativo ayuda a lograr los objetivos del negocio.

En la actualidad las organizaciones enfrentan un gran reto con respecto al mercado como consecuencia de diversos factores tecnológicos, económicos, políticos, sociales, culturales, etc. Estos factores obligan a las compañías a estar en constantes cambios de menor o mayor impacto a nivel interno o externo. Por ellos es necesaria la aplicación de la gestión administrativa para poder lograr alcanzar los objetivos propuestos.

Para efectos del presente estudio, se evaluará la calidad de servicio específicamente en la empresa como un elemento clave para la administración, que permitirá corregir fallas en el momento oportuno y establecer estándares que puedan ser fácilmente implementados.

En el estudio que se presenta se ha estructurado con los siguientes componentes:

- En el capítulo 1 se realizó el planteamiento del problema, que abarca la descripción del problema, formulación del problema, justificación de la investigación, limitaciones y la viabilidad, se establecen los objetivos, 1 objetivo general y 4 específicos, en el cual se busca determinar la influencia entre los indicadores de las variables.
- En el capítulo 2 está el Marco teórico, e están los antecedentes nacionales como internacionales y locales relacionadas en temas referentes al nuestro, también se encuentran las bases teóricas el cual contiene conceptos de diversos autores sobre nuestras variables dependiente e independiente, así mismo detalla a fondo todo los conocimientos que se tienen sobre los temas tratados, también están los conceptos básicos, las Hipótesis y Variables, donde se realizó 1 hipótesis general y 4 específicas; en las variables se tiene una independiente que es la gestión administrativo y una dependiente que es la calidad de servicio.
- En el capítulo 3 están los Métodos y Técnicas de Investigación, que contiene el tipo de investigación, población y muestra, técnicas de recolección de datos y las técnicas de procesamiento de la información.
- En el capítulo 4 está el resultado como procesamiento de datos, análisis e interpretación de resultados, como también está la contrastación de la hipótesis

- En el capítulo 5 se hace la Discusión de Resultados
- Y por último encontramos las Conclusiones y Recomendaciones producto de la investigación efectuada.

RESUMEN

El desarrollo de este trabajo pretende explicar lo importante que es el Proceso Administrativo y la Calidad de Servicio en la empresa Comercial Rivera Distribuidores, se busca tener un buen desarrollo y poder incrementar la productividad. Muchas empresas no cuentan con una buena base de Procedimientos y no tiene muy bien definido la calidad de servicio, y lo realizan de forma empírica de acuerdo a sus ideas y al conocimiento que poseen. Conscientes de la importancia que reviste el Proceso Administrativo, hoy en día nos permite tener un panorama más amplio, para poder determinar estrategias, sistemas de control, contar con planes estratégicos que nos permitan ir creciendo, superándonos cada día más y tener un mejor desarrollo profesional.

La calidad de servicios es fundamental para las empresas, ya que tiene un gran impacto, para poder captar clientes, poder concretar ventas, para ellos el personal debe estar capacitándose constantemente para poder dar un mejor trato de atención al cliente y un buen servicio.

El resultado de esta investigación es mostrar los problemas con que se encuentra la empresa, y así buscar las mejoras para lograr tener un excelente desempeño en sus procesos y la calidad de servicio en la empresa.

ABSTRACT

The development of this paper aims to explain how important the Administrative Process and Quality of Service Distributors Comercial Rivera, seeks to have a good development and to increase productivity. Many companies do not have a good base of procedures and does not have well-defined quality of service, and made empirically according to their ideas and knowledge they possess.

Aware of the importance of the Administrative Process, today allows us to have a broader picture, in order to determine strategies, control systems, have strategic plans that allow us to grow, surpassing every day more and have better professional development .

The quality of services is critical for businesses as it has a huge impact, in order to attract customers, to make sales to them staff must be constantly being trained to provide better customer treatment and good service.

The result of this research is to show the problems the company is located, and thus seek to achieve improvements have excellent performance in their processes and the quality of service in the company.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Las organizaciones buscan la excelencia, que les permita ser competitivas y sostenerse firmes en un mercado globalizado. Estas, desde las actividades de gestión hasta las de servicios, implican un fenómeno social complejo en cada especialidad, guardando consigo políticas, costumbres y normas, que las hacen destacarse de otras dedicadas al mismo objeto o de la misma naturaleza. Esta es la razón por la cual los niveles de exigencia y preparación profesional son cada vez mayores, además de que sobre los gerentes de empresas, recae el manejo eficiente y eficaz de los recursos, estos deberán velar por el correcto cumplimiento del Proceso administrativo, a través de estrategias y/o herramientas gerenciales que les permitan convertir sus debilidades en fortalezas y sus amenazas en oportunidades, dando como resultado un proceso administrativo acorde a los requerimientos del entorno.

En la actualidad gracias a la globalización conocemos las diversas herramientas del proceso administrativa y la calidad de servicio que hay para poder dirigir una empresa, por tal motivo el proceso administrativo es un factor primordial ya que es considerado el pilar de toda empresa ya que sin un buen proceso no se podrían lograr los planes y metas que se traza la empresa para lograr sus objetivos en corto, mediano y largo plazo, la calidad de servicio al cliente es fundamental en las empresas sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, los colaboradores deben estar capacitados y contar con todas las herramientas necesarias para poder dar una buena atención al cliente y el mismo cliente se sienta cómodo con la atención que se le brinda.

Si no se contara con un adecuado proceso administrativo, los colaboradores no contarán con buenas herramientas para que se puedan desempeñar en sus labores y al no saber sus funciones no podrían brindar una buena calidad en los servicios, por esta razón nos damos cuenta que la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES S.R.L. dedicada al rubro de comercialización de productos de electrodomésticos y muebles para el hogar, cuenta con el proceso administrativo; así mismo cuenta con personal capacitado para brindar un buen servicio en la atención y orientación al cliente para así poder concretar su venta, y que la empresa se mantenga sostenible en el mercado.

Por ello que se realizara la investigación a la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL, para hacer la evaluación del siguiente problema formulado:

¿De qué manera influye el proceso administrativo en la calidad de servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015?

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

- ¿De qué manera influye el Proceso Administrativo en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿De qué manera influye la Planificación en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015?
- ¿De qué manera influye la Organización en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015?
- ¿De qué manera influye la Dirección en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015?
- ¿De qué manera influye el Control en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Explicar de qué manera influye el Proceso Administrativo en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL de la ciudad de Huánuco 2015.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explicar de qué manera influye la Planificación en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.
- Explicar de qué manera influye la Organización en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.
- Explicar de qué manera influye la Dirección en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.
- Explicar de qué manera influye el Control en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La investigación permitirá obtener un marco filosófico como sustento a una política institucional que facilite el conocimiento y aplicación del proceso administrativo dentro de la organización; así como, establecer la relación entre el buen funcionamiento de los procesos y el logro de mejores rendimientos económicos y financieros de la organización. Esto permitirá contrastar los conocimientos teóricos con los prácticos; y, poder comprobar que

existen teorías y tesis del proceso administrativo que tradicionalmente se consideraban de uso exclusivo para las grandes empresas, que pueden también ser aplicadas a las micro, pequeñas y medianas empresas. Si hay algo que es indudable dentro de la empresa Comercial Rivera Distribuidores S.R.L., es que necesitan estar dirigidos y gestionados en forma efectiva. La escasez o falencia de recursos, obliga a los responsables a dirigirlos y gestionarlos en forma efectiva, es decir al cumplimiento de las funciones, actividades, metas, objetivos y misión encargada. La dirección y gestión efectivas, permiten planear, organizar, dirigir y controlar los recursos humanos, materiales y financieros para el desarrollo y mejora de la calidad de servicios que se ofrece.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El proceso administrativo, tendrá consecuencias positivas para el funcionamiento de la empresa Comercial Rivera Distribuidores S.R.L. Entre las consecuencias positivas, podemos nombrar eficiencia, economía, transparencia y efectividad en el uso de los recursos y el fin supremo será la calidad, mejora continua y competitividad de los servicios ofrecidos a los clientes.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para llevar a cabo la investigación, se deben identificar y acondicionar herramientas existentes sobre procesos, gestión de calidad, mejoramiento continuo, establecimiento de indicadores de productividad que permitan relacionar la aplicación de procesos con medición de resultados en los rendimientos empresariales. La metodología que se establecerá dentro de la investigación, no solamente aportarán para la consecución de los objetivos de este estudio, ni para la comprobación de la hipótesis que se plantea, sino también se convertirán en un referente para otras empresas que quieran aplicar éstos modelos. La

investigación parte de la problemática existente en el proceso administrativo de la empresa Comercial Rivera Distribuidores S.R.L. Sobre esta situación presenta planteamientos teóricos y experiencias sobre el tema, con el propósito de solucionar dicha problemática y en ese contexto formula la hipótesis; asimismo se formulan los objetivos que busca el trabajo para facilitar la calidad, mejora continua y competitividad de la calidad de servicios, siendo este el proceso de toda investigación. Este trabajo, describirá el funcionamiento integral de la empresa Comercial Rivera Distribuidores S.R.L; luego explicará la manera como el proceso Administrativo puede convertirse en factor relevante de la calidad de servicio ofrecida por esta organización.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Recopilación de datos de los sujetos de investigación.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es viable ya que se cuenta con todos los recursos necesarios para el desarrollo de la misma y a la vez con la autorización de la empresa para poder realizar dicha investigación.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Nivel Internacional

TITULO: "LOS PROCESOS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y PEDAGÓGICA DEL NÚCLEO "NATANIEL AGUIRRE" DE COLOMI, COCHABAMBA-BOLIVIA".¹

AUTORES: Melchor Duchi Zaruma y Bolívar Andrade Maldonado

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN SIMON - BOLIVIA

AÑO: 2001

CONCLUSIONES:

Ámbito administrativo:

- El núcleo Nataniel Aguirre se encuentra ubicado en el área rural del distrito de Colomi. Las unidades educativas seccionales que lo conforman comparten características similares en el ámbito lingüístico, cultural, organizativo y - educativo. En el ámbito lingüístico, predomina el uso de la lengua Quechua en todas las comunidades.
- En el ámbito cultural, se mantienen características religiosas, costumbres ancestrales, como la solidaridad y la minga, vestimentas, alimentación y vivienda. En el campo organizativo, los comuneros están agrupados en sindicato y, en el aspecto educativo, se está trabajando con el programa de transformación, el mismo que se está implementando gradualmente desde 1996.
- La gestión educativa del núcleo Nataniel Aguirre se desarrolla en torno a un acuerdo y por disposiciones emanadas desde las instancias superiores (Ministerio, la Dirección Departamental y Distrital). La gestión administrativa gira en torno a los marcos legales establecidos para el efecto. Esto significa que se mantiene la jerarquía existente: Director del núcleo, Asesora Pedagógica, Docentes y JEs. Los dos

¹ Melchor Duchi Zaruma, Bolívar Andrade Maldonado. (2001). *LOS PROCESOS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y PEDAGÓGICA DEL NÚCLEO "NATANIEL AGUIRRE" DE COLOMI, COCHABAMBA-BOLIVIA*. Obtenido de http://bvirtual.proeibandes.org/bvirtual/docs/tesis/proeib/Tesis_Andrade_y_Melchor.pdf

primeros se convierten en los principales dinamizadores de las actividades educativas y de lo que pasa en el interior del núcleo.

- La cogestión de lo administrativo y pedagógico se da solamente a nivel de sugerencias; el Director del núcleo es quien decide, no así la Asesora Pedagógica. Situación similar sucede con los otros actores. Las relaciones entre la JE y el Director son polarizadas. Esta situación no permite dinamizar las acciones en el interior del núcleo tal como propone la REB.
- La doble función del Director le ha impedido cumplir acertadamente su labor administrativa. Esto se refleja en las reuniones esporádicas y poco frecuentes con los docentes, la no-designación de algunos directores encargados en las UESs y el descuido en su tarea pedagógica, ciñéndose solamente a las tareas administrativas rutinarias (revisar planificaciones, revisar la asistencia de los docentes y controlar los libros de actas).
- Como estrategias de gestión administrativa desarrolladas por las autoridades, se han establecido mecanismos de diálogo entre los actores. Una muestra de ello es el uso de la lengua quechua en los procesos de interacción con la comunidad y socialización de la REB, situación que permite mayor inteligibilidad entre los actores. El plan operativo anual es elaborado sólo por el Director, sin la participación de todos los actores; aunque todos asumen lo planificado por la autoridad. Si bien se ve una participación de los actores, ésta solamente ocurre en actividades emergentes (establecer horarios, turnos para la formación de los alumnos y las fechas cívicas). Esta no refleja el fin último ni los resultados que se quieren lograr con la educación.

TESIS: “AUDITORÍA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CAPACITACIÓN DEL INSTITUTO DE CAPACITACIÓN MUNICIPAL (ICAM).”²

AUTOR: ALMEIDA VELASCO FANNY

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL - ECUADOR

AÑO: 2006

CONCLUSIONES:

- No se elaboró el “Manual de capacitación y desarrollo del talento humano del Municipio” establecido en el instructivo de aplicación de la Carrera Administrativa Municipal, consecuentemente no se estableció las políticas, normas y procedimientos de capacitación, ni se legalizó el Reglamento de Capacitación, situación que no permitió que el personal sujeto a la Carrera Administrativa Municipal, cuente con los requisitos de Capacitación para el desarrollo del referido Plan; así como con las obligaciones que les compete.
- No se efectuaron las acciones necesarias a fin de cumplir y lograr la ejecución de lo planteado dentro del marco de la Misión, Visión y Objetivos Estratégicos constantes en los Planes Operativos del Instituto de Capacitación Municipal, ya que no se elaboró las estrategias y objetivos para actualizarlo, lo que originó que la acción institucional se ejecute de manera limitada y desviada de la realidad.
- Debido a que la Capacitación Municipal posee un Banco de Instructores, no se realizó la Incorporación al Registro Abierto de Proveedores que mantiene la Dirección Metropolitana Administrativa a los Profesionales que prestan sus servicios en calidad de instructores, consecuentemente no se aplicó la recomendación emitida por la Dirección de Auditoría Interna.

²VELASCO, F. A. (01 de 2006). “AUDITORÍA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL ÁREA DE CAPACITACIÓN DEL INSTITUTO DE CAPACITACIÓN MUNICIPAL (ICAM).”. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11178/1/27135_1.pdf

2.1.2. NIVEL NACIONAL

TITULO:“RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y EL DESEMPEÑO DOCENTE SEGÚN LOS ESTUDIANTES DEL I AL VI CICLO 2010 - I DEL INSTITUTO SUPERIOR PARTICULAR “LA PONTIFICIA” DEL DISTRITO CARMEN ALTO PROVINCIA DE HUAMANGA AYACUCHO – PERÚ”³

AUTOR: Grover Oliver Quichca Torres

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS - LIMA

AÑO: 2012

CONCLUSIONES:

- En el capítulo anterior se analizaron y discutieron los hallazgos, producto del estudio realizado para conocer la relación entre la Gestión Administrativa y el Desempeño Docente. En este apartado se formulan las conclusiones y las recomendaciones que se derivan de la investigación.
- Existe una relación significativa entre las dimensiones de la Gestión Administrativa y el Desempeño Docente según los estudiantes del I al VI Ciclo - 2010 – I del Instituto Superior Particular “La Pontificia” del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho-Perú, puesto que existe una asociación significativa entre la Gestión Académica y el Desempeño Docente ($\chi^2= 63.80$; $p=0.00 < 0.05$) así como también existe una asociación significativa baja entre el Ambiente Físico y el Desempeño Docente ($\chi^2= 21.43$; $p=0.00 < 0.05$).
- La proporción de estudiantes del I al VI Ciclo -2010 – I del Instituto Superior Particular “La Pontificia” del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho, que califican como buena la Gestión Administrativa”, es **16.13%** (al 95% $I =< 9.66\%$; $22.60\% >$) el cual es

³ Quichca Torres, G. O. (2012). *RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y EL DESEMPEÑO DOCENTE SEGÚN LOS ESTUDIANTES DEL I AL VI CICLO 2010 - I DEL INSTITUTO SUPERIOR PARTICULAR “LA PONTIFICIA” DEL DISTRITO CARMEN ALTO PROVINCIA DE HUAMANGA AYACUCHO – PERÚ*. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/1694>

muy bajo y con la evidencia muestral se concluye que no es buena, además el 45.97% de los estudiantes califican como regular la Gestión Administrativa.

- La proporción de estudiantes del I al VI Ciclo -2010 – I del Instituto Superior Particular “La Pontificia” del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho, que califican como buena el Desempeño Docente”, es **19.35%** (al 95% $I = <12.40\%; 26.30\% >$) el cual es muy bajo y con la evidencia muestral se concluye que no es buena además el 61.29 de los estudiantes califican como regular el Desempeño Docente.
- Existe una relación significativa entre la Gestión Administrativa y el Desempeño Docente según los estudiantes del I al VI Ciclo -2010 – I del Instituto Superior Particular “La Pontificia” del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho Perú (Inercia: 79.1%; $\chi^2 = 50.35$; $p = 0.00 < 0.05$).

TESIS:“ESTUDIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS REDES MÓVILES EN EL PERÚ”⁴

AUTOR: INDHIRA CYNTHIA DEL PILAR FERNÁNDEZ

LEZAMETA

UNIVERSIDAD: PONTIFICIE UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERÚ - LIMA

AÑO: 2012

CONCLUSIONES:

- Es necesario proteger los intereses de los usuarios/clientes de los servicios de telecomunicaciones, promoviendo la competencia leal y buscar un equilibrio entre las inversiones que los operadores realizan y el grado de satisfacción de los usuarios/clientes.
- Considerar el acceso a la información de indicadores de calidad (QoS) como un elemento clave del sistema de regulación de la QoS, que incentive la competencia y permita a los usuarios/clientes, operadores y entes de regulación cumplir con sus respectivos roles.
- Una buena gestión de la calidad del servicio favorece tanto al usuario como al proveedor, pues le garantiza al primero el buen funcionamiento del servicio que está adquiriendo mientras que al segundo le da la posibilidad de quedar bien con sus clientes y superar a la competencia. Un ejemplo de esto es la validación del despliegue de la red, que permite identificar cual va a ser la QoS que van a recibir los usuarios, tanto en cobertura como en la calidad de los servicios que solicitan de la red.
- La importancia del estudio de QoS en sistemas de telecomunicaciones queda también en evidencia con el interés que despierta en organizaciones internacionales como UIT-T, ISO, ETSI y otros grupos que se encargan del desarrollo de la industria de las comunicaciones móviles. El trabajo que hacen estas organizaciones debe ser tomado en cuenta tanto por los proveedores de servicios como por los fabricantes

⁴ Fernández Lezameta, I. C. (01 de 02 de 2012). *Estudio de la calidad de servicio de las redes móviles en el Perú*. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1712>

de equipos móviles, pues marcan los lineamientos a seguir para que los servicios que se ofrecen se puedan satisfacer de forma adecuada.

- La optimización de la red consiste en ajustar los parámetros y características de la red que se han definido en la fase de planificación. Conforme se agregan usuarios al sistema y se amplían los servicios que la red ofrece es posible que se caiga por debajo de los niveles de QoS deseados, por lo que las medidas periódicas le permiten al operador darse cuenta de esto. Asimismo, la optimización de la red también toma en cuenta el estudio de los KPIs, que están siendo monitoreados constantemente e indican si el sistema está operando a un nivel aceptable.
- Finalmente, enfatizar que todo método o forma de optimizar y medir la red, será a beneficio del usuario y como consecuencia a la sociedad; ya que el avance y mejora de las telecomunicaciones conlleva al crecimiento económico, tecnológico y social del país.

