



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y EFICACIA DE LOS
PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LAS MYPES DEL
SECTOR SERVICIO, AGENCIA DE PUBLICIDAD –
CALLERÍA, 2019.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

BACHILLER LEOPOLDO NICOLÁS RODRÍGUEZ MACEDO

ORCID: 0000-0003-3980-9475

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

ORCID: 0000-0002-6167-9323

Pucallpa – Perú

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Bach. Rodríguez o Leopoldo Nicolás

ORCID: 0000-0003-3980-9475

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante pregrado,
Pucallpa, Perú

ASESOR:

Valdiviezo Saravia, Crysber Moisés

ORCID: 0000-0002-6167-9323

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Pucallpa, Perú.

JURADO:

Grandes García, Geider

ORCID: 0000-0001-8173-701X

Mozombite Armas, José Wilson

ORCID: 0000-0001-5070-4450

Sáenz Villaverde, Marleni Felicita

ORCID: 0000-0001-9818-7130

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Mozombite Armas, José W.

ORCID: 0000-0001-5070-4450

Secretario

Mgtr. Sáenz Villaverde, Marleni F.

ORCID: 0000-0001-9818-7130

Miembro

Dr. Geider Grandes García

ORCID: 0000-0001-8173-701X

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

ORCID: 0000-0002-6167-9323

Asesor

AGRADECIMIENTO

En cada obstáculo de la vida existió personas que creyeron en mí, por eso agradezco a cada uno de ellos por estar presente y por apoyarme siempre.

Agradezco a mi madre, quien me enseñó el camino del bien y valores, a ella debo el cumplimiento de mis objetivos.

Agradezco a Dios por ser mi lumbrera en mi camino, en mis problemas y en este objetivo que me trace y por estar a mi lado a cada instante.

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mi madre que siempre está a mi lado, por su esfuerzo de apoyarme en cada decisión que he tomado y por su amor incondicional, a mi familia por acompañarme y apoyarme al cumplimiento de esta meta.

Gracias por estar a mi lado y seguir el camino para alcanzar mis logros, lo quiero mucho.

RESUMEN

El informe final de investigación tiene como objetivo definir la relación de la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019 y; cuyo planteamiento de problema se enfocó al deficiente uso de los procesos administrativos, una mala gestión de calidad, la metodología fue de naturaleza cuantitativa y de nivel descriptivo; el diseño de la investigación fue transversal, no experimental y descriptivo que permitió conocer a detalle las agencias de publicidad con relación a la gestión de calidad y los procesos administrativos, con la aplicación de la encuesta y un cuestionario de 22 preguntas, los representantes de las agencias de publicidad que en su mayoría son de sexo masculino (75%); tienen elaborado un plan de mejora (37.50%); tienen implementado su visión, misión y valores en su empresa (87.50%); tiene un plan de gestión de calidad enfocado a los procesos administrativos (37.50%), tienen definidos sus objetivos en su empresa (100%); realizó su manual de operación y funciones (62.50%); utiliza algún tipo de incentivo para mejorar el desempeño de sus colaboradores (87.50), tiene un sistema para conocer la satisfacción de sus clientes (37.50%). Como conclusión de la investigación llegamos a que las mypes del sector servicios, agencias de publicidad tienen un deficiente proceso administrativo, sin un enfoque a la gestión de calidad efectiva.

Palabras claves: Gestión de calidad, procesos administrativos, agencias, publicidad.

ABSTRACT

The final research report aims to define the relationship of quality management and administrative processes in the mypes of the service sector, advertising agency - Calleria, 2019 and; whose problem statement focused on the poor use of administrative processes, poor quality management, the methodology was quantitative in nature and descriptive; The research design was cross-sectional, non-experimental and descriptive that allowed to know in detail the advertising agencies in relation to quality management and administrative processes, with the application of the survey and a questionnaire of 22 questions, the representatives of the advertising agencies that are mostly male (75%); they have developed an improvement plan (37.50%); they have implemented their vision, mission and values in their company (87.50%); You have a quality management plan focused on administrative processes (37.50%), your objectives are defined in your company (100%); performed its operation and functions manual (62.50%); uses some kind of incentive to improve the performance of its employees (87.50), has a system to know the satisfaction of its customers (37.50%). As a conclusion of the investigation we reach that the mypes of the services sector, advertising agencies have a deficient administrative process, without an approach to effective quality management.

Keywords: Quality management, administrative processes, agencies, advertising.

ÍNDICE GENERAL

TÍTULO.....	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Caracterización del problema.....	3
1.1.2. Enunciado del problema.....	4
1.2. Objetivos de la investigación.....	5
1.2.1. Objetivo general.....	5
1.2.2. Objetivos Específicos.....	5
1.3. Justificación de la investigación.....	5
1.3.1. Justificación teórica.....	5
1.3.2. Justificación metodológica.....	5
1.3.3. Justificación práctica.....	6
CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	7
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	9
2.1.3. Antecedentes regionales.....	11
2.1.4. Antecedentes locales.....	14
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	16

2.2.1.	Planeación.....	16
2.2.2.	Organización.....	18
2.2.3.	Dirección.....	20
2.2.4.	Gestión de calidad.....	22
2.2.5.	Procesos de gestión administrativa.....	23
2.2.6.	Agencias de Publicidad.....	24
2.3.	Marco conceptual.....	26
2.3.1.	Glosario de términos.....	26
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS.....		28
3.1.	Hipótesis general.....	28
3.2.	Hipótesis específicas.....	28
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		29
4.1.	Diseño de la investigación.....	29
2.3.2.	Tipo de investigación.....	29
2.3.3.	Nivel de la investigación.....	30
4.2.	Población o muestra.....	30
4.2.1.	Población.....	30
4.2.2.	Muestra.....	30
4.3.	Definición y operacionalización de variables.....	31
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
4.4.1.	Técnicas.....	33
4.4.2.	Instrumentos.....	33
4.5.	Plan de análisis.....	33
4.6.	Matriz de consistencia.....	34
4.7.	Principios éticos.....	38
4.7.1.	Protección a la persona.....	38
4.7.2.	Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.....	38
4.7.3.	Libre participación y derecho a ser informado.....	38
4.7.4.	Beneficencia no maleficencia.....	38
4.7.5.	Justicia.....	38
4.7.6.	Integridad científica.....	39