2.1.3. NIVEL LOCAL

TITULO: “EL MARKETING DE SERVICIOS Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA CEVICHERIA EL CHANQUESITO - 2010”⁵

AUTOR: CASTILLO PEREZ, JEISON

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

AÑO: 2011

CONCLUSIONES:

- Mediante la presente investigación, se ha logrado las interrogantes planteadas como problema general y específicos de la microempresa El Chanquesito“; se lograron los objetivos planteados a nivel general y específicos; así mismo, quedo demostrada las hipótesis planteadas a nivel general y específicos, a través de la estadística y otras técnicas e instrumentos de acopio y procesamiento de los datos.
- la mayoría de las microempresas en el distrito de Huánuco que antes competían comercializando bienes tangibles han cambiado el núcleo de su capacidad para competir brindando a sus clientes servicios de calidad buscando la mejora continua para lograr la excelencia.
- El 73% de los encuestados estiman que cuando una microempresa presta el servicio con seguridad y correctamente demuestra un atributo clave de la excelencia en el marketing de servicios que fortalece la confianza de los clientes, porque para el cliente, la prueba del servicio está en un desempeño impecable.
- El 76% de los encuestados estiman que solo aquellas microempresas que sean capaces de proveer valor superior del servicio en beneficio de sus clientes objetivos serán recompensados con el éxito lo que les permitirá lograr sus resultados económicos, sociales y financieros.

⁵ CASTILLO PEREZ, J. (2011). *EL MARKTING DE SERVICIOS Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA CEVICHERIA EL CHANQUESITO*. HUANUCO / CAMPUS UNIVERSITARIO DE LA UNHEVAL.

- El 90% de los encuestados estiman que existe una mayor participación de los clientes en las decisiones estratégicas de los negocios, con productos que responden mucho más a las necesidades cambiantes de estos elaborando soluciones a la medida de solicitudes especiales de los clientes y para resolver la queja de estos.
- El 80% de los encuestados estiman que frente a diferentes tipos de clientes y competidores superiores, cada microempresa debe optar una estrategia de segmentación de mercado, identificando aquellas partes o porciones del mercado a las que puede servir mejor.
- El 71% de los encuestados estiman que las microempresas deben realizar investigaciones para identificar que atributo de un servicio determinado son importantes para segmentos específicos del mercado y que tan bien perciben los clientes potenciales el desempeño de las organizaciones competidores que se distinguen de la competencia.
- El 89% de los encuestados califican de excelente la buena calidad del servicio de una microempresa, por tener el marketing de servicios como un sistema total de actividades de negocios diseñada para planear, fijar precios, promociones, distribuir productos y que realizan encuestas para conocer el nivel de satisfacción de necesidades de sus clientes logrando metas institucionales.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Concepto de Proceso Administrativo

Proceso: conjunto de frases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.

Administración: ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través de un esfuerzo humano coordinado.⁶

El **Proceso Administrativo** es la herramienta que se aplica en las organizaciones para el logro de sus objetivos y satisfacer sus necesidades lucrativas y sociales. Si los Directivos de una organización realizan su trabajo a través de una eficiente y eficaz gestión, es probable que la organización alcance su metas; por ello, se puede decir que el desempeño de los gerentes o administradores se puede medir de acuerdo con el grado en que estos cumplan con el proceso administrativo.

2.2.2. Etapas del Proceso Administrativo⁷

Las etapas del proceso administrativo son conocidas con las siglas **PODC** de **Planificación, Organización, Dirección y Control**. Estas cuatro fases son cíclicas y repetidas por cada objetivo establecido por la empresa u organización. Generalmente, estas etapas son divididas en dos grandes fases:

Fase Mecánica: Planificación (qué hacer) y Organización (cómo hacer)

Fase Dinámica: Dirección (cómo se está haciendo) y Control (cómo se hizo)

2.2.3. Importancia del Proceso Administrativo⁸

La importancia del proceso administrativo radica en la **previsión** de los fenómenos futuros y el **control** de los recursos en forma sistemática y ordenada.

⁶ FERNANDEZ ARENA, J.A. (1991) PROCESO ADMINISTRATIVO (pág 03). EDITORIAL DIANA.

⁷ SIGNIFICADOS. (2013). Obtenido de <http://www.significados.com/proceso-administrativo/>

⁸ SIGNIFICADOS. (2013). Obtenido de <http://www.significados.com/proceso-administrativo/>

Es imprescindible que las reglas, políticas y/o actividades de cada Proceso Administrativo se aplique de forma **efectiva y simple, y en línea con los objetivos** de la empresa u organización. Para mantener la eficiencia del sistema y cumplir con los objetivos definidos, todo proceso administrativo debe evitar caer en redundancias de información.

2.2.4. Planeación⁹

Antes de iniciar una acción administrativa, es imprescindible determinar los resultados que pretende alcanzar la empresa, así como las condiciones futuras y los elementos necesarios para que este funcione eficientemente.

Se puede ver la planificación como la principal función de la administración. Sin planes los directivos no pueden saber cómo organizar el personal y los recursos, sin planes no se tienen idea de qué es lo que hay que hacer, ni se puede dirigir pensando que otros lo seguirán, sin un plan existen muy pocas posibilidades de lograr metas y de saber cuándo y dónde se están desviando del camino. Sin planificar, el control se convierte en una tarea sin importancia.

2.2.4.1. Concepto de Planeación¹⁰

Agustín Reyes Ponce, la planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización.

José Antonio Fernández Arena, es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define el problema, se analizan las experiencias pasadas y se esbozan planes y programas.

⁹ Pedraza, J. C. (09 de 2009). *La planificación en Contribuciones a la Economía*. Obtenido de LA PLANIFICACION: <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm>

¹⁰ GERMAN ALBEIRO, C. D. (S.F.). *CONCEPTO VARIOS AUTORES*. Obtenido de SEMINARIO DE TEORIA ADMINISTRATIVA (UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA): http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo1/Pages/1.2/121Conceptos_autores.htm

2.2.4.2. Importancia de la Planeación¹¹

- **Reduce la incertidumbre y minimiza el riesgo:** al prever los cambios del entorno y señalar cómo se va a reaccionar ante estos en cuanto lleguen, reduce la incertidumbre que presenta el futuro y minimiza el riesgo de que dichos cambios afecten negativamente a la empresa
- **Genera eficiencia:** al proponer objetivos concretos y señalar qué es lo que se va a hacer para poder alcanzarlos, evita la improvisación y, por el contrario, permite una mejor coordinación de las tareas y actividades, y un mejor uso de los recursos.
- **Genera compromiso y motivación:** al ser un proceso que involucra a todos los miembros de la empresa y requerir la participación de varios de estos en su elaboración, genera compromiso e identificación con los objetivos, y con ello, motivación en su consecución.

2.2.4.3. Pasos de la Planeación¹²

- ❖ Detección de la oportunidad de acuerdo con:
 - El mercado
 - La competencia
 - Lo que desean los clientes
 - Nuestras fuerzas
 - Nuestras debilidades
- ❖ Establecimiento de objetivos y metas:
 - Donde se desea estar, que se quiere lograr y cuando.
- ❖ Consideración de las premisas de planeación:

¹¹ K., A. (S.F.). Concepto e importancia de la planeación. Obtenido de CRECE NEGOCIOS: <http://www.crecenegocios.com/concepto-e-importancia-de-la-planeacion/>

¹² SAS, A. N. (S.F.). *Planeación Estratégica*. Obtenido de GERENCIA Y NEGOCIOS: http://www.gerenciaynegocios.com/canales/planeacion_estrategica/conceptos_planeacion.htm

- En qué ambiente (interno o externo) operarán nuestros planes.
- ❖ Identificación alternativas:
 - Cuáles son las alternativas más prometedoras para alcanzar nuestros objetivos.
- ❖ Comparación de alternativas:
 - Que alternativa proporcionará la mejor posibilidad de cumplir las metas con el costo más bajo y las mayores utilidades.
- ❖ Elección de una alternativa:
 - Selección del curso de acción a seguir.
- ❖ Elaboración de planes de apoyo, como los planes para:
 - Comprar equipo
 - Comprar materiales
 - Contratar trabajadores
 - Desarrollar un nuevo producto
- ❖ Expresión numérica de los planes mediante la elaboración de presupuestos tales como:
 - Volumen y precio de ventas
 - Gastos de operación necesarios para los planes

2.2.4.4. Etapas de la Planeación¹³

2.2.4.4.1. Misión o Propósito

Es la declaración duradera de objetivos que distinguen a una organización de otras similares. ¿Cuál es nuestro negocio? Describe el propósito, los clientes, los productos o servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de una empresa.

- Definir que es la organización y lo que aspira a ser.
- Ser lo suficientemente específica para auxiliar ciertas actividades y lo suficientemente amplia para permitir el crecimiento creativo.

¹³ DIAS DIAZ, C. (2002). ADMINISTRACION. SAN MARCOS.

- Distinguir a una organización de todas las demás.
- Servir como marco para evaluar las actividades presentes y futuras.
- Ser formulada en términos tan claros que se puedan entender en toda la empresa.

2.2.4.4.2. Objetivos de la Planeación

Los objetivos deben ser perfectamente conocidos y entendidos por todos los miembros de la organización. Deben ser estables; los cambios continuos en los objetivos originan conflictos y confusiones. Representan los resultados que la empresa espera obtener, son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente y determinados para realizarse transcurrido un tiempo específico.

Características:

- Deben establecerse a un tiempo específico.
- Se determinan cuantitativamente.

Lineamientos:

- Deben de asentarse por escrito.
- No deben confundirse con los medios o estrategias para alcanzarlos.
- Al determinarlos, debemos recordar las seis preguntas clave de la administración (qué, cómo, dónde, cuándo, quién, porqué)

2.2.4.4.3. Estrategia de la Planeación

Son cursos de acción general o alternativas, que muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos, para lograr los objetivos en las condiciones ventajosas. Un área clave de resultados es una actividad básica dentro de una empresa, que está relacionada con el desarrollo total de la misma.

Características:

- Se avienen al concepto tradicional militar, al incluir consideraciones competitivas
- Su vigencia está estrechamente vinculada a la del objetivo u objetivos para los que fueron diseñadas; una vez alcanzados, a la par del establecimiento de unos nuevos, es necesario formular nuevas estrategias.
- Debido a la dinámica del medio ambiente, una estrategia que en su momento fue útil, puede ser, en otro tiempo, la menos indicada para lograr el mismo objetivo.
- Para cada área clave es necesario establecer una estrategia específica.

2.2.4.4.4. Políticas de la Planeación

Son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

Las políticas son imprescindibles para el éxito del plan debido a que:

- Facilitan la delegación de autoridad
- Motivan y estimulan al personal,
- Evitan pérdidas de tiempo a los superiores, al minimizar las consultas innecesarias que pueden hacer sus subordinados
- Otorgan un margen de libertad para tomar decisiones en determinadas actividades.
- Contribuyen a lograr los objetivos de la empresa
- Proporcionan estabilidad y uniformidad en las decisiones

- Indican al personal como debe actuar en sus operaciones
- Facilitan la inducción del nuevo personal

2.2.4.4.5. Programas de la Planeación

Un esquema en donde se establecen: la secuencia de actividades específicas que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

La importancia de los programas es que:

- Suministran información e indican el estado de avance de las actividades.
- Mantienen en orden las actividades, sirviendo como herramienta de control
- Identifica a las personas responsables de llevarlos a cabo, ya que se determina un programa para cada centro de responsabilidad
- Determinan los recursos que necesitan
- Disminuyen los costos
- Orientan a los trabajadores sobre las actividades que deben realizarse específicamente
- Determinan el tiempo de iniciación terminación de actividades
- Se incluyen únicamente las actividades que son necesarias
- Evitan la duplicidad de esfuerzos

2.2.4.4.6. Tipología de la Planeación

Los planes en cuanto al periodo establecido se clasifican en:

- Corto plazo. Menor o igual a un año.
- Mediano plazo. Uno a tres años.

- Largo plazo. Mayor de tres años.

2.2.4.4.7. Técnicas de la Planeación

Para planear eficazmente es imprescindible valerse de herramientas que permitan al administrador optimizar los recursos.

Técnicas auxiliares que facilitan la toma de decisiones en la planeación:



Métodos cuantitativos

- Investigación de operaciones:
 - Método simples
 - Modelo de transporte
 - Modelo de asignación
 - Redes
 - Simulación
 - Modelos de inventarios
 - Líneas de espera



Métodos cualitativos

- Delfos
- Tormenta de ideas
- Técnicas de juego (dramatizaciones, casos)
- Grupos T
- Puntos fuertes y puntos débiles
- Cadena de fines y medios

2.2.5. Organización¹⁴

La palabra organización tiene tres acepciones; la primera, etimológicamente, proviene del griego organon que significa

¹⁴ Martínez, M. G. (2005). ORGANIZACION. En M. G. Martínez, *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION* (pág. 107). TRILLAS.

instrumento; otra se refiere a la organización como una entidad o grupo social.

Esta etapa del proceso administrativo se basa en la obtención de eficiencia que solo es posible a través del ordenamiento y coordinación racional de todos los recursos que forman parte del grupo social.

2.2.5.1. Concepto de Organización¹⁵

Agustín Reyes Ponce, es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

Eugenio Sisto Velasco, es ordenar y agrupar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía y estableciendo las relaciones que entre dichas unidades deben existir.

Isaac Guzmán Valdivia, es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo de aprovechamiento posible de los elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue.

2.2.5.2. Elementos de la Organización¹⁶

Los elementos básicos del concepto son:

Estructura, la organización implica el establecimiento del marco fundamental en el que habrá de operar el grupo social.,

¹⁵ IDEM (Martínez, 2005)

¹⁶ JUJUY, U. D. (2009). *CAMPUS VIRTUAL (FACULTAD DE INGENIERIA)*. Obtenido de Organización:

<http://www.campus.fi.unju.edu.ar/courses/SSJ0001320082AP018/document/Teoria/Organizacion.pdf?cidReq=SSJ0001320082AP018>

Sistematización, esto se refiere a que todas las actividades y recursos de la empresa deben de coordinarse racionalmente a fin de facilitar el trabajo y la eficiencia.

Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades, organizar implica la necesidad de agrupar, dividir y asignar funciones a fin de promover la especialización.

Jerarquía, la organización, como estructura, origina la necesidad de establecer niveles de responsabilidad dentro de la empresa.

Simplificación de funciones, uno de los objetivos básicos de la organización es establecer los métodos más sencillos para realizar el trabajo de la mejor manera posible.

Así, podemos decir que la organización es el establecimiento de una estructura donde habrá de operar un grupo social, mediante la determinación de jerarquías y la agrupación de actividades, con el fin de obtener el máximo aprovechamiento posible de los recursos y simplificar las funciones del grupo social.

2.2.5.3. Importancia de la Organización¹⁷

- Es de carácter continuo (expansión, contracción, nuevos productos).
- Es un medio que establece la mejor manera de alcanzar los objetivos.
- Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con el mínimo de esfuerzos.
- Evita lentitud e ineficiencia.
- Reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y responsabilidades.

La estructura debe reflejar los objetivos y planes de la empresa, la autoridad y su ambiente.

¹⁷ IDEM (JUJUY, 2009)

2.2.5.4. Principios de la Organización¹⁸

Hay nueve principios que dan la pauta para establecer una organización racional.

- **Del objetivo**, que todas las actividades establecidas en la organización deben estar relacionadas con los objetivos y propósitos de la empresa. Esto nos dice que la existencia de un puesto solo es justificable si sirve para alcanzar los objetivos establecidos y no se deben hacer gastos innecesarios en puestos que no contribuyen en nada a lograr los objetivos.
- **Especialización**, que afirma que el trabajo de una persona debe limitarse, hasta donde sea posible, a la realización de una sola actividad. El trabajo se llevará a cabo más fácilmente si se subdivide en actividades claramente relacionadas y delimitadas. Mientras más específico y menor sea el campo de acción de un individuo, mayor será su eficiencia y destreza.
- **Jerarquía**, se refiere a la necesidad de establecer centros de autoridad de los que emane la comunicación necesaria para lograr los planes.
- **Paridad de autoridad y responsabilidad**, se refiere a que a cada grado de responsabilidad debe corresponder el grado de autoridad necesario para cumplir dicha responsabilidad.
- **Unidad de mando**, establece que al determinar un centro de autoridad y decisión para cada función, debe asignarse un solo jefe.
- **Difusión**, nos dice que las obligaciones de cada puesto que cubren autoridad y responsabilidad, deben publicarse y ponerse por escrito, a disposición de todos los miembros de la empresa que tengan relación con dicha

¹⁸ RIVAS, S. (30 de 08 de 2013). *ORGANIZACION EMPRESARIAL*. Obtenido de AUDITORES Y ASESORES: <http://suriarivasauditores.com/index.php/2013-08-30-02-21-33/organizacion-empresarial>

autoridad y responsabilidad. Por otra parte la relación de labores no debe hacerse con demasiado detalle.

- **Amplitud o tramo de control**, debe haber un límite en cuanto al número de subordinados que deben reportar a un ejecutivo, de manera que este pueda realizar sus funciones con eficiencia
- **De la Coordinación**, Siempre deberán mantenerse en equilibrio las unidades de una organización. El administrador debe buscar el equilibrio adecuado en todas las funciones
- **Continuidad**, La empresa debe mantenerse, mejorarse y ajustarse constantemente.

2.2.5.5. Tipología de la Organización¹⁹

✓ **Lineal o militar**

Esta centralizada en una sola persona y se da en pequeñas empresas.

Ventajas:

- Mayor facilidad en la toma de decisiones y en su ejecución.
- No hay conflictos de autoridad ni fugas de responsabilidad.
- La disciplina es fácil de mantener.

Desventajas:

- Es rígida e inflexible.
- La organización depende de hombres clave, provocando trastornos.
- No fomenta la especialización.
- Los ejecutivos saturados de trabajo, no realizan funciones de dirección, solamente son operativos.

¹⁹ ADMINISTRACION, I. A. (s.f.). *TIPOLOGIA DE LA ORGANIZACION*. Obtenido de <https://organizacionfaca.wordpress.com/2009/11/07/tipologia-de-la-organizacion/>

✓ **Funcional o de Taylor**

Consiste en dividir el trabajo y establecer la especialización de manera que cada hombre, desde el gerente hasta el obrero, ejecute el menor número de funciones.

Ventajas:

- Mayor especialización.
- Se obtiene la más alta eficiencia de cada persona.
- La división del trabajo es planeada.
- El trabajo manual se separa del intelectual.
- Disminuye la presión sobre un solo jefe.

Desventajas:

- Dificultad de localizar y fijar la responsabilidad.
- Se viola el principio de unidad de mando.
- Dificultades entre los jefes por no definir la autoridad claramente.

✓ **Staff**

Surge como consecuencia de las grandes organizaciones y del avance de la tecnología, contar con especialistas capaces de proporcionar información experta y de asesoría a los departamentos de línea.

Ventajas:

- Logra que los conocimientos expertos influyan sobre la manera de resolver los problemas de dirección.
- Hace posible el principio de responsabilidad y autoridad, y la especialización Staff.

Desventajas:

- Ha confusión sino son bien definidos los deberes y responsabilidades de la asesoría.

2.2.6. Dirección²⁰

La ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, comunicación y la supervisión son la tarea de la dirección.

2.2.6.1. Elementos de la Dirección²¹

- ✓ Ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional.
- ✓ Motivación.
- ✓ Guía o conducción de los esfuerzos de los subordinados.
- ✓ Comunicación.
- ✓ Supervisión.
- ✓ Alcanzar las metas de la organización.

2.2.6.2. Importancia de la Dirección²²

- ✓ Pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización.
- ✓ A través de ella se logran las formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional.
- ✓ La ejecución eficiente es determinante en la moral de los empleados y, consecuentemente, en la productividad.
- ✓ Su calidad se refleja en el logro de los objetivos
- ✓ A través de ella se establece la comunicación necesaria para que la organización funcione.

²⁰ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE BOGOTA. (S.F.). Obtenido de ASPECTOS GENERALES DIRECCION:

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/html/cap01/cont30.html>

²¹ ECURED. (2011). Obtenido de TECNICAS DE DIRECCION:

http://www.ecured.cu/index.php/T%C3%A9cnicas_de_direcci%C3%B3n

²² IDEM (UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE BOGOTA, S.F.)

2.2.6.3. Principios de la Dirección²³

- ✓ De la armonía del objetivo o coordinación de intereses: La ejecución será eficiente cuando se cumpla el logro de los objetivos generales de la empresa.
- ✓ Así mismo, establece que los objetivos de todos los departamentos y secciones deberán relacionarse armoniosamente para lograr el objetivo general.
- ✓ Impersonalidad de mando: Se refiere a que la autoridad y su ejercicio (el mando), surgen como una necesidad de la organización para obtener ciertos resultados.
- ✓ De la supervisión directa: Se refiere al apoyo y comunicación que debe proporcionar el dirigente a sus subordinados durante la ejecución de los planes, de tal manera que éstos se realicen con mayor facilidad.
- ✓ De la resolución del conflicto. Indica la necesidad de resolver los problemas que surjan durante la gestión administrativa, a partir del momento en que aparezcan.
- ✓ Aprovechamiento del conflicto
- ✓ Experiencia.
- ✓ Experimentación.
- ✓ Investigación.

2.2.7. Control²⁴

El control es, en consecuencia, una función que no se desarrolla en el vacío, sino que se inserta dentro del proceso de administración, y presenta características perfectamente diferenciadas, según el nivel de decisión en el que opere.

²³ IDEM (ECURED, 2011)

²⁴ VALDA, J. C. (S.F.). *EL CONTROL ADMINISTRATIVO*. Obtenido de GRANDES PYMES: <http://www.grandespymes.com.ar/2010/03/10/el-control-administrativo-su-importancia/>

2.2.7.1. Concepto de Control²⁵

Burt K. Scanlan, el control tiene como objeto cerciorarse de que los hechos vayan de acuerdo con los planes establecidos.

George R. Terry, el proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorizándolo y si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolle de acuerdo con lo planeado.

2.2.7.2. Características del Control

- ✓ El control es un factor imprescindible para el logro de los objetivos y por ello debe reunir ciertas características para ser efectivo.
- ✓ Oportunidad. Un buen sistema de control debe manifestar inmediatamente las desviaciones, lo ideal es que las descubra antes de que se produzcan pues el control es será útil en tanto proporcione información en el momento adecuado.
- ✓ Accesibilidad. Es fundamental que los datos o informes de los controles sean accesibles para las personas a las que van a ser dirigidos. Las técnicas muy complicadas crean confusiones.
- ✓ Ubicación estratégica. Es imposible e incosteable implantar controles para todas las actividades de la empresa, por lo que es necesario establecerlos en ciertas áreas de acuerdo con criterios de valor estratégico.

²⁵ BERZUNZA, E. L. (s.f.). *PLANEACION Y CONTROL ESTRATEGICO*. Obtenido de CONCEPTO DE CONTROL:

http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20VI/61.htm

2.2.7.3. Elementos del Control²⁶

Relación con lo planeado, el control siempre existe para verificar el logro de los objetivos que se establecen en la plantación.

Medición, para controlar es imprescindible medir y cuantificar los resultados.

Detectar desviaciones, una de las funciones inherentes al control es descubrir las diferencias que se presentan entre la ejecución y la planeación.

Establecer medidas correctivas, el objeto del control es prever y corregir los errores.

2.2.7.4. Importancia del Control²⁷

- ✓ Establece medidas para corregir las actividades, para que se alcancen los planes exitosamente.
- ✓ Se aplica a todo: a las cosas, a las personas y a los actos.
- ✓ Determina y analiza rápidamente las causas que pueden originar desviaciones, para que no se vuelvan a presentar en el futuro.

2.2.7.5. Principios del Control²⁸

- ✓ **Equilibrio**, a cada grupo o delegación conferido debe proporcionársele el grado de control correspondiente
- ✓ **De los objetivos**, se refiere a que el control existe en función de los objetivos, el control es un medio para alcanzar los objetivos preestablecidos.
- ✓ **De la oportunidad**, el control para que sea eficaz, necesita ser oportuno, debe aplicarse antes de que

²⁶ S. BATEMAN, T. (2003). ADMINISTRACION UN NUEVO PANORAMA COMPETITIVO. SANTA FE - MEXICO: MCGRAW-HILL.

²⁷ IDEM (S. BATEMAN, 2003)

²⁸ IDEM (BERZUNZA, S.F.)

se efectuó el error, de tal manera que sea posible tomar medidas correctivas con anticipación.

- ✓ **De las desviaciones**, todas las variaciones o desviaciones que se presenten en relación con los planes deben ser analizadas detalladamente
- ✓ **Costeabilidad**, el establecimiento de un sistema de control debe justificar el costo que este represente en tiempo y dinero, en relación con las ventajas reales que este reporte.
- ✓ **De excepción**, el control debe aplicarse, preferentemente, a las actividades excepcionales o representativas, a fin de reducir costos y tiempo.
- ✓ **De la función controlada**, la función controladora por ningún motivo debe comprender a la función controlada, ya que pierde efectividad el control. Una persona o la función que realiza el control no debe estar involucrada con la actividad a controlar.

2.2.7.6. Etapas del Control²⁹

Un estándar puede ser definido como una unidad de medida que sirve como modelo, guía o patrón con base en el cual se efectúa el control. Los estándares representan el estado de ejecución deseado, no son más que los objetivos definidos de la organización.

- ✓ Tipos de estándares:
 - ✓ En cuanto al método
 - Estadísticos
 - Por apreciación
 - Técnicamente elaborados
 - ✓ Cuantitativos
 - Físicos

²⁹ IDEM (S. BATEMAN, 2003)

- De costo
- De capital
- De ingreso
- De programas
- ✓ Cualitativos
 - Evaluación de la actuación
 - Curvas de comportamiento
 - Perfiles

2.2.7.7. Implantación de un Sistema de Control³⁰

Antes de establecer un sistema de control se requiere:

- ✓ Contar con objetivos y estándares que sean estables.
- ✓ Que el personal clave comprenda y este de acuerdo con los controles.
- ✓ Que los resultados finales de cada actividad se establezcan en relación con los objetivos.
- ✓ Evaluar la efectividad de los controles: eliminando aquellos que no sirven, simplificándolos y combinándolos para perfeccionarlos.

2.2.8. Calidad de Servicio³¹

Una sola acción no asegura que una empresa mejore todas las facetas del servicio.

Hoy día escuchamos con frecuencia que algunas empresas desean diferenciarse de sus competidores a través de un servicio adecuado al cliente. Mucha gente lo llama excelencia en el servicio, servicio fabuloso o, simplemente, buen servicio.

³⁰ IDEM (BERZUNZA, S.F.)

³¹ DENTON, D. K. (1991). CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES. En D. K. DENTON, *CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES* (págs. 78-79). HOUSTON, TEXAS: EDICIONES DIAZ DE SANTOS.

2.2.8.1. Antecedentes³²

Antes de mencionar la forma en que los clientes evalúan los servicios, es importante enfatizar dos aspectos que desde nuestra perspectiva son importantes:

- ✓ **La calidad en el servicio difiere de la calidad en**
En el caso del servicio no se pueden estandarizar las expectativas del cliente, debido a que cada cliente es distinto y sus necesidades de servicio también lo son aunque en apariencia todos requieren el mismo servicio. Es por esta supuesta subjetividad del servicio que hemos detectado que no se pueden dictar recetas o procedimientos inflexibles para mantener satisfechos a los clientes.

- ✓ **La calidad en el servicio no es una estrategia aplicable únicamente en las empresas del sector servicios.**
Las empresas manufactureras y comerciales desarrollan una buena cantidad de actividades de servicio, como ventas (mediante representantes o en mostrador, centros telefónicos, etc.), distribución, cobranza, devoluciones o reclamaciones e incluso, asesoría técnica.

2.2.8.2. Objetivo de Calidad de Servicio³³

El servicio al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, según menciona Kleyman el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca.

³² IDEM (DENTON, 1991)

³³ MARTIN, W. B. (1992). CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE. En W. B. MARTIN, *GUIA PARA LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO* (págs. 7-40). MEXICO: GRUPO EDITORIAL IBEROAMERICANA .

Así mismo, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las organizaciones se ha ido modernizando conforme lo requiere el entorno, al pasar de poner en primer plano las necesidades del cliente que las necesidades de la propia empresa. Según Álvarez se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes
- Disfrutar de una categoría empresarial que aspira siempre a la excelencia.

2.2.8.3. Importancia de la Calidad de servicio³⁴

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo:

La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.

³⁴ IDEM (MARTIN, 1992)

Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

2.2.8.4. Características de la calidad Servicio³⁵

Según Aniorde, algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseño
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz, las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- **Formalidad:** honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- **iniciativa:** ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- **Ambición:** tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- **Autodominio:** tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.

³⁵ IDEM (MARTIN, 1992)

- **Disposición de Servicio:** es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Don de Gentes:** tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- **Colaboración:** ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- **Enfoque Positivo:** es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- **Observación:** es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- **Habilidad Analítica:** permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- **Imaginación:** es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- **Recursos:** tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- **Aspecto externo:** es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

Lo anterior son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga) y, que puede ser entendido como se muestra a continuación:

- Impacto de la calidad en el servicio
- Niveles de exigencias

La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones:

- La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece. Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes.
- La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. en un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato. Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. no comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

2.2.8.5. Principios de la Atención al Cliente³⁶

Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer

³⁶ DENTON, D. K. (1991). CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES. En D. K. DENTON, *CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES* (págs. 175-196). HOUSTON, TEXAS: EDICIONES DIAZ DE SANTOS.

plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente. El servicio se le brinda no a un cliente indistinto sino a una persona (grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención a los clientes que los hace sentirse especiales. La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa. La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. Para cada segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de servicio al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa.

2.2.8.6. ¿Qué es la Calidad en el Servicio?³⁷

Para determinar analizaremos estos cinco diferentes factores, a saber:

- ✓ **Elementos tangibles:** Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.).
- ✓ **Cumplimiento de promesa:** Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. El cumplimiento de promesa es uno de los dos factores más importantes que

³⁷ SHAW, J. G. (1997). EL CLIENTE QUIERE... CALIDAD. En J. G. SHAW, *EL CLIENTE QUIERE... CALIDAD* (págs. 19-21). MEXICO: PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A.

orilla a un cliente a volver a comprar en nuestra organización.

- ✓ **Actitud de servicio:** Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente-

- ✓ **Competencia del personal:** El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; muchos clientes saben bien lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta aunque sean acertadas si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente.

- ✓ **Empatía:** Aunque la mayoría de las personas define a la empatía como ponerse en los zapatos del cliente (lo vemos hasta en comerciales de televisión), nosotros hemos obtenido de parte de los clientes que evalúan este rubro de razonamientos de acuerdo con tres aspectos diferentes que son:
 - ❖ **Facilidad de contacto:** ¿Es fácil llegar hasta su negocio? ¿Cuándo llaman a sus vendedores o empleados los encuentran.

 - ❖ **Comunicación:** Algo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación de parte de la empresa que les vende, además en un idioma que ellos puedan entender claramente.

 - ❖ **Gustos y necesidades:** El cliente desea ser tratado como si fuera único.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

2.3.1. PROCESO ADMINISTRATIVO³⁸

- **ESTRATEGIA:** En un proceso regulable; es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- **GERENCIA:** Persona o conjunto de personas que se encargan de dirigir, gestionar o administrar una sociedad, empresa u otra entidad.
- **ORGANIZAR:** Establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando las personas y los medios adecuados.
- **PLANIFICACIÓN:** Acción de elaborar y ejecutar un plan científicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado.
- **TRABAJO:** Acción humana, individual o colectiva, que conduce a la obtención de un producto o a la prestación de un servicio en un tiempo y espacio determinado y con el apoyo de otros recursos.
- **INNOVACIÓN:** introducción de algo nuevo, original, de un cambio en estructuras existentes.
- **ORGANIZACIÓN:** grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.
- **VALORES:** nos orientan acerca de bien y el mal y nos dan la respuesta a la pregunta de ¿en qué creemos y cómo somos?
- **VISIÓN:** representa el futuro perfecto de la iniciativa empresarial. Es una mirada hacia el futuro, que se basa en la imaginación, sueños, ambiciones y análisis lógico derivadas de las informaciones sólidas.

³⁸ ADMINISTRATIVO, G. (5 de 3 de 2012). *GLOSARIO*. Obtenido de <http://glosarios.servidor-alicante.com/glosario-administrativo>

2.3.2. CALIDAD DE SERVICIO³⁹

- **ASERTIVIDAD:** es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.
- **CICLO DE SERVICIO:** es la unión continúa de momentos que debe atravesar un cliente cuando experimenta nuestro servicio.
- **CLIENTE:** Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.
- **COMPETITIVIDAD:** Capacidad que tiene una persona o cosa competitiva que le permite oponerse a otros en la consecución de un mismo.
- **GARANTÍA DE LA CALIDAD:** comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.
- **INSATISFACIÓN:** Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.
- **SERVICIO:** es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.
- **VALOR AGREGADO:** son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia.

³⁹ CLIENTE, S. A. (10 de 2011). *TALLER SERVICIO AL CLIENTE*. Obtenido de <http://tallerservicioalcliente.blogspot.pe/>

2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis General

- El Proceso Administrativo influye significativamente en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.

2.4.2. Hipótesis Especificas

- La Planeación influye significativamente en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.
- La Organización influye significativamente en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.
- La Dirección influye significativamente en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.
- El Control influye significativamente en la Calidad de Servicios de la empresa COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL - Huánuco 2015.

2.5. SISTEMA DE VARIABLES

2.5.1. Variable Dependiente

Calidad de Servicio

Recursos Tangibles

- Presentación del personal
- Presentación de las instalaciones

Confiabilidad

- Capacidad de respuesta

Garantía

- Imagen de Marca
- Servicio posventa

Empatía

- Credibilidad
- Confianza

2.5.2. Variable Independiente

Proceso Administrativo

- **Planeación**
- **Organización**
- **Dirección**
- **Control**

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<u>INDEPENDIENTE</u>	PLANIFICACIÓN	Plan Estratégico
<i>PROCESO ADMINISTRATIVO</i>	ORGANIZACIÓN	Reglamento Organizaciones y Funciones
	DIRECCIÓN	Ejecución de los planes de acción
	CONTROL	Supervisión de los servicios
<u>DEPENDIENTE</u>	RECURSOS TANGIBLES	Presentación del personal
<i>CALIDAD DE SERVICIO</i>		Presentación de las instalaciones
	CONFIABILIDAD	Capacidad de respuesta
	GARANTÍA	Imagen de marca
		Servicio posventa
	EMPATÍA	Credibilidad
		Confianza

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación⁴⁰

3.1.1. Enfoque

El presente estudio es de enfoque cuantitativo ya que requiere que el investigador recolecte datos numéricos de los objetivos, fenómenos, participantes que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos, de este conjunto de pasos llamado investigación cuantitativa, se derivan otras características del enfoque cuantitativo que se precisan a continuación: Las hipótesis que se generan antes de recolectar y analizar los datos y la recolección de datos se fundamenta en la medición. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos. Dicho de otra manera las mediciones se transforman en valores numéricos (Datos cuantificables) que se analizan por medio de la estadística

3.1.2. Alcance o Nivel⁴¹

Descriptivo: describir en términos metodológicos consiste en indicar todas las características del fenómeno que se estudia. Hernández S. y otros precisan aún más esto señalando que “desde el punto de vista científico, describir es medir”. Esta definición es importante, por cuanto implica por parte del investigador la capacidad y disposición de evaluar y exponer, en forma detallada, las características del objeto de estudio.

⁴⁰ HERNANDEZ SAMPIERI, R. (1991). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. En R. HERNANDEZ SAMPIERI, *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (pág. 80). MEXICO: MCGRAW-HILL.

⁴¹ HERNANDEZ SAMPIERI, R. (1991). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. En R. HERNANDEZ SAMPIERI, *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (pág. 83). MEXICO: MCGRAW-HILL.

3.1.3. Diseño⁴²

No Experimental: Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica en común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación"

Por lo tanto la población del presente trabajo de investigación se determinó basándonos a la base de datos de la empresa Comercial Rivera Distribuidores correspondiente a los meses de Setiembre a Noviembre que vendría hacer un aproximado de 1,200 clientes.

3.2.2. Muestra

La muestra según Hernández Sampieri se define de la siguiente manera: "la muestra es un subgrupo de la población un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población"

Para Hernández Sampieri "aquí el interés se centra en "quienes", es decir, en los sujetos u objetos de estudio. Esto depende del planteamiento inicial de la investigación".

Para efecto de estudio se extrae solamente la muestra no probabilística intencional que es elegida al azar y según conveniencia de estudio siendo el número escogido de 120 clientes que son al criterio del investigador basándonos a una representación de 1200 clientes aproximadamente.

⁴² HERNANDEZ SAMPIERI, R. (1991). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. En R. HERNANDEZ SAMPIERI, *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (pág. 149). MEXICO: MCGRAW-HILL.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica que emplearemos para presentar los datos durante el trabajo de campo, será la encuesta.

TÉCNICA	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN
ENCUESTA	2 CUESTIONARIOS	USUARIOS Y TRABAJADORES

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Los datos recopilados de la presente investigación serán procesados mediante el programa SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

CAPÍTULO IV
PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. Análisis e Interpretación de Resultados

En el presente análisis nos permitirá tener una visión concreta acerca del tema de investigación, por cada una de las preguntas que componen la encuesta y cuestionario, corresponde una gráfica tipo pastel y barra, para poder apreciar de manera clara e ilustrada los resultados obtenidos.

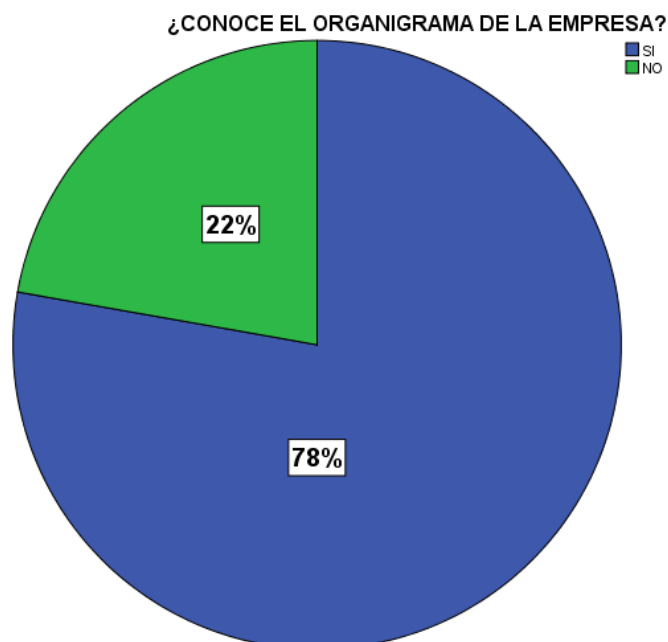
Se detalla cada una de las gráficas con una breve descripción de los resultados obtenidos.