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
5.1. Resultados.....	40
A. Generales.....	40
B. Gestión de calidad.....	44
C. Procesos administrativos.....	47
5.2. Análisis de resultado.....	62
5.3. Propuesta de mejora.....	67
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
6.1 Conclusiones.....	68
6.2 Recomendaciones.....	69
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....	70
ANEXOS.....	73
1.- Presupuesto.....	73
2.- Cronograma.....	75
3.- Encuesta.....	76
4.- Fotografías tomadas en el centro de investigación.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición de operacionalización de variables.....	31
Tabla 2: Matriz de consistencia.....	34
Tabla 3: ¿Cuál es la edad del representante de la mype?.....	40
Tabla 4: ¿Sexo del representante de la mype?.....	41
Tabla 5: ¿Nivel de educación del representante de la mype?.....	42
Tabla 6: ¿Cuál es el cargo del representante de la mype?.....	43
Tabla 7: ¿Tiene elaborado un plan de calidad?.....	44
Tabla 8: ¿Realiza evaluaciones de calidad de sus servicios?.....	45
Tabla 9: ¿Utiliza documentos de gestión?.....	46
Tabla 10: ¿Implemento su visión, misión y valores en su empresa?.....	47
Tabla 11: ¿Realizo un planeamiento estratégico en su empresa?.....	48
Tabla 12: ¿Tiene un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos?.....	49
Tabla 13: ¿Realizo una matriz FODA?.....	50
Tabla 14: ¿Tiene definidos sus objetivos en su empresa?.....	51
Tabla 15: ¿Utiliza políticas internas en su empresa?.....	52
Tabla 16: ¿Realizo su manual de operaciones y funciones?.....	53
Tabla 17: ¿Tiene un organigrama?.....	54
Tabla 18: ¿Realizó la distribución de funciones dentro de su empresa?.....	55
Tabla 19: ¿Utiliza algún tipo de liderazgo para la obtención de resultados?.....	56
Tabla 20: ¿Utiliza algún tipo de motivación para mejorar el desempeño de sus colaboradores?.....	57
Tabla 21: ¿Realiza capacitaciones en su empresa?.....	58
Tabla 22: ¿Tiene algún sistema de control el desempeño de sus trabajadores?.....	59
Tabla 23: ¿Realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos?.....	60
Tabla 24: ¿Tiene algún plan de contingencia por alguna irregularidad dentro del proceso para la obtención de los objetivos?.....	61
Tabla 25: Presupuesto.....	73

Tabla 26: Cronograma.....	75
---------------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: ¿Cuál es la edad del representante de la mype?.....	40
Gráfico 2: ¿Sexo del representante de la mype?.....	41
Gráfico 3: ¿Nivel de educación del representante de la mype?.....	42
Gráfico 4: ¿Cuál es el cargo del representante de la mype?.....	43
Gráfico 5: ¿Tiene elaborado un plan de calidad?.....	44
Gráfico 6: ¿Realiza evaluaciones de calidad de sus servicios?.....	45
Gráfico 7: ¿Utiliza documentos de gestión?.....	46
Gráfico 8: ¿Implemento su visión, misión y valores en su empresa?.....	47
Gráfico 9: ¿Realizo un planeamiento estratégico en su empresa?.....	48
Gráfico 10: ¿Tiene un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos?.....	49
Gráfico 11: ¿Realizo una matriz FODA?.....	50
Gráfico 12: ¿Tiene definidos sus objetivos en su empresa?.....	51
Gráfico 13: ¿Utiliza políticas internas en su empresa?.....	52
Gráfico 14: ¿Realizo su manual de operaciones y funciones?.....	53
Gráfico 15: ¿Tiene un organigrama?.....	54
Gráfico 16: ¿Realizó la distribución de funciones dentro de su empresa?.....	55
Gráfico 17: ¿Utiliza algún tipo de liderazgo para la obtención de resultados?.....	56
Gráfico 18: ¿Utiliza algún tipo de motivación para mejorar el desempeño de sus colaboradores?.....	57
Gráfico 19: ¿Realiza capacitaciones en su empresa?.....	58
Gráfico 20: ¿Tiene algún sistema de control el desempeño de sus trabajadores?.....	59
Gráfico 21: ¿Realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos?.....	60
Gráfico 22: ¿Tiene algún plan de contingencia por alguna irregularidad dentro del proceso para la obtención de los objetivos?.....	61

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La Agencia de publicidad, desarrolla su actividad económica en el distrito de Callería. Tiene una alta demanda en los sectores público y privado para hacer conocer un producto o servicio.

En la región Ucayali los servicios de las agencias de publicidad están siendo cada vez más solicitadas, por la necesidad de hacer conocer sus productos, sus servicios, sus ideas y la imagen institucional de la empresa, por ello las agencias de publicidad brindan planes estratégicos de marketing y publicidad.

Se estableció las descripciones de cada uno de los procesos administrativos de una agencia de publicidad para encontrar la relación con la gestión de calidad para observar la productividad y el cumplimiento de objetivos.

En la caracterización de problema se observa como las agencias de publicidad tienen un inadecuado uso de los procedimientos administrativos y que no logran una gestión de calidad; el cual nos dará el enunciado del problema a desarrollar.

Para desarrollar el contenido del informe final de investigación se tendrá en cuenta la identificación de las variables independiente y dependiente con sus dimensiones, el cual nos ayudará a identificar los objetivos, la hipótesis y contenido del marco teórico.

Los antecedentes internacionales, nacionales, regionales y locales se identificarán para poder hacer el cruce de información cuando se tenga los resultados del instrumento de la encuesta y como base teórica de la investigación.

La metodología de la investigación servirá para identificar el nivel, el tipo y el instrumento para desarrollar el presente informe final de investigación, utilizando cada uno de los parámetros indicados para la obtención de datos.

En el Capítulo I. esta la introducción de todo el esfuerzo de la investigación, se describirá lo que se encontrará en cada uno de los capítulos, también se desarrolla la caracterización del problema, enunciado del problema y los objetivos para el desarrollo de la investigación.

En el Capítulo II. Se describirá cada uno de los antecedentes locales, regionales, nacionales e internacionales, con sus debidas conclusiones, tipo de investigación y los objetivos de la investigación, las bases teóricas de la investigación serán descritas e identificadas por las variables y dimensiones de la investigación, y por último los marcos conceptuales el cual dará fuerza y base a este informe final de investigación.

En el Capítulo III. Se desarrolló las hipótesis generales, las específicas a partir de la interpretación de los objetivos.

En el Capítulo IV. Se verá la metodología de la investigación que se utilizó para el desarrollo de este informe final, el tipo de investigación, la obtención de la muestra será partir de la población, la matriz de consistencia, la definición y operacionalización.

En el Capítulo V. Se hizo el análisis de los resultados y un plan de mejora.

En el Capítulo VI. Se realizó las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

El presente informe final de investigación se justifica y tiene como objetivo el desarrollo de la región y para las futuras investigaciones con datos reales.