CUADRO N° 01

¿CONOCE EL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	21	77,8	77,8	77,8
Válidos NO	6	22,2	22,2	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia



FUENTE: CUADRO N°01

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (1)

Un 78% de las personas encuestadas dicen conocer el organigrama de la empresa mientras que el 22% no conocen ni imaginan como está estructurada la empresa, lo que indica que el desconocimiento de donde están ubicados y la jerarquía establecida dentro de su área.

CUADRO N° 02

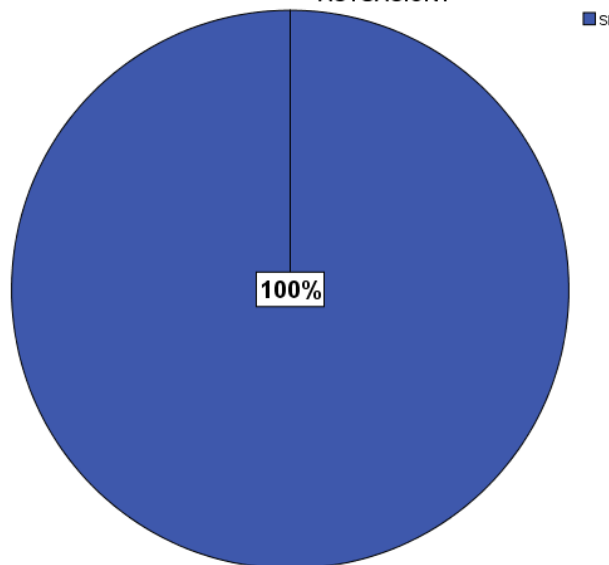
**¿TIENE IDENTIFICADO SU PUESTO DE TRABAJO Y CONOCE LOS
LIMITES DE ACTUACION?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	27	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

**¿TIENE IDENTIFICADO SU PUESTO DE TRABAJO Y CONOCE LOS LIMITES DE
ACTUACION?**



FUENTE: CUADRO N°02

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (2)

Del total de la población encuestada el 100% tienen identificado su puesto y conocen sus límites de actuación.

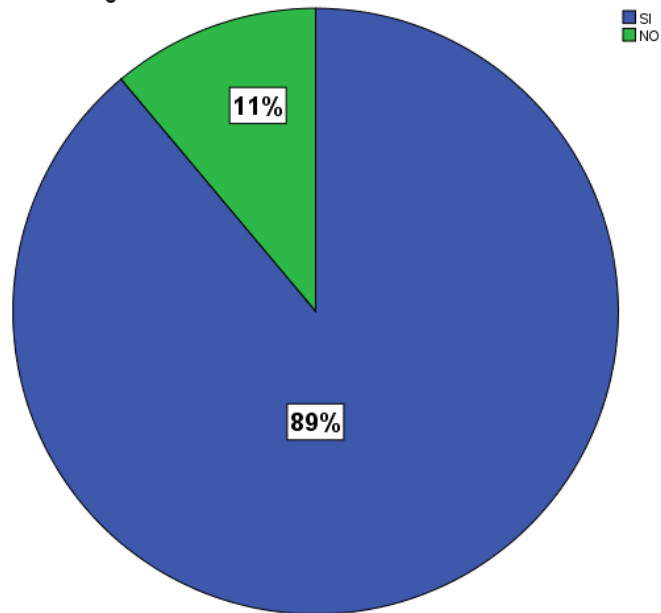
CUADRO N° 03

¿SU PUESTO DE TRABAJO LE PERMITE TOMAR INICIATIVA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	24	88,9	88,9	88,9
Válidos NO	3	11,1	11,1	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿SU PUESTO DE TRABAJO LE PERMITE TOMAR INICIATIVA?



FUENTE: CUADRO N°03

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (3)

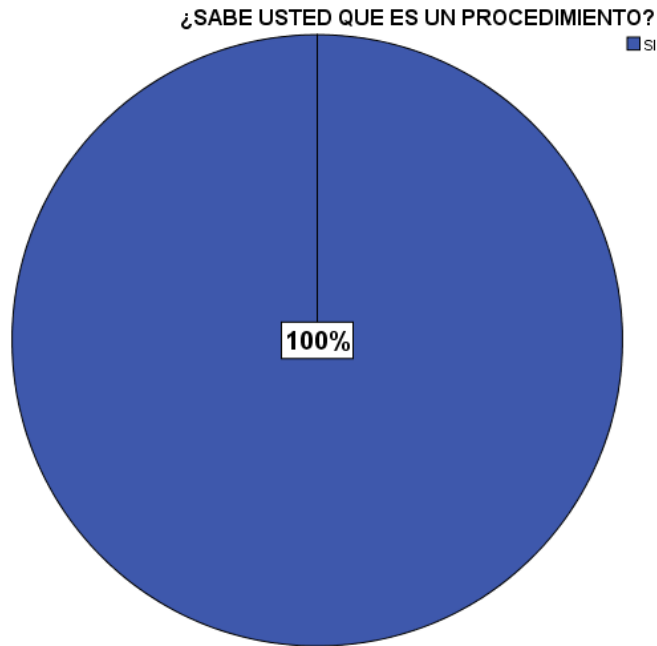
El 89% de las personas encuestadas toman iniciativa en su puesto de trabajo y solo un 11% reciben instrucciones para desempeñar sus labores cotidianas.

CUADRO N° 04

¿SABE USTED QUE ES UN PROCEDIMIENTO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	27	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia



FUENTE: CUADRO N°04

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (4)

El total de los encuestados que es el 100% contestaron que conocen y tienen noción de que es un procedimiento y lo entienden como la forma de realizar una actividad.

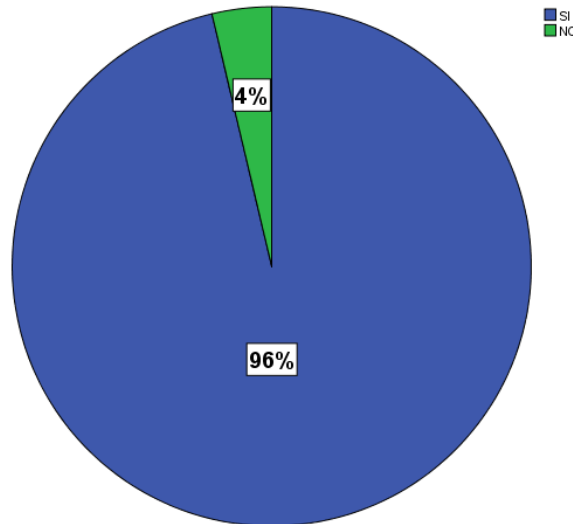
CUADRO N° 05

¿EXISTEN PROCEDIMIENTOS PARA LAS ACTIVIDADES QUE DESEMPEÑAN DENTRO DE SU AREA DE TRABAJO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	26	96,3	96,3	96,3
Válidos NO	1	3,7	3,7	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿EXISTEN PROCEDIMIENTOS PARA LAS ACTIVIDADES QUE DESEMPEÑAN DENTRO DE SU AREA DE TRABAJO?



FUENTE: CUADRO N°05

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (5)

El 96% de los encuestados han indicado que si existen procedimientos para las diferentes actividades mientras que el 4% han indicado que no existen procedimientos para realizar las actividades.

CUADRO N° 06

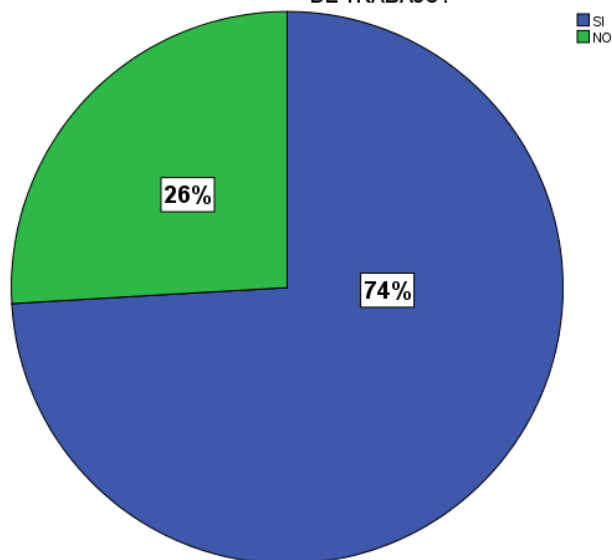
¿DENTRO DE SU AREA, CONOCE LOS PROCEDIMIENTOS DE CADA PUESTO DE TRABAJO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	20	74,1	74,1	74,1
Válidos NO	7	25,9	25,9	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿ DENTRO DE SU AREA, CONOCE LOS PROCEDIMIENTOS DE CADA PUESTO DE TRABAJO?



FUENTE: CUADRO N°06

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (6)

El 74% de las personas encuestadas tiene conocimiento de los procedimientos de cada puesto de trabajo, mientras que el 26% han manifestado que no conocen los procedimientos de cada puesto de trabajo.

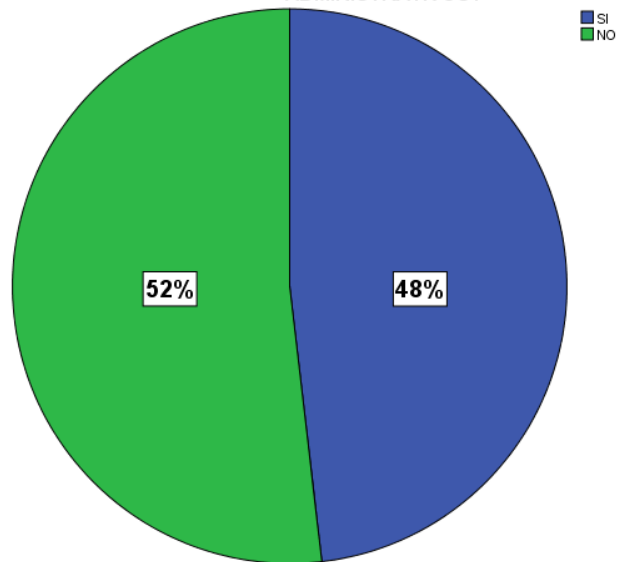
CUADRO N° 07

¿CONOCE ALGUNA FORMA EN LA QUE SE REALIZAN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	13	48,1	48,1	48,1
Válidos NO	14	51,9	51,9	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿CONOCE ALGUNA FORMA EN LA QUE SE REALIZAN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS?



FUENTE: CUADRO N°07

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (7)

Del total de encuestados el 48% conocen en realidad la forma en la que se realizan los procesos administrativos, mientras que el 52% desconocen la forma como se realizan.

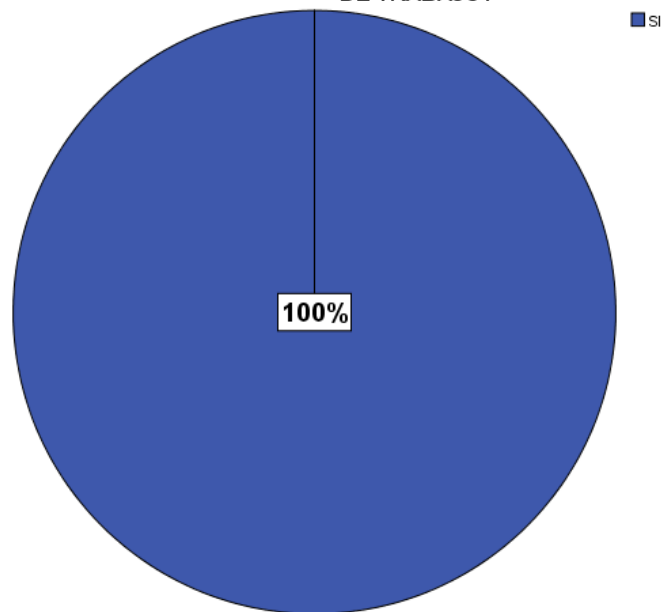
CUADRO N° 08

¿LAS ACTIVIDADES QUE DESEMPEÑA TIENEN RELACION CON SU PUESTO DE TRABAJO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	27	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿LAS ACTIVIDADES QUE DESEMPEÑA TIENEN RELACION CON SU PUESTO DE TRABAJO?



FUENTE: CUADRO N°08

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (8)

El 100% de las personas indican que todas las personas realizan las actividades que más se adaptan a las necesidades del momento.

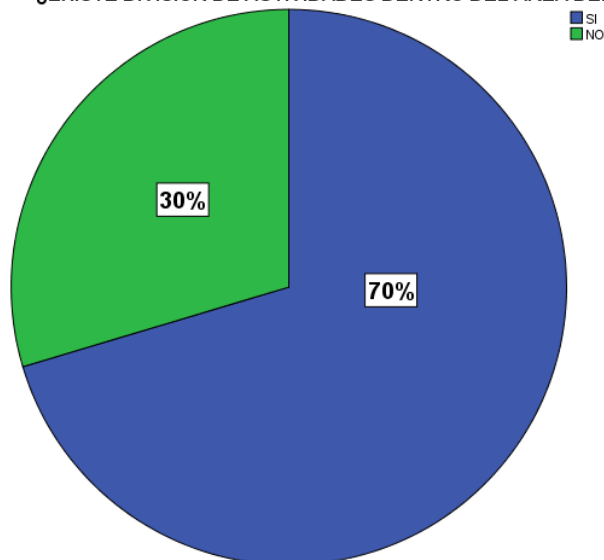
CUADRO N° 09

¿EXISTE DIVISION DE ACTIVIDADES DENTRO DEL AREA DEL TRABAJO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	19	70,4	70,4	70,4
Válidos NO	8	29,6	29,6	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿EXISTE DIVISION DE ACTIVIDADES DENTRO DEL AREA DEL TRABAJO?



FUENTE: CUADRO N°09

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (9)

el 70% de los encuestados contestaron que si existe división de actividades, mientras que el 30% manifestaron que no existe división de actividades dentro del área de trabajo.

CUADRO N° 10

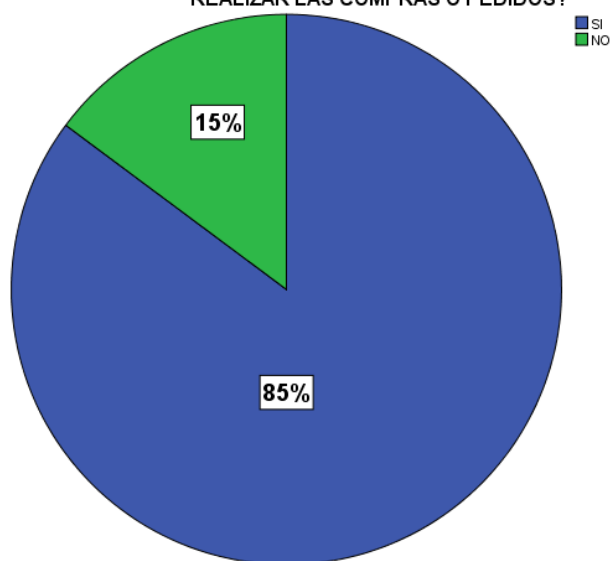
¿EXISTE ALGUNA PERSONA ESPECIFICA QUE SEA LA ENCARGADA DE REALIZAR LAS COMPRAS O PEDIDOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	23	85,2	85,2	85,2
Válidos NO	4	14,8	14,8	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿EXISTE ALGUNA PERSONA ESPECIFICA QUE SEA LA ENCARGADA DE REALIZAR LAS COMPRAS O PEDIDOS?



FUENTE: CUADRO N°10

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (10)

El 85% de las personas encuestadas contestaron que si existe una persona encargada de realizar las compras, mientras que el 15% desconocen que haya una persona encargada.

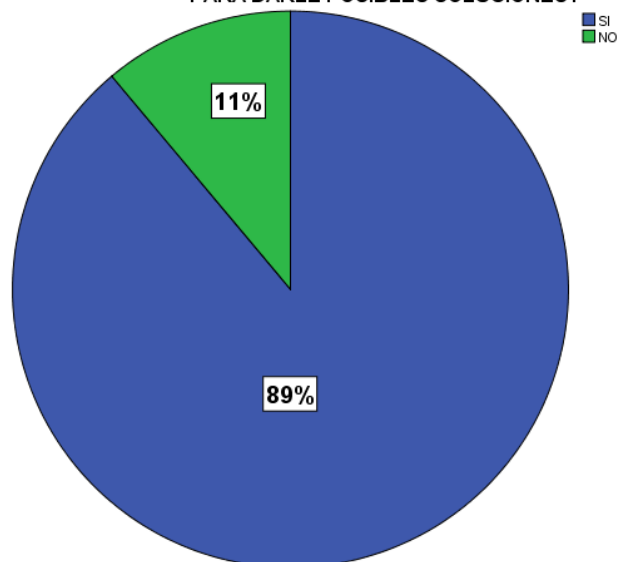
CUADRO N° 11

¿CUANDO EXISTEN DUDAS EN SU PUESTO DE TRABAJO, HAY
ALGUNA GUIA PARA DARLE POSIBLES SOLUCIONES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	24	88,9	88,9	88,9
Válidos NO	3	11,1	11,1	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿CUANDO EXISTEN DUDAS EN SU PUESTO DE TRABAJO, HAY ALGUNA GUIA
PARA DARLE POSIBLES SOLUCIONES?



FUENTE: CUADRO N°11

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (11)

El 89% de los encuestados dicen que si existe una guía para darle solución a las dudas que se presentan en su puesto de trabajo, mientras que el 11% manifiesta lo contrario.

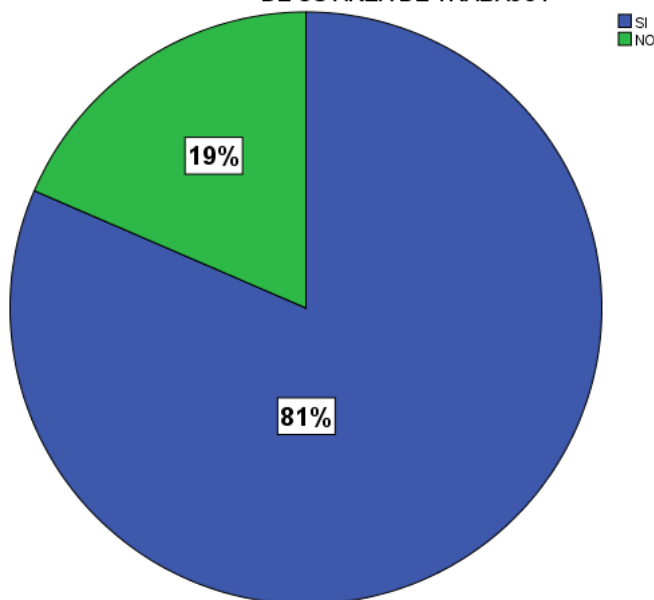
CUADRO N° 12

¿CONSIDERA VIABLE LA IMPLEMENTACION DE PROCEDIMIENTOS DE GESTION DENTRO DE SU AREA DE TRABAJO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	22	81,5	81,5	81,5
Válidos NO	5	18,5	18,5	100,0
Total	27	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Administrativos y Trabajadores de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿CONSIDERA VIABLE LA IMPLEMENTACION DE PROCEDIMIENTOS DENTRO DE SU AREA DE TRABAJO?



FUENTE: CUADRO N°12

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (12)

El 81% de los encuestados contestaron que es viable la implementación de procedimientos con el fin de obtener claras sus funciones, responsabilidades y alcances de actuación, mientras el 19% no lo considera viable.