1.1. Planteamiento del problema

Las agencias de publicidad del distrito de Callería, presentan dificultades para tener una gestión de calidad y un eficaz proceso administrativo, asociados a la planificación, organización, dirección y control, estos cuatro procesos están siendo mal utilizados o están siendo mal formuladas, lo que conlleva a desarrollar una empresa débil, sin visión al crecimiento y sin objetivos fijos.

Para desarrollar una planeación, organización, dirección y control eficaz, se requiere el asesoramiento externo de una empresa especializada, referente a los procesos de gestión administrativa, por ello debe tener un conocimiento básico, iniciativa y sobre todo no tener miedo al cambio. Porque al integrar cada proceso sin un estudio de ellas, se nos presentaría dificultades en el manejo, la elaboración y nos darían resultados deficientes.

Frente a este panorama es de gran importancia analizar, determinar y visualizar las imposibilidades y limitaciones que poseen los procesos administrativos para dar solución a esta situación problemática en relación a la gestión de calidad.

De acuerdo a lo planteado las mypes del sector servicio, agencias de publicidad, presentan una serie de problemáticas, vacíos e ineficiencia en los procesos administrativos y su relación en la gestión de calidad.

1.1.1. Caracterización del problema

El sector servicios, agencias de publicidad del distrito de Callería tiene una alta demanda por las empresas públicas, privadas y en algunos casos por personas naturales para hacer conocer sus actividades y productos que ofertan, sus procesos administrativos que utilizan son deficientes para llegar a una gestión de calidad, los lineamientos para el cumplimiento de objetivos son de forma empíricas, con poco

conocimiento y desinformación en los temas de planeación, organización, dirección y control; las agencias de publicidad no siguen lineamientos estratégicos para poder contrarrestar irregularidad en la ejecución de los procesos de gestión administrativa, ocasionando un desorden interno que lo conlleva a no cumplir las metas planteadas, tener una mala imagen institucional y sobre todo que sus productos y servicios no son de agrado para los demandantes o clientes.

En la actualidad el crecimiento económico y aumento de la competitividad hace que las agencias de publicidad busquen herramientas, estrategias y métodos para sobrevivir en el mundo empresarial; brindando servicios que ayudan a las demás empresas en hacer conocer sus servicios y productos o ideas, sin la utilización de un buen planeamiento no podrían llegar a cumplir los objetivos planteados para su desarrollo, pero se observa que las empresas de agencias de publicidad tienen un proceso administrativo inadecuado que no permite desarrollar una gestión de calidad eficiente en sus actividades, el planeamiento está siendo mal utilizado o están mal formulado, no implementan una visión y misión en sus empresas, ni políticas internas que ayuden al desarrollo, tienen una mala organización, un deficiente direccionamiento y sobretodo no tienen un control activo.

1.1.2. Enunciado del problema

Con la explicación del problema se desarrolló el siguiente enunciado: ¿De qué manera la gestión de calidad se relacionan con la eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Definir la relación de la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Describir la relación que tiene la planeación con gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad- Callería, 2019.
- Describir la relación que tiene la organización con la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad- Callería, 2019.
- Describir la relación que tiene la dirección con gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad- Callería, 2019.
- Describir la relación que tiene el control con la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad- Callería, 2019.

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación teórica

La siguiente investigación se justifica teóricamente porque se describirá cada uno de los procesos administrativos encaminando a una gestión de calidad, identificando las operacionalizaciones actuales, estudiando cuales son las nuevas tendencias que conlleve a la eficiencia y describiendo como es el funcionamiento de las agencias de publicidad utilizando la planeación, organización, dirección y control.

1.3.2. Justificación metodológica

Se hará una investigación aplicando metodología de la investigación científica, con datos reales que se realizará a través de una encuesta y procesada con

el método estadístico, utilizando programas.

1.3.3. Justificación práctica

Se conocerá y obtendrá información sobre la situación actual de los procesos administrativos, haciendo un diagnóstico de la utilización de la planeación, organización y dirección en la gestión de calidad para utilizarlos en las mypes del sector servicio, agencias de publicidad.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Balarezo, B. (2014), investigó en su tesis “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive”, para optar el título de Ingeniero de Empresas de la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador, tuvo como objetivo estudiar la deficiente comunicación organizacional en la empresa San Miguel, la metodología de la investigación fue descriptiva - no experimental, su población constó de 30 miembros de la organización que al mismo tiempo bien hacer su muestra, llegando a la siguiente conclusión: la falencia de comunicación genera una mala coordinación en la organización, los trabajadores conoce muy poco de los tipos de comunicación y sus actitudes están perjudicando a la productividad de la empresa.

Flores, S. (2015), en su tesis “Proceso Administrativo y Gestión empresarial en Coproabas, Jinotega”, para obtener el título en maestría en gerencia empresarial en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, la investigación tiene como objetivo general: analizar los pasos del proceso administrativo y su incidencia en la gestión empresarial aplicando en la cooperativa Coproabas, jinotega”, la metodología de la investigación fue descriptiva no experimental, la muestra a estudiar consta de 10 expertos (3 administradores de empresa, 3 personal que eran sujeta a la aplicación de los instrumentos, y 4 maestros del área de investigación), la siguiente investigación llevo a las siguientes conclusiones: cuando no se tiene un buen manejo de los procesos administrativos, no se tiene una buena gestión administrativa, alejándose de la utilización de la planeación, organización, dirección y control. Observándose que no cumplen con los

parámetros de mejora continúa.

Carrillo, D.J. & Chicaiza, J.V. (2016), en su tesis “Proyecto de implementación de un sistema integrado de gestión de calidad y productividad”, para optar el título de Magister en Administración de Empresas con mención en Gerencia de la calidad y productividad, Pontificia Universidad Católica del Ecuador; cuyo objetivo es diseñar una metodología de gestión de calidad ISO 9001, orientada a la mejora continua de la cadena de valor, y la implantación de herramientas y normas de seguridad alimentaria ISO 22000, para minimizar riesgos de contaminación de productos, generando confianza y credibilidad hacia el cliente. Asimismo, la metodología de investigación fue de carácter experimental, en donde la población o muestra, se delimitó a una empresa de catering ubicada en la ciudad de Guayaquil. Sus conclusiones, manifiesta que el diagnóstico de la situación actual de la empresa y el cumplimiento de las normas, permite concluir que es factible la creación de un Manual integrado de gestión y seguridad alimentaria, cumpliendo con los estándares ISO 9001-2008 e ISO 22000:2005, para el aseguramiento y control de los alimentos procesados a lo largo de la cadena de valor, lo que permitirá reducir las quejas de los clientes.