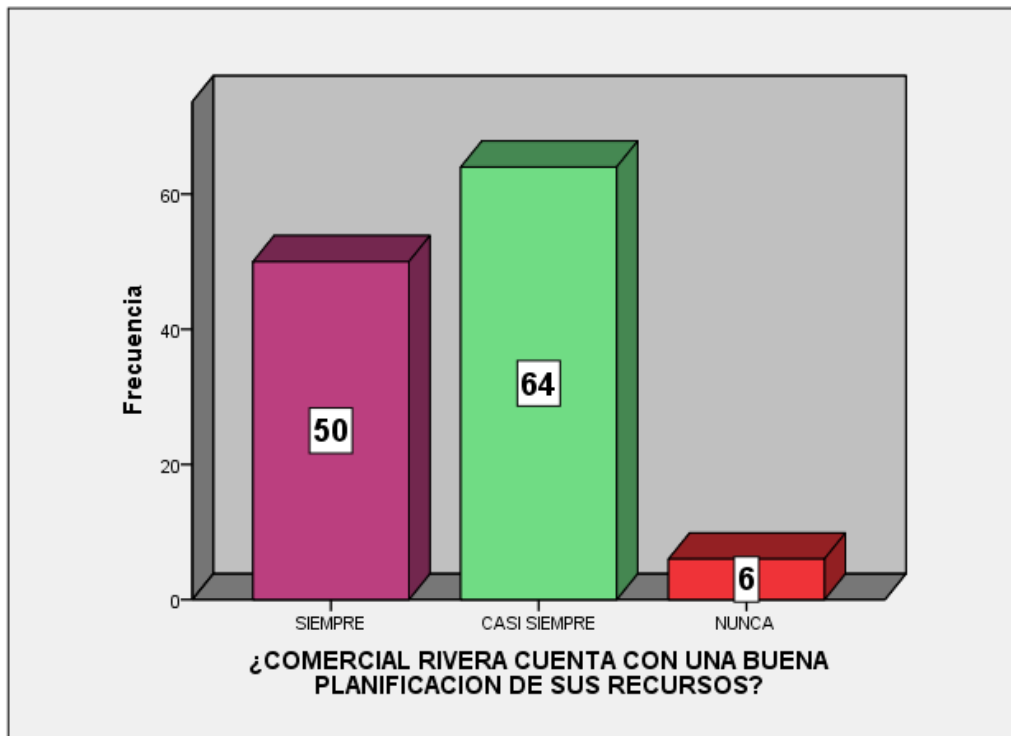
CUADRO N°01

¿COMERCIAL RIVERA CUENTA CON UNA BUENA PLANIFICACION DE SUS RECURSOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	50	41,7	41,7
	CASI SIEMPRE	64	53,3	95,0
	NUNCA	6	5,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿COMERCIAL RIVERA CUENTA CON UNA BUENA PLANIFICACION DE SUS RECURSOS?



FUENTE: CUADRO N°01

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (1)

El 64% de los encuestados manifestaron que la empresa casi siempre cuenta con buena planificación de sus recursos, un 50% indican que siempre cuentan con planificación, mientras un 6% dicen lo contrario.

CUADRO N°02

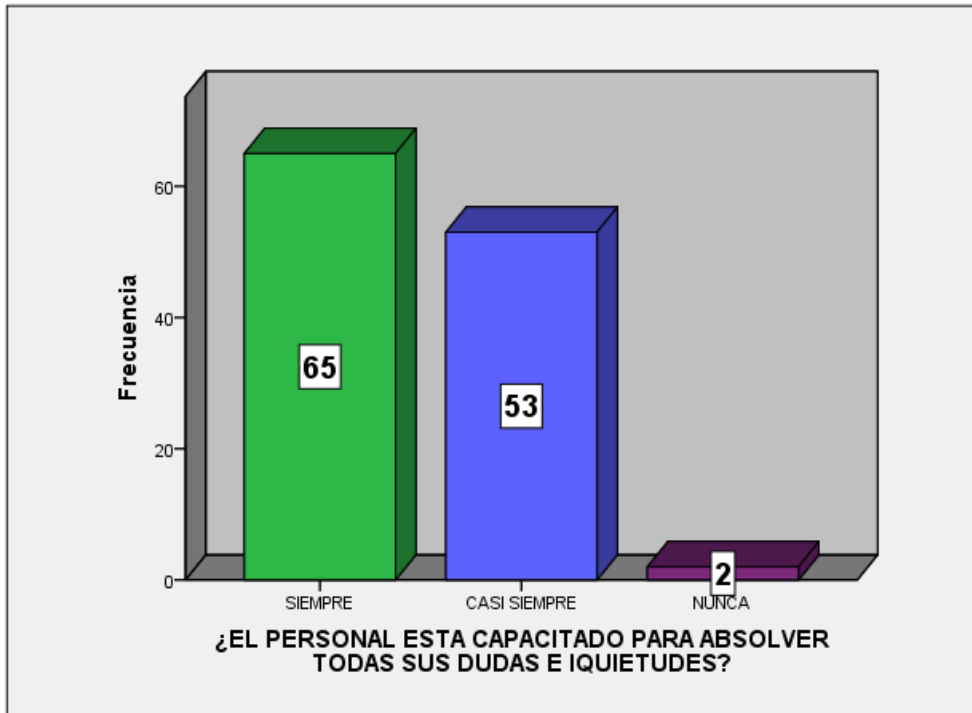
¿EL PERSONAL ESTA CAPACITADO PARA ABSOLVER TODAS SUS DUDAS E IQUIETUDES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	65	54,2	54,2
	CASI SIEMPRE	53	44,2	98,3
	NUNCA	2	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿EL PERSONAL ESTA CAPACITADO PARA ABSOLVER TODAS SUS DUDAS E IQUIETUDES?



FUENTE: CUADRO N°02

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (2)

Del total de encuestados el 65% manifestaron que el personal está apto para resolver sus dudas e inquietudes, un 53% dijeron que casi siempre resuelven sus dudas, mientras un 2% informaron que nunca lo hacen.

CUADRO N°03

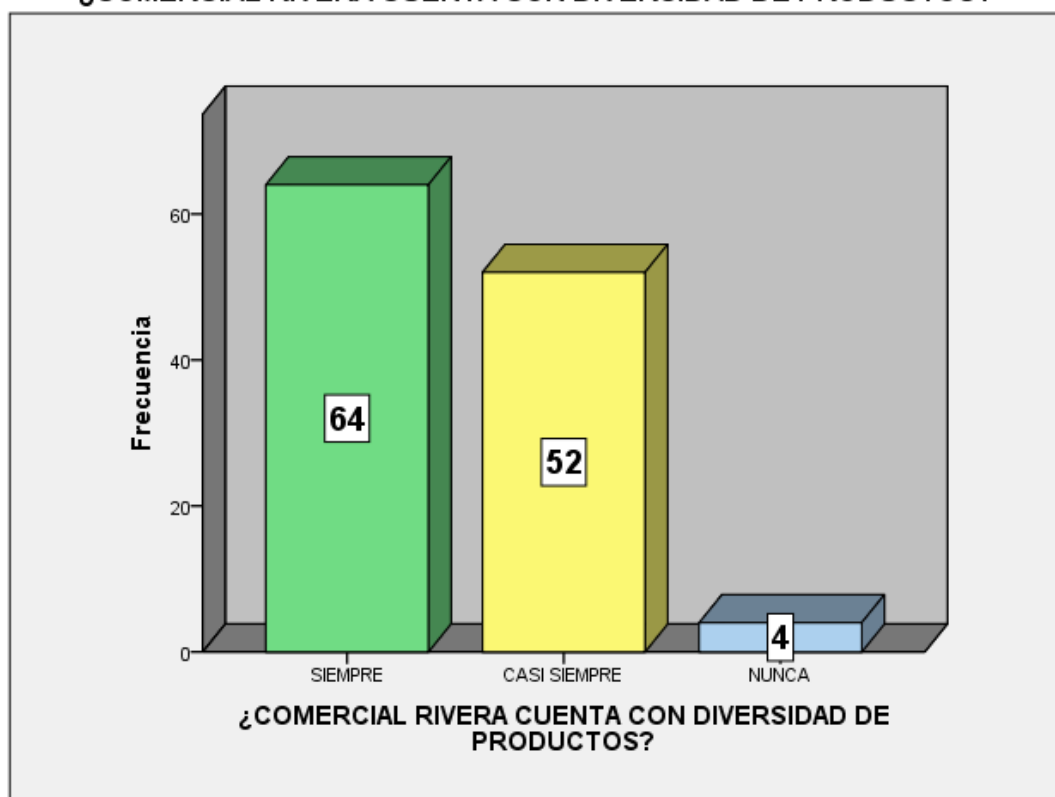
¿COMERCIAL RIVERA CUENTA CON DIVERSIDAD DE PRODUCTOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
SIEMPRE	64	53,3	53,3	53,3
CASI SIEMPRE	52	43,3	43,3	96,7
NUNCA	4	3,3	3,3	100,0
Total	120	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿COMERCIAL RIVERA CUENTA CON DIVERSIDAD DE PRODUCTOS?



FUENTE: CUADRO N°03

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (3)

El 64% de las personas manifestaron que siempre se cuenta con diversidad de productos, un 52% que casi siempre, mientras un 4% que nunca cuentan con diversidad de productos.

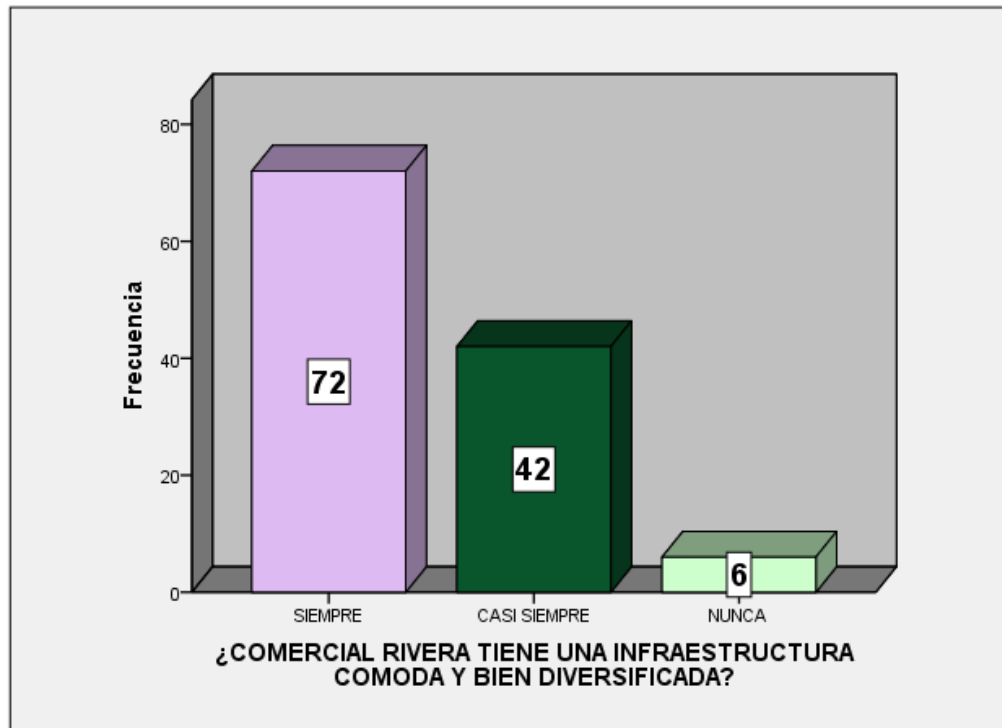
CUADRO N°04

¿COMERCIAL RIVERA TIENE UNA INFRAESTRUCTURA COMODA Y BIEN DIVERSIFICADA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	72	60,0	60,0
	CASI SIEMPRE	42	35,0	95,0
	NUNCA	6	5,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.
ELABORACIÓN: Propia

¿COMERCIAL RIVERA TIENE UNA INFRAESTRUCTURA COMODA Y BIEN DIVERSIFICADA?



FUENTE: CUADRO N°04

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (4)

Del total de personas encuestadas el 72% informan que la empresa cuenta con buena infraestructura y bien estructurada, un 42% que casi siempre varía sus stand y estructuras de productos, mientras el 6% manifiesta lo contrario.

CUADRO N°05

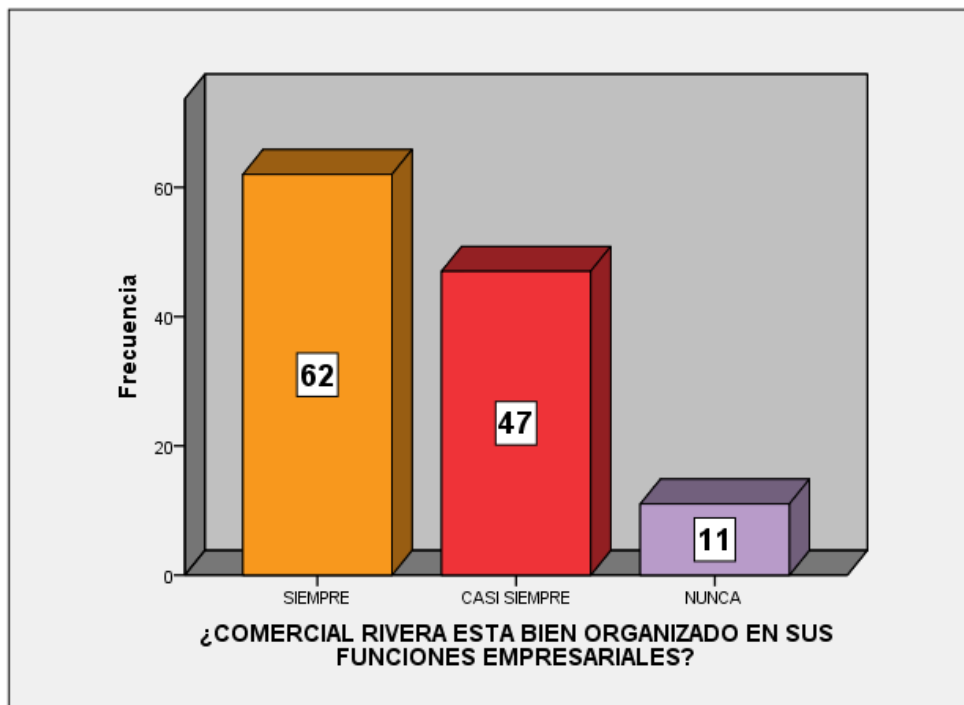
¿COMERCIAL RIVERA ESTA BIEN ORGANIZADO EN SUS FUNCIONES EMPRESARIALES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	62	51,7	51,7
	CASI SIEMPRE	47	39,2	90,8
	NUNCA	11	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿COMERCIAL RIVERA ESTA BIEN ORGANIZADO EN SUS FUNCIONES EMPRESARIALES?



FUENTE: CUADRO N°05

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (5)

El 62% de los encuestados manifiestan que la empresa está organizada, el 47% que casi siempre ya que tienen algunas deficiencias, mientras que el 11% dicen que no está bien organizado ya que existen mucha demoras en sus trámites documentarios.

CUADRO N°06

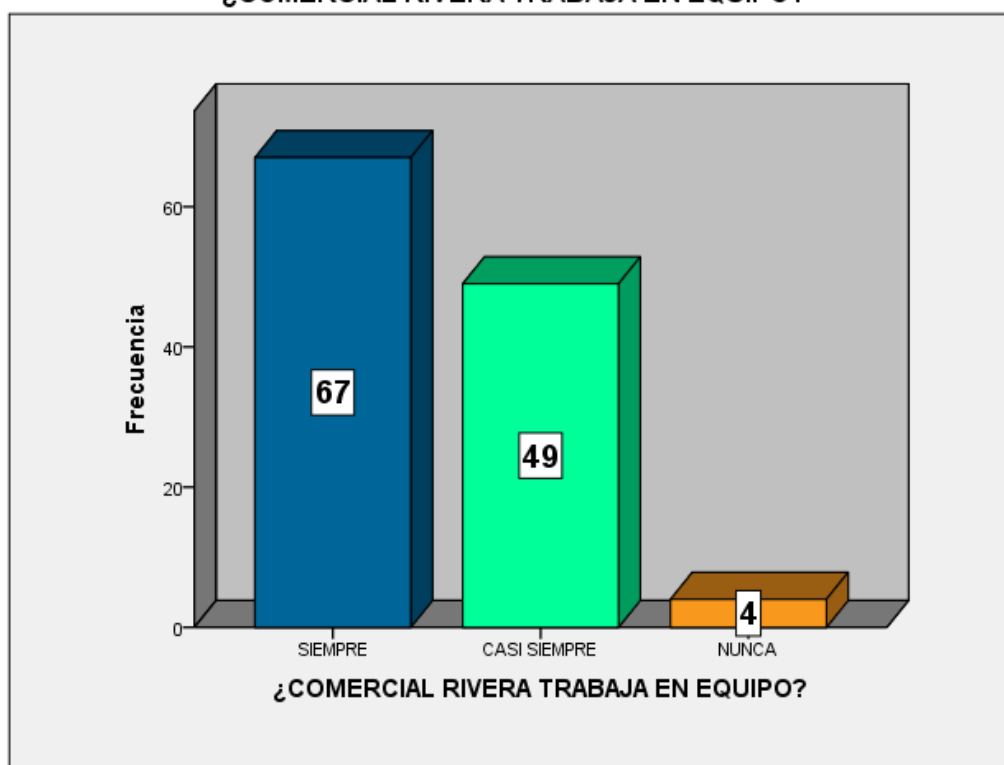
¿COMERCIAL RIVERA TRABAJA EN EQUIPO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
SIEMPRE	67	55,8	55,8	55,8
CASI SIEMPRE	49	40,8	40,8	96,7
NUNCA	4	3,3	3,3	100,0
Total	120	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿COMERCIAL RIVERA TRABAJA EN EQUIPO?



FUENTE: CUADRO N°06

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (6)

De las personas encuestadas el 67% manifiestan que los colaboradores trabajan en equipo y de manera coordinada, el 49% dicen que casi siempre ya que hay falencias en el área de créditos y un 4% manifiestan que los colaboradores no trabajan en equipo.

CUADRO N°07

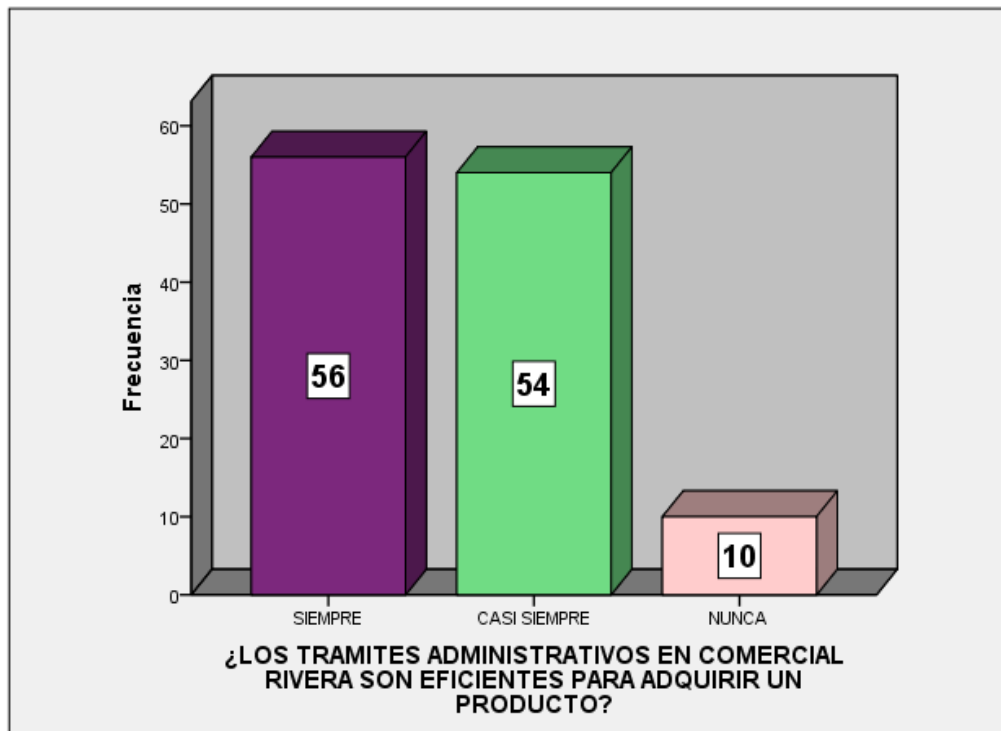
¿LOS TRAMITES ADMINISTRATIVOS EN COMERCIAL RIVERA SON EFICIENTES PARA ADQUIRIR UN PRODUCTO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	56	46,7	46,7
	CASI SIEMPRE	54	45,0	91,7
	NUNCA	10	8,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿LOS TRAMITES ADMINISTRATIVOS EN COMERCIAL RIVERA SON EFICIENTES PARA ADQUIRIR UN PRODUCTO?



FUENTE: CUADRO N°07

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (7)

El 56% manifiestan que los trámites que se realizan para adquirir un producto son eficientes, el 54 % informan que casi siempre son eficientes, mientras que un 10% dicen todo lo contrario.

CUADRO N°08

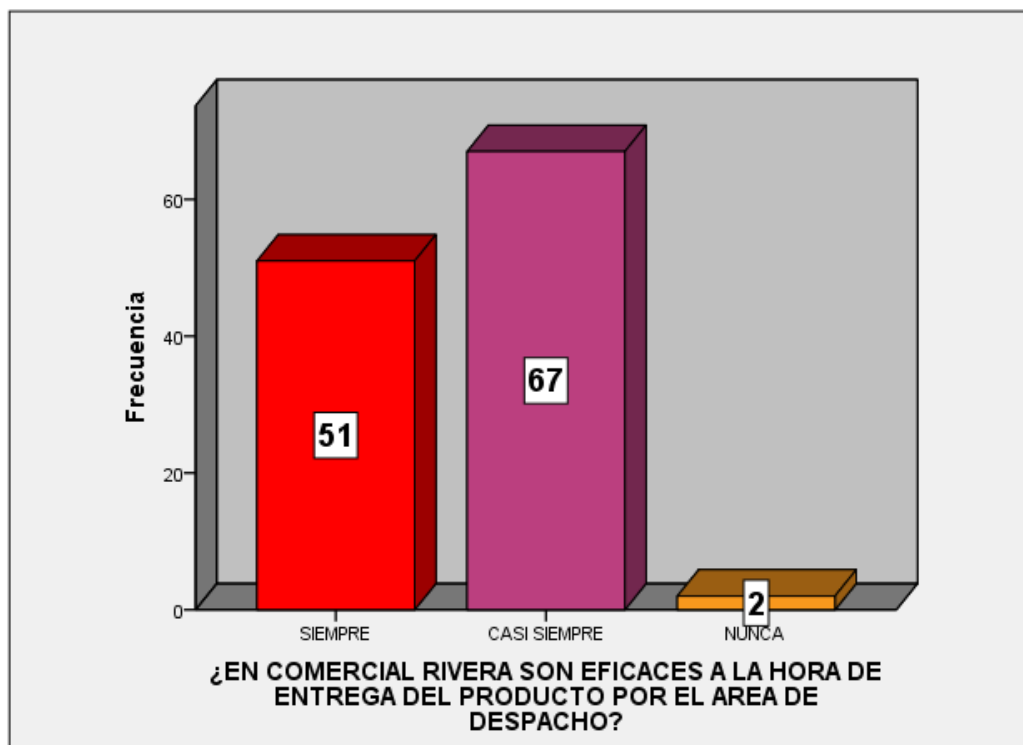
¿EN COMERCIAL RIVERA SON EFICACES A LA HORA DE ENTREGA DEL PRODUCTO POR EL AREA DE DESPACHO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	51	42,5	42,5
	CASI SIEMPRE	67	55,8	98,3
	NUNCA	2	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿EN COMERCIAL RIVERA SON EFICACES A LA HORA DE ENTREGA DEL PRODUCTO POR EL AREA DE DESPACHO?



FUENTE: CUADRO N°08

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (8)

Del total de encuestados el 67% manifiestan que casi siempre son eficaces para entregar un producto, el 51% dicen que siempre son eficaces en hacerlo y un 2% que nunca entregan rápidamente el producto.

CUADRO N°09

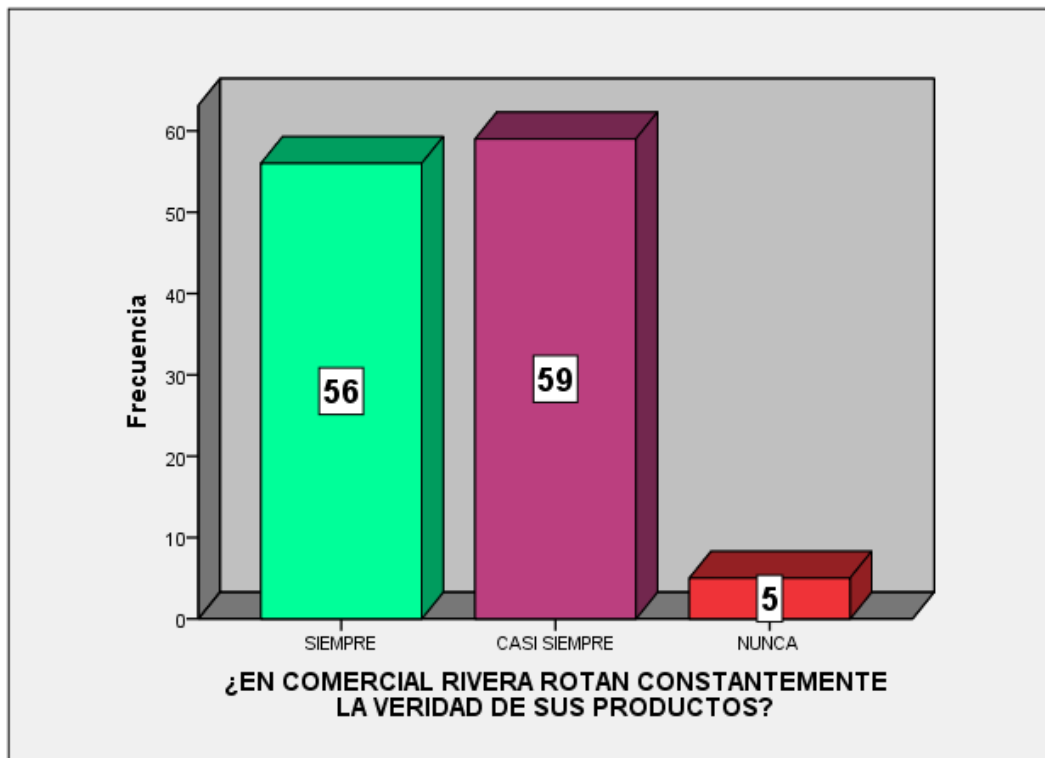
¿EN COMERCIAL RIVERA ROTAN CONSTANTEMENTE LA VARIEDAD DE SUS PRODUCTOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	56	46,7	46,7
	CASI SIEMPRE	59	49,2	95,8
	NUNCA	5	4,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿EN COMERCIAL RIVERA ROTAN CONSTANTEMENTE LA VERIDAD DE SUS PRODUCTOS?



FUENTE: CUADRO N°09

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (9)

El 59% de los encuestados dicen que casi siempre rotan sus productos, el 56% manifiestan que siempre rotan, mientras un 5% dicen todo lo contrario.

CUADRO N°10

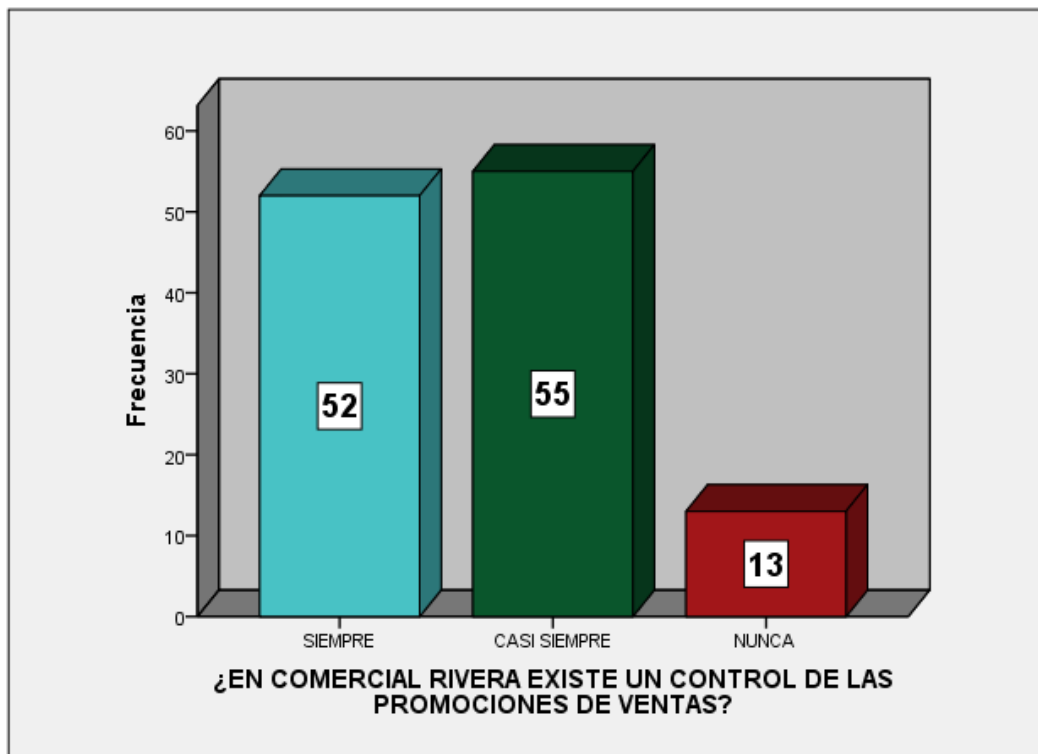
¿EN COMERCIAL RIVERA EXISTE UN CONTROL DE LAS PROMOCIONES DE VENTAS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
SIEMPRE	52	43,3	43,3	43,3
CASI SIEMPRE	55	45,8	45,8	89,2
NUNCA	13	10,8	10,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿EN COMERCIAL RIVERA EXISTE UN CONTROL DE LAS PROMOCIONES DE VENTAS?



FUENTE: CUADRO N°10

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (10)

El 55% de las personas manifiestan que casi siempre hay un control de las promociones de ventas, el 52% dicen que siempre hay control, mientras que un 13% informan que no existe control.

CUADRO N°11

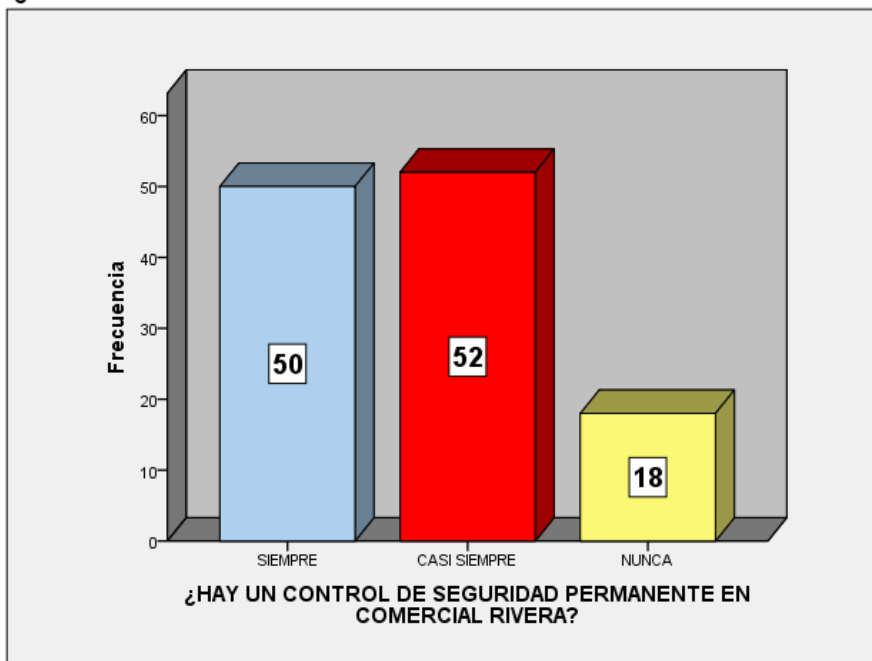
¿HAY UN CONTROL DE SEGURIDAD PERMANENTE EN COMERCIAL RIVERA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	50	41,7	41,7
	CASI SIEMPRE	52	43,3	85,0
	NUNCA	18	15,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿HAY UN CONTROL DE SEGURIDAD PERMANENTE EN COMERCIAL RIVERA?



FUENTE: CUADRO N°11

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (11)

De las personas encuestadas el 52% manifiestan que casi siempre hay control de seguridad, el 50% que siempre hay control y un 18% que nunca hay control de seguridad.

CUADRO N°12

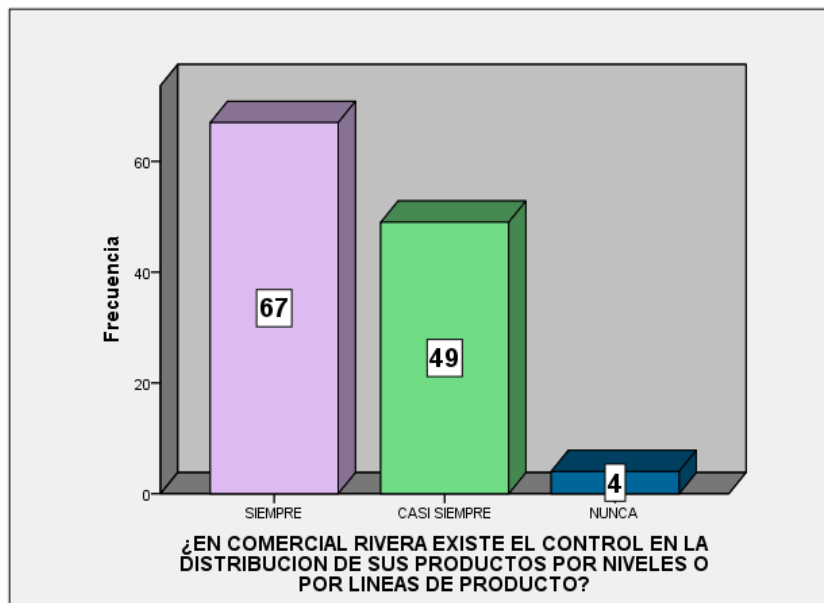
¿EN COMERCIAL RIVERA EXISTE EL CONTROL EN LA DISTRIBUCION DE SUS PRODUCTOS POR NIVELES O POR LINEAS DE PRODUCTO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	67	55,8	55,8
	CASI SIEMPRE	49	40,8	96,7
	NUNCA	4	3,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0

FUENTE: Aplicación de Encuesta a los Clientes de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿EN COMERCIAL RIVERA EXISTE EL CONTROL EN LA DISTRIBUCION DE SUS PRODUCTOS POR NIVELES O POR LINEAS DE PRODUCTO?



FUENTE: CUADRO N°12

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (12)

Del total de personas encuestadas el 67% manifiestan siempre hay una distribución por líneas de producto (blanca, marrón, mueblería, cómputo, tecnología y pequeños electrodomésticos), el 49% que casi siempre existe control de distribución y un 4% manifiestan todo lo contrario.

Es importante mencionar que se tomó la decisión de presentar únicamente cuatro gráficas, con el propósito de evitar la redundancia de la información obtenida, y considerando que las cuatro gráficas presentadas reflejan la información más relevante que se busca obtener con dicho cuestionario, las cuales se presentan a continuación:

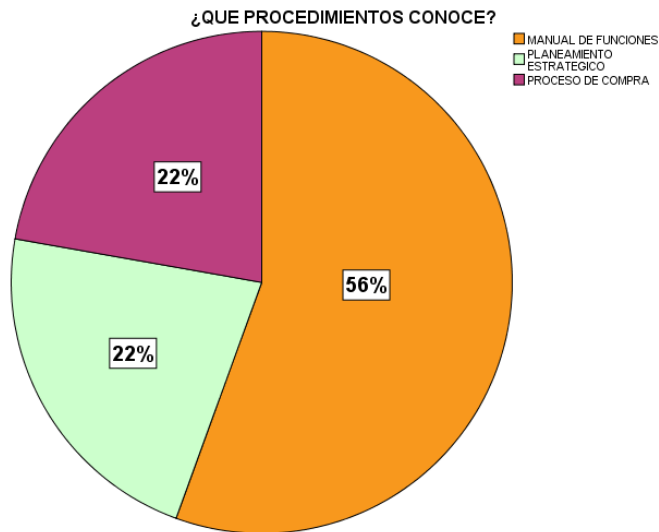
CUADRO N°02

¿QUE PROCEDIMIENTOS CONOCE?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MANUAL DE FUNCIONES	5	55,6	55,6	55,6
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	2	22,2	22,2	77,8
PROCESO DE COMPRA	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Cuestionario a los Administrativos de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia



FUENTE: CUADRO N°02

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (2)

En la presente grafica se puede observar que dentro de los formatos y procedimientos que las personas más conocen, el 56% manifestaron el manual de funciones, el 22% el de planeamiento estratégico y el otro 22% el proceso de compra. Se considera que los formularios y procedimientos que mayor porcentaje alcanzaron son los que están íntimamente ligados al problema encontrado, ya que las personas conocen sus funciones, y muchas veces no las

cumples o no están muy bien definidas, es por ello que se podría considerar que esta podría ser una de las debilidades que hay que fortalecer en la organización.

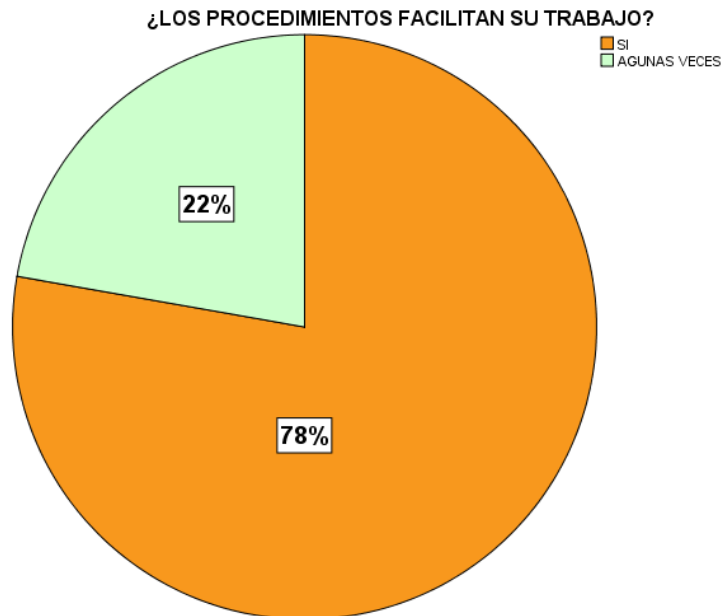
CUADRO N°08

¿LOS PROCEDIMIENTOS FACILITAN SU TRABAJO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	7	77,8	77,8	77,8
Válidos AGUNAS VECES	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Cuestionario a los Administrativos de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia



FUENTE: CUADRO N°08

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (8)

La presente grafica indica que al 78% de los miembros del equipo, se les ha facilitado más la ejecución del trabajo, por haber obtenido el nivel más alto en el rango de la misma.