Cruz, J. (2016), en su tesis “La planeación estratégica como herramienta para el logro de los objetivos organizacionales en una empresa comercializadora de equipo de seguridad, México DF, 2016”, para obtener el título en Ingeniería de Empresas en el Instituto Politécnico Nacional - México, tuvo como objetivo investigar si las herramientas de gestión que da la planeación estratégica le hará llegar a sus objetivos, la metodología de la investigación fue de tipo descriptiva no experimental, la población estaba conformada por 20 empresas y se tuvo en

consideración una muestra de 15 empresas, concluyendo: para implementar la planeación estratégica se tiene que dominar ciertas metodologías de análisis y diagnóstico, a pesar de conocer y aplicar las metodologías existente los planes estratégicos dependen de otros factores para su consumación.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Martínez, J. & Silva, K. (2016), en su tesis “Plan Estratégico para mejorar la gestión de la empresa Spa celestial Touch – Chiclayo”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Señor de Sipán - Perú, para optar el título de Licenciado en Administración de negocios, tuvo como objetivo general aumentar la rentabilidad del Spa celestial Touch – Chiclayo, así mismo buscar posicionamiento en el mercado competitivo, la metodología de la investigación fue descriptivo – propositiva – no experimental cuantitativo, la población y muestra está integrada por personas que trabajan en el Spa Celestial Touch que son 4 y se llegó a las siguientes conclusiones: la empresa se encuentra bien internamente en sus procesos, ya que el gerente considera la innovación como factor importante para generar valor en la empresa, tanto en maquinaria, productos. También garantías para sus clientes en caso de que ocurra un daño ante cualquier servicio, se observa que no se puede medir el nivel de satisfacción de los clientes.

Fernández, A. & Ramirez, L. (2017), indica en su tesis “Propuesta de un plan de mejoras basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribución A y B”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Señor de Sipán - Perú, tuvo como objetivo utilizar la gestión por proceso para aumentar la productividad, la metodología de la investigación fue de

tipo aplicada no experimental, su población y muestra está conformado por todos los implicados y tuvo las siguientes conclusiones: los beneficios percibidos para aumentar la producción en dicha empresa significa que la empresa es viable para su funcionamiento, el cual utilizando la gestión por proceso ayudaría a incrementar la productividad y la eficiencia de todas las áreas.

Condori, C. (2017), en su tesis “Evaluación y propuesta de un plan de aseguramiento de calidad en las empresas constructoras de edificaciones en la región Puno, 2016”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Altiplano - Perú, tuvo como objetivo general: evaluar y proponer un aseguramiento de calidad en la empresa constructoras, la metodología de la investigación fue descriptiva – no experimental, su población está determinada por 31 obras de edificaciones bajo ejecución por contratación y su muestra está determinada por 10 obras, llegando a la conclusión: la hipótesis es rechazada, las empresas encuestadas no cuenta con documentación de aseguramiento de calidad y no cuentan con planeamiento de gestión de calidad.

Huamani, W. (2017), describe en su tesis “El planeamiento estratégico y la gestión educativa en la Institución Educativa N° 115-28 – Niño Jesús de San Ignacio del distrito de San Juan de Lurigancho, 2015”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle - Perú, tiene como objetivo general relacionar la planeación estratégica con la gestión de educativa, la metodología de la investigación fue descriptiva no experimental, su población está conformado por los 40 docentes de la institución educativa y la muestra es censal, llegando al siguiente conclusión: en su tesis indica que la relación que tienen las variables de estudio son fuertes el cuál se

puede decir que el planeamiento estratégico ayuda a tener una gestión educativa adecuada.

Fernández, A. & Polar, J. (2017), en su tesis “Plan Estratégico para la empresa KELETEX SAC, Arequipa 2017”, para optar el título en Licenciado en Administración, para optar el título de Licenciado en Administración de Negocios en la Universidad Católica San Pablo - Perú, su objetivo general es: elaborar un plan estratégico para la empresa KALETEX SAC, en la ciudad de Arequipa para el periodo 2017 – 2020, la metodología de la investigación fue explorativa –aplicativa – cuantitativa, la población y muestra está integrada por todo los trabajadores de la empresa, sin importa el cargo, gerente general (1), colaboradores (19) y clientes (10), su conclusión son lo siguiente: indica que las principales variables del macro entorno son la economía, ya que la región presenta un crecimiento económico y un aumento en el número de empresas; y la variable legal puesto que las leyes actuales debilitan a los productos nacionales, por otro lado el análisis del macro entorno nuestra el sector textil son atractivos pero las entradas son bajas.

2.1.3. Antecedentes regionales

Paredes, M. & Reátegui, N. (2016), en su tesis “Capacidad empresarial y su incidencia en la gestión administrativa de la empresa American Metal SAC del Distrito de Callería – Pucallpa - 2016”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Privada de Pucallpa - Perú, tuvo como objetivo general: Determinar la incidencia de la capacitación empresarial en la gestión administrativa de la empresa American Metal SAC del Distrito de Callería – Pucallpa 2016, la metodología de la investigación fue descriptiva correlacional y su

población o muestra estaba conformado por 20 trabajador de la empresa American Metal SAC, llegando a las siguientes conclusiones: la implementación de la capacitación empresarial en la gestión administrativa en el personal que labora en la empresa American Metal SAC, influye significativamente en el desarrollo del fortalecimiento de las habilidades gerenciales, manejo de liderazgo y manejo adecuado del personal.

Zevallos, M. (2017), en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad con el uso de las estrategias de marketing en la micro y pequeña empresa del sector servicio - rubro agencias de viaje, distrito de Tarapoto, año 2017”, para optar el título profesional en Licenciado en Administración en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote – Perú, tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las estrategias de marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro agencias de viaje, distrito de Tarapoto, año 2017, la metodología de la investigación fue no experimental – transversal – descriptiva, su población y muestra fue de 17 agencias ubicadas en el distrito de Tarapoto, llegando a la conclusión que la mypes en su mayoría son formales y fueron formadas con la finalidad de generar ganancias y han desarrollado sus actividades más de 7 años; los representantes de las mypes en su totalidad consideran la gestión de calidad con contribuyente a su crecimiento, así también vienen gestionando la calidad, pero la mayoría no identifico los segmentos de mercado, hace estudios de mercado y no capacita a sus trabajadores.

Vasallo, T. (2017), en su tesis “Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016”, para optar el título profesional en

Licenciado de Administración en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote - Perú, tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, la metodología de la investigación fue no experimental - transversal - descriptiva, sus población y muestra estaba integrado 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro agencias movistar móvil, llegando a la conclusión que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, están siendo dirigidas por personas mayores de 31 años, la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, conoce el término de atención a la cliente, si aplican la gestión de calidad.