Es importante mencionar que la administración tiene conocimiento que el 22% de las personas que dijeron que algunas veces se les facilita su trabajo, se encuentran algunas que también manifestaron no haber recibido ningún tipo de inducción.

CUADRO N°11

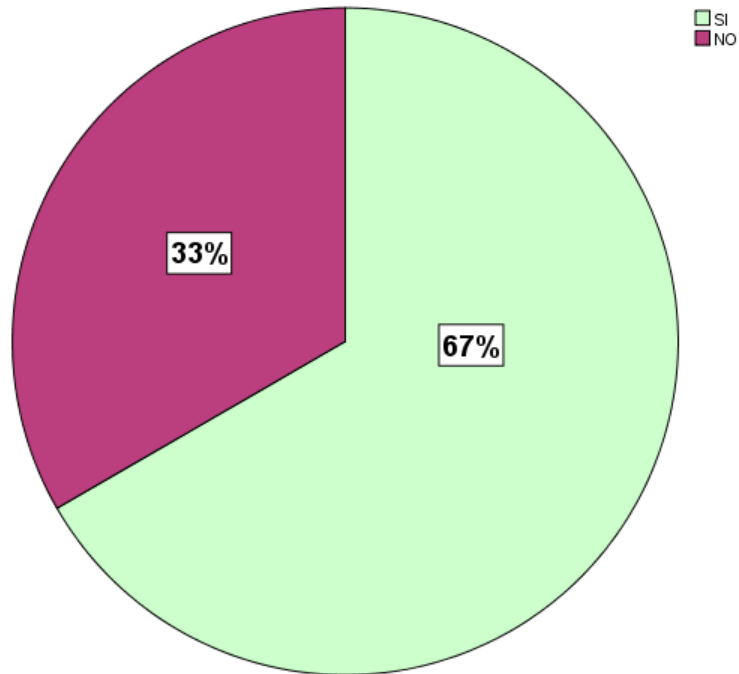
¿EXISTE ALGUNA PERSONA RESPONSABLE DE MONITOREAR EL PROCESO ADMINISTRATIVO EN SU UNIDAD DE TRABAJO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	6	66,7	66,7	66,7
Válidos NO	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Cuestionario a los Administrativos de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿EXISTE ALGUNA PERSONA RESPONSABLE DE MONITOREAR EL PROCESO ADMINISTRATIVO EN SU UNIDAD DE TRABAJO?



FUENTE: CUADRO N°11

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (11)

La gráfica nos muestra que el 67% de las personas manifestaron que si hay una persona que supervisa sus funciones, mientras que el 33% informan que no existe ninguna persona que supervise sus funciones.

CUADRO N°10

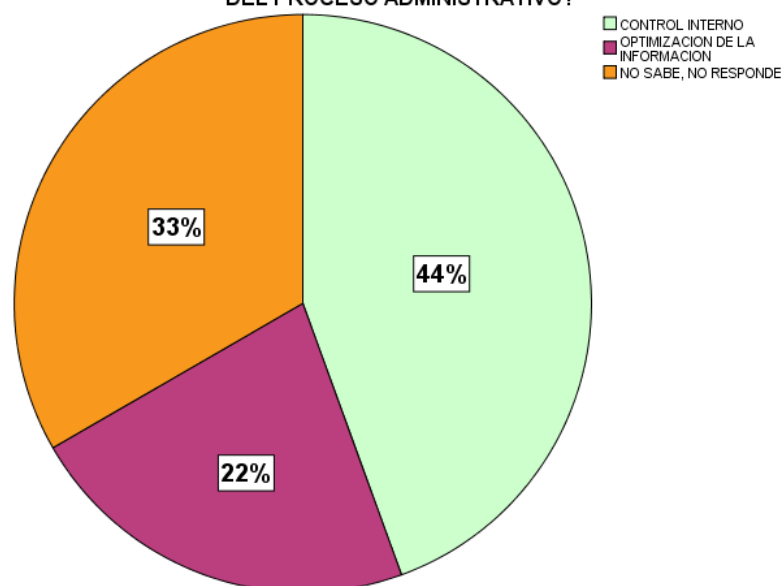
¿POR QUE CONSIDERA QUE LA ORGANIZACION DEMANDA EL CUMPLIMIENTO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CONTROL INTERNO	4	44,4	44,4	44,4
OPTIMIZACION DE LA INFORMACION	2	22,2	22,2	66,7
NO SABE, NO RESPONDE	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

FUENTE: Aplicación de Cuestionario a los Administrativos de la Empresa.

ELABORACIÓN: Propia

¿POR QUE CONSIDERA QUE LA ORGANIZACION DEMANDA EL CUMPLIMIENTO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO?



FUENTE: CUADRO N°10

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN (10)

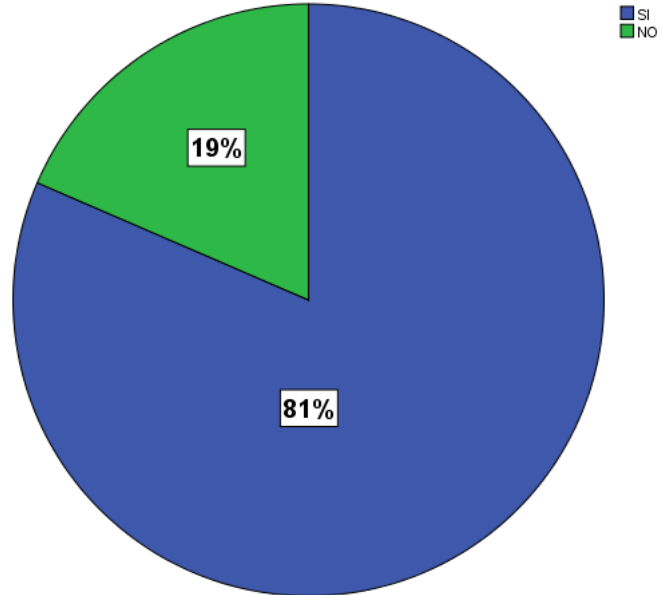
En la siguiente grafica se puede observar la concepción que el equipo de trabajo tiene sobre la razón por la cual se le solicita el cumplimiento de procedimientos administrativos.

Vale mencionar que el mayor porcentaje tiene claro que este es un requisito de control interno, aunque preocupa el hecho de que el 33% de las personas digan que no saben y no responden antes de pensar que es para la optimización de la información.

4.2. Contratación de Hipótesis

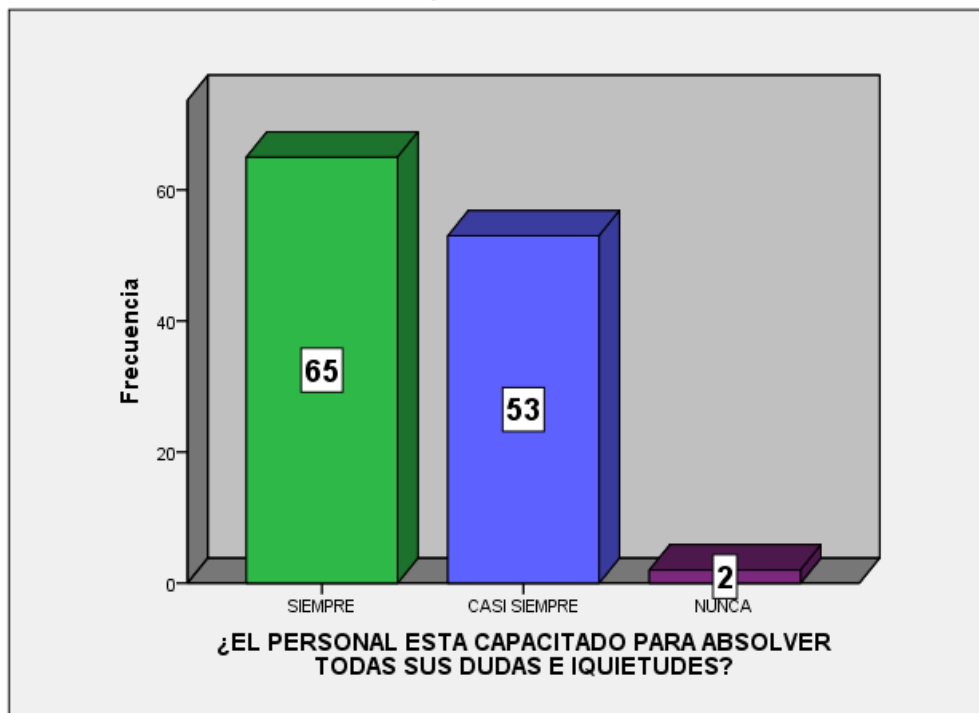
CUADRO N°12

¿CONSIDERA VIABLE LA IMPLEMENTACION DE PROCEDIMIENTOS DENTRO DE SU AREA DE TRABAJO?



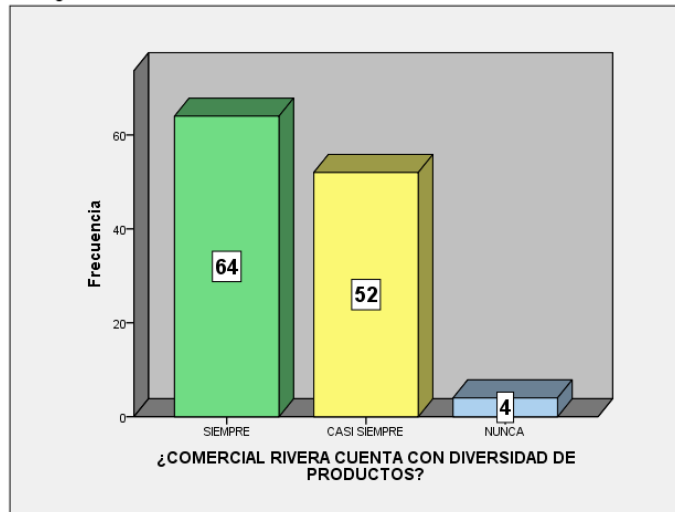
CUADRO N°02

¿EL PERSONAL ESTA CAPACITADO PARA ABSOLVER TODAS SUS DUDAS E IQUIETUDES?



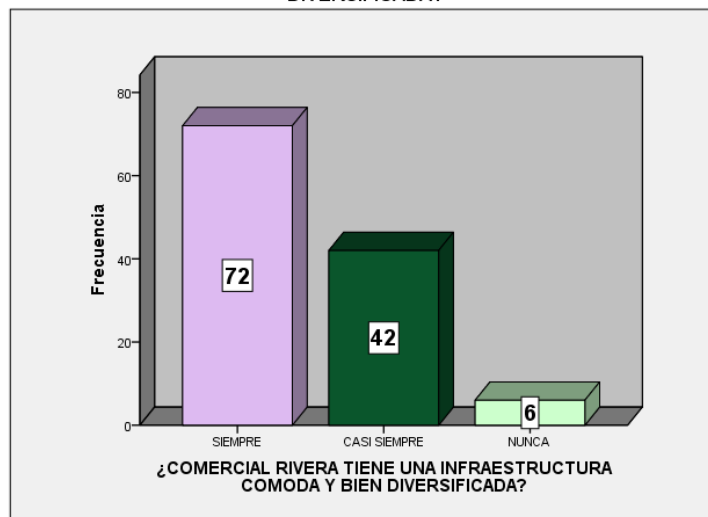
CUADRO N°03

¿COMERCIAL RIVERA CUENTA CON DIVERSIDAD DE PRODUCTOS?



CUADRO N°04

¿COMERCIAL RIVERA TIENE UNA INFRAESTRUCTURA COMODA Y BIEN DIVERSIFICADA?



ANALISIS E INTERPRETACION

De acuerdo a la constatación de hipótesis el porcentaje que nos muestra es positivo ya que los encuestados coinciden en expresar su aplicación correctamente a los Procesos Administrativos que permite mejorar la Calidad de Servicio en la diversidad de productos que ofrecen la empresa como contar con cómoda y buena infraestructura, que el personal está altamente capacidad para absolver dudas e inquietudes según los resultados obtenidos.

Por lo tanto se puede afirmar que: los Procesos Administrativos, **SI** influye en la Calidad de Servicios de la empresa Comercial Rivera Distribuidores S.R.L.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

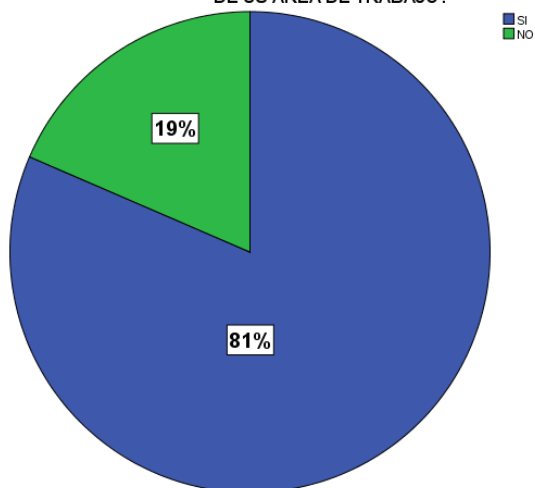
Esta investigación tuvo como propósito demostrar la relación del Proceso Administrativo y la Calidad de Servicio en la Empresa Comercial Rivera Distribuidores, se estarán discutiendo los principales hallazgos de este estudio.

5.1. Sobre la Variable Independiente: “PROCESO ADMINISTRATIVO”

Según el autor “Hurtado 2008 pág. 47” El Proceso Administrativo es la herramienta que se aplica en las organizaciones para el logro de sus objetivos y satisfacer sus necesidades lucrativas y sociales. Si los administradores o gerente de una organización realizan debidamente su trabajo a través de una eficiente y eficaz gestión, es mucho más probable que la organización alcance su metas; por lo tanto, se puede decir que el desempeño de los gerentes o administradores se puede medir de acuerdo con el grado en que estos cumplan con el proceso administrativo.

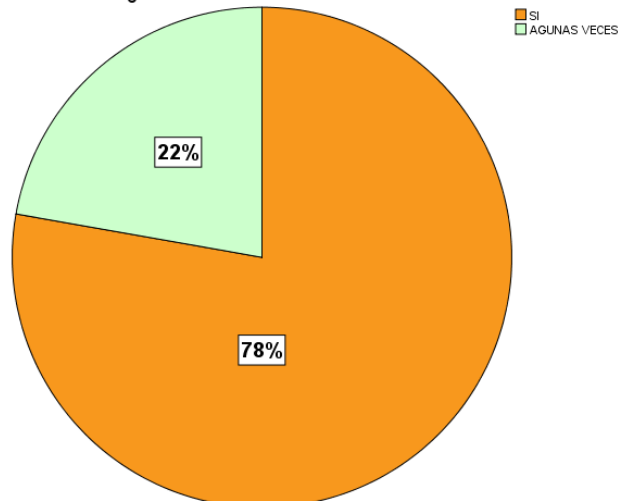
CUADRO N°12

¿CONSIDERA VIABLE LA IMPLEMENTACION DE PROCEDIMIENTOS DENTRO DE SU AREA DE TRABAJO?



CUADRO N° 08

¿LOS PROCEDIMIENTOS FACILITAN SU TRABAJO?



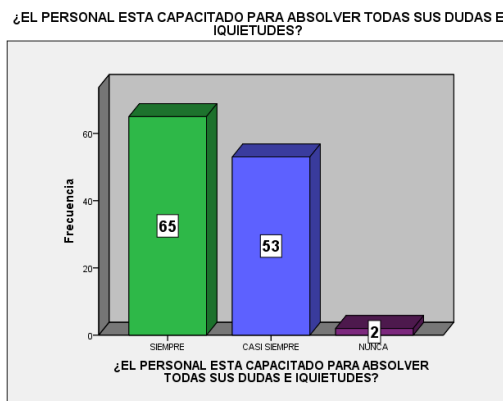
Análisis:

En este contexto el proceso administrativo es considerado el pilar de toda empresa, como se puede apreciar en los cuadros 12 y 08 hay un índice positivo ya que los trabajadores manifiestan que es importante el proceso mediante sus fases ya que cuentan con todas las herramientas para que se puedan desenvolver y poder dar una atención de calidad brindando los servicios acorde a las necesidades de los clientes.

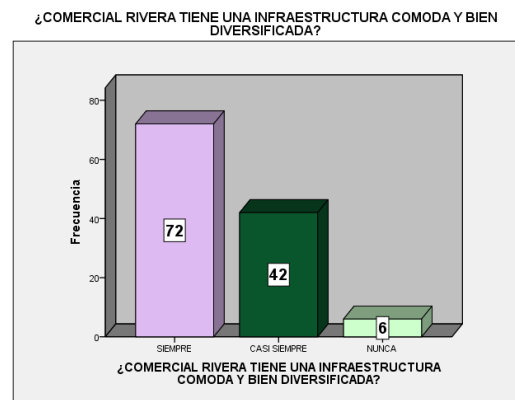
5.2. Sobre la Variable Dependiente: “CALIDAD DE SERVICIO”

Según el autor “Denton,D.K.1991 págs.175-196” la atención al cliente establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para mejorar toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa. La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa.

Cuadro N° 02



Cuadro N° 04



Análisis:

Los resultados de la evaluación de la variable calidad de servicio permiten demostrar el impacto que se tiene en la empresa Comercial Rivera Distribuidores, teniendo un porcentaje positivo (cuadros 2 y 3) en que el personal está capacitado para absolver dudas e inquietudes, que cuenta con buena infraestructura es por ellos que el clientes puede experimentar una calidad de atención.

CONCLUSIONES

- 1) Se contrasto la hipótesis de manera descriptiva determinando que si existe influencia entre los Procesos Administrativos y la Calidad de Servicios.
- 2) Se determinó que si existe la influencia de la Planificación en la Calidad de Servicios, en la encuesta realizada en la pregunta ¿Cuenta con buena planificación de sus recursos?, la mayoría manifestó que hay planificación, mientras que un 6% no cree que exista planeación, habrá que mejorar la comunicación dentro de la empresa para que todos puedan ir hacia un mismo objetivo.
- 3) Se determinó que si existe la influencia de la Organización en la Calidad de Servicios, los resultados nos muestran que los empleados de la empresa Comercial Rivera Distribuidores S.R.L. (un 22%) no conocen el organigrama de la institución, lo cual origina problemas con la definición de tareas de cada uno de los elementos que conforman el área administrativa, al igual que determina nuestros perfiles para cada uno de los puestos existentes.
- 4) Se determinó que si existe la influencia de la Dirección en la Calidad de Servicios, como se puede apreciar en la gráfica N°11 hay un alto porcentaje de personas que manifestaron que si hay una persona que se encarga de monitorear sus actividades, eso permite tener una dirección clara de los objetivos.
- 5) Se determinó que si existe la influencia en el Control de la Calidad de Servicios, en relación al control se puede observar en las gráficas N°10,11y12 que hay un gran control en lo que son promociones de ventas ya que la empresa realiza descuentos y promociones, cuentan con seguridad permanente y el control en la distribución de los productos está bien diversificado por líneas y niveles.