Panduro, X. (2018), determinó en su tesis “Gestión administrativa en la competitividad empresarial de los micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial El Huequito, distrito de Callería – Pucallpa, año 2018”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Privada de Pucallpa - Perú, el objetivo fue si la competitividad y la gestión administrativa tienen influencia con la competitividad, la metodología de la investigación fue de tipo descriptiva no experimental, la población estuvo conformada por todos los trabajadores de los locales sector comercio rubro ventas de ropa femenina del centro comercial El Huequito, 65 trabajadores y la muestra de 30 trabajadores, llegando a la siguiente conclusión: la gestión administrativa no influye en los procesos administrativos con respecto en la competitividad, el cual se refleja

en el resultado de las encuestas y su alta competitividad utilizando proceso empíricos y objetivos de subsistencia.

Guzmán, A. (2018), determinó en su tesis “Gestión de las Mypes del sector restaurantes ubicados en el Jr. Salaverry cuadra 1 – 5 del distrito de Callería, Ucayali 2018”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Privada de Pucallpa - Perú, tuvo como objetivo general conocer cómo es la gestión de las mypes del sector restaurantes ubicados en el jr. Salaverry cuadra 1 – 5 del distrito de Callería, Ucayali 2018, la metodología de la investigación fue descriptiva – no experimental, la población y muestra estaba determinada por 48 trabajadores de 16 restaurantes, llegando a la siguiente conclusión: no articulan adecuadamente la gestión en las mypes para considerar la expansión y crecimiento, ya que tiene una planeación inadecuada, no tienen criterio de organización y no direccionan al cumplimiento de una gestión de calidad.

2.1.4. Antecedentes locales

Del Águila, M. (2017), en su tesis “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Perú, tuvo como objetivo demostrar que la correcta aplicación de la gestión de calidad en la mypes del rubro hoteles ecológicos dará como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente por parte de los empleados, e la metodología de la investigación fue correlacional, no experimental, descriptiva, su población estuvo integrada por 8 mypes del sector hoteles ecológicos de las cuales se utilizó como muestra 4 mypes

las cuales fueron las más representativas de la ciudad de Pucallpa, llegó a la conclusión: indican que las mypes de este rubro capacitan a sus trabajadores pero no todo el año, no cumplen adecuadamente con la gestión de calidad.

Panduro, K. (2018), en su tesis “Gestión bajo el enfoque de liderazgo en las mypes del sector construcción, ciudad de Pucallpa, año 2018”, para optar el título en Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Perú, tuvo como objetivo general: identificar el estilo de liderazgo y estimular su práctica como estrategia de dirección en la administración de las mypes del sector construcción, ciudad de Pucallpa, año 2018; la metodología de la investigación fue cuantitativa – descriptiva – no experimental; la población y muestra está integrada por 8 mypes, llegando a las siguientes conclusión: la administración está comprendida por la mejora continua, sin embargo en la práctica no usan herramientas de calidad de gestión como procesos normalizador o técnicas para solución de problemas.

Tolentino, D. (2018), en su tesis “Gestión bajo el enfoque de marketing en las mypes del sector comercial, distribuidoras de productos nutraceúticos, distrito de Callería, año 2018”, para optar el título profesional Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Perú, tuvo como objetivo determinar si las mypes del sector comercial, distribuidoras de productos nutraceúticos del distrito de Callería, se gestionan con uso de herramientas de calidad y enfoque de marketing, la metodología de la investigación fue no experimental – transversal descriptiva, su población y muestra estaba representada por 11 mypes, llegando a la conclusión que los procesos administrativos son ineficientes, no utilizan herramientas de gestión y la administración es práctica enfocada a las ventas sin el

soporte de la gestión de calidad.

Ojanama, H. (2018), en su tesis “Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa - Aguaytía, Región Ucayali, año 2018”, para optar el título profesional en Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú, tuvo como objetivo determinar si las mypes del sector servicio, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytía, región Ucayali, año 2018 aplican gestión de calidad a expectativas del cliente, la metodología de la investigación fue no experimental – transversal – descriptiva, su población y muestra estuvo determinada por formula estadística, estudiando 18 micro empresas, llegando a la conclusión indican que las mypes de este rubro capacitan a sus trabajadores pero no todo el año, no cumplen adecuadamente con la gestión de calidad.

Grandez, J. (2019), en su tesis “Gestión de calidad y eficacia de los proceso administrativos en las mypes del sector comercial, rentas de canchas de grass sintético – distrito de Callería, año 2019”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú, tuvo como objetivo establecer la relación entre la Gestión de calidad y eficacia de los proceso administrativos en las mypes del sector comercial, rentas de canchas de grass sintético – distrito de Callería, año 2019, la metodología de la investigación fue descriptiva, no experimental – transversal, en su población identifico 9 mypes del rubro renta de canchas sintéticas y la muestra fue el 100% de la población, llegó a la siguiente conclusión: que los procesos administrativos son ineficientes, no utilizan herramientas de gestión y la administración es práctica enfocada a las ventas sin el

soporte de la gestión de calidad.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Planeación

Según **Cano, C. (2017)**, la planeación, es uno de los procesos administrativos que ayuda a la administración a prevenir acontecimientos inciertos en el futuro, para lograr los objetivos planteados, utilizando ciertos criterios en la elaboración de políticas internas de la organización.

2.2.1.1. Importancia de la planeación

González, J. & Rodríguez, M. (2019), en su libro “Manual práctico de la planeación estratégica” define la planeación como la importancia general dentro de las organizaciones, por que ayuda a la toma de decisiones y a prevenir acontecimientos que no favorecen al crecimiento de la empresa, teniendo lineamientos y secuencias para ayudar a tener una visión de las consecuencias futuras.

Desarrolla acciones que se deben tomar durante el proceso que se utiliza para lograr los objetivos, estructurando actividades dentro de la organización, direccionando los esfuerzos hacia una misma meta.

2.2.1.2. Planeación estratégica

Según en el libro de **González, F. (2014)**, “La planificación estratégica: Métodos, Técnicas y Buenas prácticas” la planeación estratégica es el ordenamiento adecuado y racional de los recursos disponibles, que busca el crecimiento organizacional utilizando la misión, propósito, objetivos y metas, teniendo en cuenta la fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno empresarial.

Para lograr una planeación estratégica se requiere: un buen liderazgo, diseño de proyecto a largo plazo y tareas en función a objetivos.

2.2.1.3. Objetivos de la planeación

- Definir los objetivos, define misión.
- Reduce las debilidades de la organización.
- Define políticas y metas dentro de la organización.
- Estimula y motiva el cumplimiento de los objetivos

2.2.1.4. Visión organizacional

Describe los futuros escenarios deseables y visibles de la organización, es decir, es como queremos que el entorno interno y externos nos vean y reconozcan en el futuro.