RECOMENDACIONES

- 1) Preparar a los empleados, la capacitación juega un papel importante, pues esta debe darse antes y durante el desempeño de actividades normales, la capacitación debe ser periódica y debe ser percibida como una inversión y no como gasto.

- 2) Respecto a la estructura organizacional la empresa debe contar con una estructura bien diseñada y que permita una clara funcionabilidad. Se recomienda una reestructuración de su organigrama y manual de funciones los cuales sean claros y precisos que le permitan a los empleados puedan desempeñarse para así cumplir con los objetivos propuestos como también brindar un buen servicio y tengan su división de trabajo.

- 3) Implementar nuevas formas de post-venta, como una página web en donde se pueda brindar los productos on-line, mensajes corporativos ofreciendo descuento y promociones de acuerdo a su cartera de clientes.

- 4) Realizar evaluaciones constantes a la empresa, con el principal objetivo de medir si los planes de acción se están ejecutando como se espera en caso no sea así poder corregirlos y se pueda cumplir con lo planificado.

- 5) Replantear la visión y misión de la empresa haciéndola acorde con los tiempos actuales, ya que sobre ellos recae la proyección que se desea lograr en un tiempo determinado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Administracion, i. a. (s.f.). *Tipologia de la Organizacion*. Obtenido de <https://organizacionfaca.wordpress.com/2009/11/07/tipologia-de-la-organizacion/>
2. Administrativo, G. (5 de 3 de 2012). *Glosario*. Obtenido de <http://glosarios.servidor-alicante.com/glosario-administrativo>
3. Berzunza, E. (S.F.). *Planeacion y Control Estrategico*. Obtenido de Concepto de Control:
http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20VI/61.htm
4. Castaño Duque, G. A. (S.F.). *Concepto Varios Autores*. Obtenido de Seminario de Teoría administrativa (universidad nacional de colombia):
http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo1/Pages/1.2/121Conceptos_autores.htm
5. Castillo Perez, J. (2011). *El Marketing de Servicios y su Incidencia en la Calidad de Servicio en la Cevicheria el Chanquesito*. HuÁnuco / Campus Universitario de la Unheval.
6. Cliente, S. A. (10 de 2011). *Taller Servicio al Cliente*. Obtenido de <http://tallerservicioalcliente.blogspot.pe/>
7. Denton, D. K. (1991). Calidad en el Servicio a los Clientes. En D. K. Denton, *Calidad en el Servicio a los Clientes* (págs. 78-79). Houston,Texas: Diaz de Santos.
8. Denton, D. K. (1991). Calidad en el Servicio a los Clientes. En D. K. Denton, *Calidad en el Servicio a los Clientes* (págs. 175-196). Houston,Texas: Diaz de Santos.
9. Dias Diaz, C. (2002). *Administración*. San Marcos.
10. *Ecured*. (2011). Obtenido de TÉCNICAS de DIRECCIÓN:
http://www.ecured.cu/index.php/T%C3%A9cnicas_de_direcci%C3%B3n
11. Fernandez Arena, J. A. (1991). *El Proceso Administrativo*. Diana.
12. Fernández Lezameta, I. C. (01 de 02 de 2012). *Estudio de la calidad de servicio de las redes móviles en el Perú*. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1712>
13. Hernandez Sampieri, R. (1991). Metodología de la investigación. en R. Hernandez Sampieri, *Metodologia de la Investigación* (pág. 80). México: Mcgraw-Hill.
14. Hernandez Sampieri, R. (1991). Metodología de la investigación. en R. Hernandez Sampieri, *Metodologia de la Investigación* (pág. 83). México: Mcgraw-Hill.
15. Hernandez Sampieri, R. (1991). Metodología de la investigación. en R. Hernandez Sampieri, *Metodologia de la Investigación* (pág. 149). México: Mcgraw-Hill.
16. Hurtado, D. (2008). *Principios de Administración*. Itm.
17. K., A. (s.f.). *Concepto e Importancia de la Planeación*. Obtenido de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/concepto-e-importancia-de-la-planeacion/>
18. Martin, W. B. (1992). Calidad en el Servicio al Cliente. en W. B. Martin, *Guía para la Excelencia en el Servicio* (págs. 7-40). México: Grupo Iberoamericana.

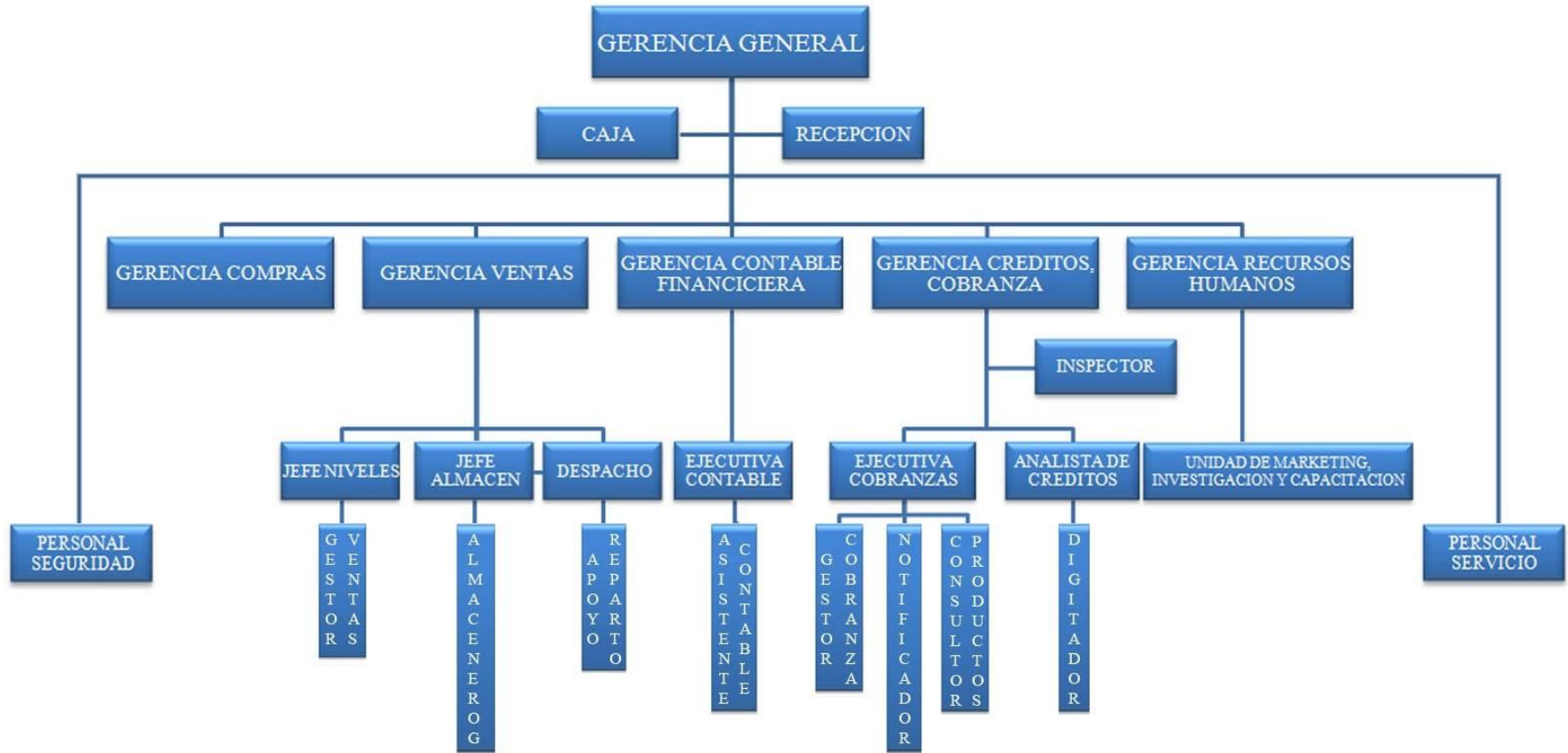
19. Melchor Duchi Zaruma, Bolívar Andrade Maldonado. (2001). *Los Procesos de Gestión Administrativa y Pedagógica del Núcleo "Nataniel Aguirre" de Colomi, Cochabamba-Bolivia*. Obtenido de http://bvirtual.proeibandes.org/bvirtual/docs/tesis/proeib/Tesis_Andrade_y_Melchor.pdf
20. *Proceso Administrativo*. (13 de Marzo de 2003). Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com>
21. Quichca Torres, G. O. (2012). *Relación entre la Calidad de Gestión Administrativa y el Desempeño Docente según los Estudiantes del I al VI ciclo 2010 - I del Instituto Superior Particular "La Pontificia" del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho – Perú*. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/1694>
22. Rivas, S. (30 de 08 de 2013). *Organización Empresarial*. Obtenido de Auditores y Asesores: <http://suriarivasauditores.com/index.php/2013-08-30-02-21-33/organizacion-empresarial>
23. S. Bateman, T. (2003). *Administración un Nuevo Panorama Competitivo*. Santa Fe - México: McGraw-Hill.
24. Sas, A. N. (S.F.). *Planeación Estratégica*. Obtenido de Gerencia y Negocios: http://www.gerenciaynegocios.com/canales/planeacion_estrategica/conceptos_planeacion.htm
25. Shaw, J. (1997). El Cliente Quiere... Calidad. En J. Shaw, *El Cliente Quiere... Calidad* (págs. 19-21). México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
26. Significados. (2013). Obtenido de <http://www.significados.com/proceso-administrativo/>
27. *Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá*. (S.F.). Obtenido de Aspectos Generales Dirección: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/html/cap01/cont30.html>
28. Valda, J. C. (S.F.). *Planeación y Control Estratégico*. Obtenido de Grandes Pymes: <http://www.grandespymes.com.ar/2010/03/10/el-control-administrativo-su-importancia/>
29. Velasco, F. A. (01 de 2006). *"Auditoría de Gestión Administrativa del Área de Capacitación del Instituto de Capacitación Municipal (ICAM)"*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11178/1/27135_1.pdf

ANEXOS

ANEXO N°01

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TITULO: PROCESO ADMINISTRATIVO Y CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES S.R.L. HUÁNUCO - 2015				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p><u>GENERAL</u></p> <p>¿DE QUE MANERA INFLUYE EL PROCESO ADMINISTRATIVO EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL -HUÁNUCO 2015?</p> <p><u>ESPECIFICOS</u></p> <p>¿DE QUE MANERA INFLUYE LA PLANIFICACION EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015?</p> <p>¿DE QUE MANERA INFLUYE LA ORGANIZACION EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015?</p> <p>¿DE QUE MANERA INFLUYE LA DIRECCION EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015?</p> <p>¿DE QUE MANERA INFLUYE EL CONTROL EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015?</p>	<p><u>GENERAL</u></p> <p>EXPLICAR DE QUE MANERA INFLUYE EL PROCESO ADMINISTRATIVO EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL -HUÁNUCO 2015.</p> <p><u>ESPECIFICOS</u></p> <p>EXPLICAR DE QUE MANERA INFLUYE LA PLANIFICACION EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015.</p> <p>EXPLICAR DE QUE MANERA INFLUYE LA ORGANIZACION EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015.</p> <p>EXPLICAR DE QUE MANERA INFLUYE LA DIRECCION EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015.</p> <p>EXPLICAR DE QUE MANERA INFLUYE EL CONTROL EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES SRL- HUÁNUCO 2015.</p>	<p><u>GENERAL</u></p> <p>EL PROCESO ADMINISTRATIVO INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES S.R.L. – HUÁNUCO 2015.</p> <p><u>ESPECIFICAS</u></p> <p>LA PLANEACION INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES S.R.L. – HUÁNUCO 2015.</p> <p>LA ORGANIZACION INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES S.R.L. – HUÁNUCO 2015.</p> <p>LA DIRECCION INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES S.R.L. – HUÁNUCO 2015.</p> <p>EL CONTROL INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN CALIDAD DE SERVICIOS DE LA EMPRESA COMERCIAL RIVERA DISTRIBUIDORES S.R.L. – HUÁNUCO 2015.</p>	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <p style="text-align: center;">PROCESO ADMINISTRATIVO</p> <p>DIMENSIONES:</p> <p>-PLANEACION</p> <p>-ORGANIZACIÓN</p> <p>-DIRECCION</p> <p>-CONTROL</p> <p><u>VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <p style="text-align: center;">CALIDAD DE SERVICIOS</p> <p>DIMENSIONES:</p> <p>-RECURSOS TANGIBLES</p> <p>-CONFIABILIDAD</p> <p>-GARANTIA</p> <p>-EMPATIA</p>	<p><u>POBLACION Y MUESTRA:</u></p> <p>POBLACION: La población está determinada por 120 CLIENTES de la empresa Comercial Rivera Distribuidores S.R.L.</p> <p>MUESTRA: Para efecto de estudio se extrae solamente la muestra no probabilística que es elegida al azar y según conveniencia de estudio.</p> <p><u>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</u></p> <p>TIPO DE INVESTIGACION: DESCRIPTIVO</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACION: NO EXPERIMENTAL</p> <p><u>TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION:</u></p> <p>TÉCNICAS: -ENCUESTAS</p> <p>INSTRUMENTOS: -CUESTIONARIOS</p>

**ANEXO N° 02
ORGANIGRAMA**



ANEXO N°03



VISIÓN

Ser la organización líder en la región y a nivel nacional, en la comercialización de electrodomésticos, enseres para el hogar y la oficina, proporcionando satisfacción al consumidor.

MISIÓN

Brindar productos de alta calidad orientados a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, promoviendo el bienestar de la familia.

FINES Y OBJETIVOS

- ✚ Satisfacer las necesidades del hogar, oficinas y/o lugares que lo requieran
- ✚ Ofrecer productos de calidad
- ✚ Ofrecer productos de garantía
- ✚ Dar asesoramiento oportuno y permanente de las bondades de los productos
- ✚ Brindar facilidades de crédito hasta 24 meses
- ✚ Brindar precios competitivos al cash
- ✚ Atención cordial, oportuna y de forma gentil

VALORES

- ✚ Brindar calidad total en todos los servicios que ofrecemos
- ✚ Comportarnos con ética y responsabilidad
- ✚ Estimular la creatividad, la innovación el trabajo en equipo
- ✚ Calidad y trato humano con personal capacitado

ANEXO N°04

CUESTIONARIO AL COLABORADOR

El presente cuestionario es para determinar su opinión sobre el Proceso Administrativo que está bajo su responsabilidad.

Nombre

Sexo

Masculino

 Femenino

Cargo:

PREGUNTA 1. ¿Tiene conocimiento de que exista un Proceso Administrativo preestablecido?

Si (pasar a la pregunta 2)

No (pasar a la pregunta 5)

PREGUNTA 2. ¿Qué procedimientos conoce?, mencione 3 máximo.

1.

2.

3.

PREGUNTA 3. ¿Ha recibido usted algún tipo de inducción para cumplir con los procedimientos?

Si (pasar a la pregunta 5)

No (pasar a la pregunta 4)

PREGUNTA 4. ¿Por qué cree que no ha recibido la inducción? (Explique)

PREGUNTA 5. Si Ud. Ha recibido anteriormente alguna inducción para cumplir con el Proceso Administrativo y se le ha dado algún tipo de retroalimentación sobre los mismos?

Si (pasar a la pregunta 6)

No (pasar a la pregunta 7)

PREGUNTA 6. ¿Por qué cree que lo eligieron?

PREGUNTA 7. Considera Ud. Que los procedimientos que están bajo su responsabilidad realizar son funcionales?

Si

No

Algunos

Comentarios:

PREGUNTA 8. Los procedimientos facilitan su trabajo?

Si

No

Algunas veces

Comentarios:

PREGUNTA 9. Si respondió NO, mencione al menos tres razones que justifiquen su respuesta:

1.

2.

3.

PREGUNTA 10. Por qué considera que la organización demanda el cumplimiento del Proceso Administrativo? (Puede seleccionar más de una opción)

Burocracia

Justificación de las actividades que Ud. Desarrolla

Control interno

Optimización de la información

No sabe, no responde

Justifique su respuesta:

PREGUNTA 11. ¿Existe alguna persona responsable de monitorear el Proceso Administrativo en su unidad de trabajo?

Si

No

PREGUNTA 12. ¿Qué sugeriría para optimizar el trabajo que Ud. Realiza en cuanto a los procedimientos que le corresponde utilizar actualmente?

Comentarios:

Gracias por su colaboración!

ANEXO N°05

ENCUESTA AL CLIENTE

1. ¿Comercial Rivera cuenta con una buena planificación de sus recursos?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

2. ¿El personal está capacitado para absolver todas sus dudas e inquietudes?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

3. ¿Comercial Rivera cuenta con Diversidad de productos?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

4. ¿Comercial Rivera tiene una Infraestructura cómoda y bien diversificada?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

5. ¿Comercial Rivera está bien organizado en sus funciones empresariales?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

6. ¿Comercial Rivera trabaja en equipo?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

7. ¿Los trámites administrativos en Comercial Rivera son eficientes para adquirir un producto?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

8. ¿En Comercial Rivera son eficaces a la hora de entrega del producto por el área de despacho?
 SIEMPRE
 CASI SIEMPRE
 NUNCA

9. ¿En Comercial Rivera rotan constantemente la variedad de sus productos?
 SIEMPRE

- CASI SIEMPRE
- NUNCA

10. ¿En Comercial Rivera existe un control de la promociones de ventas?

- SIEMPRE
- CASI SIEMPRE
- NUNCA

11. ¿Hay un control de seguridad permanente en Comercial Rivera?

- SIEMPRE
- CASI SIEMPRE
- NUNCA

12. ¿En Comercial Rivera Existe el Control en la Distribución de sus productos por niveles o por líneas de producto?

- SIEMPRE
- CASI SIEMPRE
- NUNCA

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

ANEXO N°06

ENCUESTA AL COLABORADOR

ENCUESTA SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Buenos días, su punto de vista es muy importante para conocer la opinión que existe sobre el funcionamiento de la empresa, lo que permitirá hacer propuesta de mejoras. Por favor, responda las preguntas que mejor expresen su forma de pensar.

1) ¿Conoce el organigrama de la empresa?

Si No

2) ¿Tiene identificado su puesto de trabajo y conoce los límites de actuación?

Si No

3) ¿Su puesto de trabajo le permite tomar iniciativa?

Si No

4) ¿Sabe usted que es un procedimiento?

Si No

Si la respuesta es negativa, pase a la pregunta numero 8

5) ¿Existen procedimientos para las actividades que desempeña dentro de su área de trabajo? Si No

Si la respuesta es negativa pase a la pregunta numero 8

6) ¿Dentro de su área, ¿Conoce los procedimientos de cada puesto de trabajo?

Si No

7) ¿Conoce alguna forma en la que se realizan Los procesos administrativos?

Si No

8) ¿Las actividades que desempeña tienen relación con su puesto de trabajo?

Si No

9) ¿Existe división de actividades dentro del área de trabajo?

Si No

10) ¿Existe alguna persona específica que sea la encargada de realizar las compras o pedidos?

Si No

11) ¿Cuándo existen dudas en su puesto de trabajo, hay alguna guía para darle posibles soluciones?

Si No

12) ¿Considera viable la implementación de procedimientos dentro de su área de trabajo?

Si No

Gracias por su colaboración!

FOTO N° 01
FACHADA DE LA EMPRESA



FOTO N° 02
ENTREVISTA AL GERENTE
SR. JOSÉ TEOBALDO RIVERA ORTEGA



FOTO N° 03
COLABORADORES DE LA EMPRESA



FOTO N° 04
ATENDIENDO A UN CLIENTE



FOTO N° 05
VARIEDAD DE PRODUCTOS