Atributos de una visión:

- Idealista: En búsqueda del futuro deseado
- Genuina: es distinto y único
- Orientada al futuro: direccionando al futuro a largo plazo
- Imaginación: Visualizando el futuro deseado

2.2.2. Organización

Hintze, J. (2017), en su libro “administración de estructuras organizativas” indica que es el instrumento para racionalizar las operaciones del trabajo, el cual puede efectuarse eficientemente mediante el análisis del entorno del trabajo, dividiendo y subdividiendo la ejecución y operación de las tarea; ayudando a eliminar los desperdicio del esfuerzo humano y acciones inútiles, facilitando el entrenamiento del recurso humano y mejora la eficiencia y rendimiento de la productividad.

2.2.2.1. Diseño de cargos y tareas

Según Barone, S. (2015), en su libro “Las estructuras organizacionales: cultura, principios y modelos para la innovación” el cargo es un conjunto de tareas ejecutadas- dentro de la organización y las tareas son las actividades que desarrollan y ejecutan para el cumplimiento de los objetivos.

2.2.2.2. Principios organizacionales

Según se divide en 6 principios:

- A. División del trabajo: Es la división y agrupación de las funciones de las empresas, de tal manera que haya una sincronía eficiente.
- B. Capítulo de mando: es el límite de personas a cargo de un jefe o líder, para que el cumplimiento de las tareas u operaciones se realicen eficientemente dentro de la organización, así también evitar cualquier conflicto en las instituciones.
- C. Jerarquía: son los niveles de orden o mando que va de una autoridad superior a un agente inferior, el objetivo es la responsabilidad y la dirección al cumplimiento de los objetivos.
- D. Excepción: es la delegación para tomar decisiones importantes, su fundamento más lógico es la delegación de funciones y la descentralización del mando para llegar un objetivo lógico.
- E. Centralización y descentralización: este principio de centralización es cuando el mando se realiza en un mismo punto, en cambio en la descentralización se divide en diferentes puntos para que sea más versátil el trabajo, ambos son importantes dependiente el tipo de objetivos que se quiera llegar.

F. Control: este principio se desarrolla para poder tener en cuenta que estamos dirigiéndonos a un mismo objetivo cumpliendo los parámetros indicados.

2.2.2.3. Departamentalización

Según Barone, S. (2015), en su libro “Las estructuras organizacionales: cultura, principios y modelos para la innovación” es la división de la empresa en áreas, departamentos, sub áreas para poder llevar a cabo actividades específicas.

A. Departamentalización por funciones: es la agrupación de áreas y departamentos para el desarrollo de ciertas funciones que se desarrollan dentro de la empresa.

B. Departamentalización por regiones o territorio: se agrupan actividades que se pueden desarrollar dependiente del territorio para poder desarrollar sus actividades.

C. Departamentalización por producto: es la agrupación por productos, esto sirve en empresas de gran volumen de productos.

2.2.2.4. Organigrama

Según en la gráfica donde se ubican todas las escalas de la empresa como son departamentos, gerencias, áreas y sub áreas, los niveles jerárquicos y funcionales, los límites del área de autoridad y las responsabilidades de cada agente de la empresa.

2.2.2.5. Desarrollo organizacional

Según Cano, C. (2017), el organigrama proporciona información en la toma de decisiones, el diseño depende del usuario, por ello es decisión de la empresa cuáles serán sus divisiones, se puede decir que tiene 3 características:

- A. Claridad: tiene que ser comprensible para cada ente.
- B. Uniformidad: agrupar a las personas según sus funciones.
- C. Actualidad: tiene que tener las divisiones según la necesidad de la empresa en tiempo actual.

2.2.3. Dirección

Según Costa, A. (2015), en su libro “Liderazgo y dirección de empresas en el siglo XXI” indica que la dirección es la facultad de dirigir a un determinado grupo de personas para desarrollar una determinada tarea y hacer llegar a un objetivo, se entiende que es tomar la iniciativa para alcanzar metas y objetivos, dando el ejemplo y trabajando coordinadamente con personas.

Es uno de los procesos administrativos más importantes ya que es el que dirige cada uno de los lineamientos de la planeación, teniendo en cuenta la motivación y la importancia del recurso humano, también se le puede considerar como liderazgo.

En este caso existen 3 tipos de líderes:

- a. Líder carismático: entusiástico y motivador
- b. Líder Tradicional: El que tiene costumbre por cargos importantes.
- c. Líder Legítimo: son los que obtienen el poder por procesos legislativos.

2.2.3.1. Principios de la función de la dirección

- a. Armonía de intereses: se direcciona al logro de objetivos generales.
- b. La impersonalidad del mando: evidenciar la responsabilidad de dirigir.
- c. Principios de la vía jerárquica: conductor regular en la transmisión de mando.
- d. Principios de la resolución de conflictos: orientación a la conciliación.
- e. Principios de aprovechamiento de conflicto: aprovechar la situación a favor

de la conciliación.

2.2.3.2. Toma de decisiones

Según **Garriga, F. (2014)** en su libro “Problemas resueltos de la teoría de la decisión” es el elemento importante del direccionamiento o liderazgo empresarial, la cual se puede definir como la elección correcta entre varias alternativas, con la finalidad de llegar a un objetivo concreto y deseado, en la administración se le conoce como planeación, existe dos tipos de decisiones:

- a. Programadas o estructuradas, son las decisiones rutinarias.
- b. No programadas o no estructuradas, son situaciones eventuales que no se desarrollan frecuentemente.

Para la toma de decisiones se tiene que identificar el problema, eso significa que hay un problema que se tiene que solucionar, analizando y diagnosticando cada información posible, estableciendo prioridades ordenando los problemas a resolver, siempre considerando las causas para definir cada uno de los procesos que lo ocasiono.

Camino hacia una buena decisiones: se tiene que tener la experiencia necesaria para encaminar a una toma de decisiones lógicas y eso se gana estudiando los casos o problemas que ocurren en el entorno empresarial.

2.2.4. Gestión de calidad

Según **González, O. & Arciniegas, J. (2015)** es la acción de realizar actividades para llegar a un objetivo minimizando fallas y toma de decisiones erróneas.

2.2.4.1. Planeamiento de calidad

Según Carvajal G., Valls W., Lemoine F., & Alcívar V. (2017) en su libro

“Gestión por procesos: un principio de la gestión de calidad” es el desarrollo de un plan de objetivo donde las actividades que realizan dentro de la organización se enfoquen a un objetivo de calidad, utilizando los estándares de calidad e información del entorno interno y externo, con políticas de calidad, visionando a tener productos o servicios con los lineamientos de calidad, direccionando a lograr los objetivos planteados.

2.2.4.2. Control de calidad

Carvajal G., Valls W., Lemoine F., & Alcívar V. (2017) se refiere al control de calidad, como lineamientos para conseguir la excelencia, utilizando acciones, mecanismos y herramientas de gestión.

Se indica que todo producto que no cumpla los estándares por cada uno de los lineamientos, tiene que ser desechado para que no intentar corregir, porque todo producto tiene que salir de la empresa con cero fallas.

2.2.4.3. Aseguramiento de calidad

Es la utilización de una planificación y sistematización de los procesos de la gestión de calidad, son lineamiento bien establecidos para el desarrollo de actividades y control de las fallas que puedan suscitar dentro de la producción o desarrollo de actividades.

2.2.4.4. Mejoras en la calidad

Noguez, V. (2015) en su libro indica que la búsqueda de las mejoras de calidad se están dando desde siglos anteriores, por alcanzar un producto con estándares de calidad de cero fallas, para eso tienen que utilizar sistemas de gestión de calidad referente al producto o servicio que desarrollen dentro de la empresa, como las actualización de los ISO 9001.

2.2.5. Procesos de gestión administrativa¹

Según Carvajal, G., Valls, W., Lemoine, F., & Alcívar, V. (2017) la definición de calidad evoluciona mientras se va desarrollando la competitividad entre las organizaciones, eso quiere decir que va evolucionando mientras la profesión de calidad crece. Tan importante es la calidad ya que se desarrolla en cada parte de la organización y se puede decir que se define de 6 perspectivas diferentes: producto, usuario, valor, manufactura, cliente y trascendente.

2.2.6. Agencias de Publicidad

Son empresas que tienen la responsabilidad de planificar, crear, ejecutar y divulgar una campaña de marketing de otras empresas que buscan un consumidor para sus bienes y servicios o difundir sus ideas (Hernández, A. 2013).

Son de carácter independiente, integrada por profesionales creativos, con actitudes de marketing y publicidad.

2.2.6.1. Tipos de agencias de publicidad²

Para el desarrollo de sus actividades las agencias se dividen en 3 tipos muy importantes:

- a. Agencias de publicidad independiente: la característica de estas agencias es que no tiene dependencia estructural o administrativa, teniendo una

1 Carvajal, G., Valls, W., Lemoine, F., & Alcívar, V. (2017). Gestión por Procesos un principio de la gestión de Calidad . Ecuador: Editorial Mar Abierto.

2 Hernández, A. (2013). La generación multitasking y la publicidad interactiva. Santa Rosa: Área de innovación y desarrollo, S.L.

ventaja principal en su independencia de criterio en la asesoría profesional, la forma de trabajar de estas agencias de publicidad consta en adaptarse a la nueva era, visionando nuevas tendencias, desarrollando ideas originales y sobre todo utilizando las redes sociales o la tecnología.

- b. Agencias de publicidad dependiente: tiene la misma independencia que la anterior con el único detalle que se encuentra sometida a otras empresas por trato comercial, puede actuar de dos maneras, dependiente o encubierta, o de manera independiente siempre ocultando su condición.
- c. Departamento de publicidad en una organización: son manejadas por la misma empresa, es un área donde se desarrollan todas las actividades de publicidad, su ventaja es que tienen contacto directo y su desventaja es la evaluación de resultados.

2.2.6.2. Tipo de publicidad que realiza una agencia de publicidad

Las agencias de publicidad realizan la planificación estratégica que realizara para hacer conocer un producto o servicio, para ello podemos decir que se tendría tipos de publicidad donde se acogen las estrategias y estos suelen ser:

- a. Publicidad de marca: se centra en desarrollar la creación de la marca, dejando a un lado sus productos y enfocándose al mercado meta, suele ser a largo plazo.
- b. Publicidad local: es una estrategia nivel geográfica centrándose al crecimiento del tráfico local hacia la empresa,
- c. Publicidad de respuesta directa: es mucho más agresivo que el anterior y busca respuesta inmediata del cliente, utilizando medios de

comunicación masivos para aumentar captación y respuesta, acá solo se promociona un bien o un servicio.

- d. Publicidad de negocio a negocio: denominado business to business, es una estrategia de negocio basada en integración de empresa a empresa, enfocándose en las publicaciones o revistas de un producto.
- e. Publicidad online: esta estrategia está basada en la utilización de los medios electrónicos, en estos tiempos se enfoca a las redes sociales y la reputación de las redes web.

A. Investigación básica que la empresa debe entregar a la agencia de publicidad

Para tener una más clara investigación y poder aplicar un planeamiento estratégico se tiene que tener en cuenta lo siguiente:

- A. Análisis de mercado: es la distinción y separación de las partes del mercado para conocer los elementos y principio; para realizar un análisis de mercado es necesario diferenciar entre tipos de mercado existentes:
 - Mercado de consumo: son mercados que comercializan bienes destinados para el consumo individual o familiar.
 - Mercado industrial: son mercados que adquieren productos o servicios para realizar su actividad y sirve como objetivo de la organización.
 - Mercado de servicio: este mercado se caracteriza por brindar bienes naturales intangibles
- B. Objetivo de marketing: ser leales con los clientes, general registros de los

clientes, crear nuevas ideas, construir presencia en la sociedad y posicionar su empresa en el mundo empresarial.

- C. Datos publicitarios: contiene los datos de la empresa que requiere el servicio, así como los datos del producto o servicio, las políticas y los estándares, el presupuesto de comunicación.

2.3. Marco conceptual

2.3.

2.3.1. Glosario de términos

- **Mypes:** unidad económica que brinda una producción, servicio o comercialización de un producto, que tiene tamaño reducido.
- **Gestión:** es la acción para la realización de una determinada actividad dirigida al cumplimiento de objetivos.
- **Servicio:** trabajo, especialmente cuando se hace a otra persona.
- **Liderazgo:** es la acción de dirigir a personas que tienen un mismo objetivo.
- **Agencias:** empresas dedicadas a gestionar asuntos o prestar determinados servicios.
- **Publicidad:** servicio de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio.
- **Calidad:** atributo de un producto o servicio para satisfacer los requerimientos de los clientes.
- **Eficacia:** capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.
- **Autogestión:** es la gestión de una empresa por los mismos trabajadores a

través de órganos elegidos por ellos mismos.

- **Comportamiento organizacional:** se basa en la idea que el comportamiento depende de sus consecuencias, es posible así que los administradores influyan en las conductas de los empleados mediante la manipulación de las consecuencias de éstas.
- **Cultura organizacional:** es el patrón general de conducta, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS

Las hipótesis son enunciados que necesitan ser comprobados por verdades. Para nuestra investigación la hipótesis reviste importancia porque facilitará despejar ciertas afirmaciones respecto al estilo de gestión de las Mypes en estudio.

3.1. Hipótesis general

Existe una relación directa y significativa entre la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.

3.2. Hipótesis específicas

- Existe una relación directa y significativa entre la planeación y la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería,

2019.

- Existe una relación directa y significativa entre la organización y la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - de Callería, 2019
- Existe una relación directa y significativa entre la dirección y la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019
- Existe una relación directa y significativa entre el control y la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019

CAPÍTULO IV. METODO ÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Al realizar de la investigación se utilizó la metodología para resolver los objetivos planeados conjuntamente con sus variables. Se analizó y definió los procesos administrativos.

1.

4.1. Diseño de la investigación

Navarro, E., Jiménez, E., Rappoport, S., & Thoillies, B. (2017) indica en su libro “Fundamentos de la investigación y la innovación educativa” que la investigación fue transversal porque se investigó profundamente la unión de cada uno de las variables, es no experimental porque sus datos obtenidos son por la

observación de cada uno de sus variables sin modificarlo, en un tiempo preciso.



Nota:

M: Muestra de las mypes

O: Variables: Procesos Administrativos y Gestión de Calidad

No experimental: porque no se desarrolla ninguna acción sobre las variables.

Transversal: las informaciones solo se obtienen una sola vez en un momento determinado.

Descriptiva: se caracterizan la situación y los fenómenos de las variables.

2.3.2. Tipo de investigación

Según **Fernández, C. (2014)** en su libro “Metodología de la investigación sexta edición” indica que los tipos de investigación son de tipo cuantitativa.

En este proyecto final el tipo de investigación que se realizó es cuantitativa.

Cuantitativa : es el análisis de los resultados medibles

2.3.3. Nivel de la investigación

El nivel de investigación en esta tesis es descriptiva.

Descriptiva: porque se describirá cada uno de las variables y dimensiones de la investigación.

4.2. Población o muestra

4.2.1. Población

La población estará conformada por las mypes que realizan actividad en

agencias de publicidad en el distrito de Callería. Las fuentes para identificar las mypes que realizan esta actividad fueron la municipalidad distrital de Coronel Pedro Portillo y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT.

4.2.2. Muestra

Por conveniencia de la investigación se utilizó el 100% de la población el cual mencionaremos a continuación.

ITEM	NOMBRE	DIRECCIÓN
01	Servicios Generales YAKTSAKE EIRL	Jr. Guillermo Sisley N° 377
02	Tinta creativa EIRL	Jr. Guillermo Sisley N° 369
03	Corporación DEDO'S SAC	Jr. Salaverry N° 591
04	Gigantografías DANNY	Jr. Tarapacá N° 308
05	Industrias Graficas DPI	Jr. Tarapacá N° 316
06	Grafica e inversiones CAUTIVO EIRL	Jr. Iquitos N° 128
07	Full Publicidad “Creatividad e inspiración”	Jr. Tarapacá N° 430
08	Publicidad EIRL	Jr. Tarapacá N° 353

Fuente: municipalidad distrital de Coronel Pedro Portillo

4.3. Definición y operacionalización de variables

a. Acerca de los representantes legales de la empresa

Tabla 1: Definición de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones (factores)	Indicadores	Ítem del cuestionario	Escala de medición
Gestión de calidad	Sánchez, I. (2009-2017) Son herramientas y acciones que se desarrollan dentro de las empresas para minimizar los	Evans, J. (2015) Es la acción de la utilización de las herramientas de gestión para lograr los objetivos óptimos en los	Planeamiento de Calidad	Documentación de gestión	¿Utiliza las herramientas de gestión?	Nominal
			Mejora de calidad	Calidad en la gestión	¿Desarrollo algún sistema para la mejora continua?	Nominal

	errores en los procesos de producción.	procesos de producción.		Plan de calidad	Visión, misión y valores	Nominal
Procesos administrativas	Flores, S. (2015) Los procesos por el cual se consigue la calidad del funcionamiento administrativo, para lograr los objetivos determinados.	González, J. & Rodríguez, M. (2019) Son los procesos que dan los lineamientos administrativos para alcanzar los objetivos y alcanzar la calidad de la gestión.	Planeación	Planeamiento estratégico	¿Realizó un planeamiento estratégico en su empresa?	Nominal
			Organización	Organigrama funcional	¿Elaboró su organigrama?	Nominal
			Dirección	Liderazgo	¿Realiza círculos de calidad para mejorar su liderazgo?	Nominal
			Control	Evaluación	¿Realiza un control interno?	

Fuente: Leopoldo Nicolás Rodríguez Macedo

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnicas

Las técnicas a utilizar es la siguiente:

- Observación.
- Entrevistas.

4.4.2. Instrumentos

Cuestionario para recoger datos y será estructurada por las variables para llegar a los objetivos planteados.

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos obtenidos por el instrumento de la encuesta, se utilizara el programa de Excel y otros programas estadísticos si sea el caso.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia

TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad – Callería, 2019	Formulación	General	General	GESTIÓN DE CALIDAD	Herramientas de gestión	Documentos de gestión	Tipo	Población	
	¿De qué manera la gestión de calidad se relacionan con la eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019?	Definir la relación de la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.	Existe una relación directa y significativa entre la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.		Calidad en los Procesos	Estándares de calidad	Cuantitativa	Determinada por la fuente de información	
							Nivel	Muestra	
							Descriptiva	Según formula estadística a partir de la identificación de la población.	
	¿De qué manera la gestión de calidad se relacionan con la eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019?	Definir la relación de la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.	Existe una relación directa y significativa entre la planeación y la gestión de calidad	PROCESOS ADMINISTRATIVOS	Planeación	Planeación estratégica	No Experimental	Diseño	Técnica
								Encuesta	
									Entrevista
									Cuestionario

		<p>calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.</p> <p>- Describir la relación que tiene la organización con la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.</p> <p>- Describir la</p>	<p>en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.</p> <p>- Existe una relación directa y significativa entre la organización y la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019</p> <p>- Existe una relación directa y significativa entre</p>		<p>Organización</p> <p>Dirección</p> <p>Control</p>	<p>Organigrama funcional</p> <p>Estructura orgánica</p> <p>Liderazgo</p> <p>Evaluación permanente</p>		<p>Análisis de datos</p> <p>Excel y programa estadístico SSPS</p>
--	--	---	---	--	---	---	--	---

		<p>relación que tiene la dirección con gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019.</p> <p>- Describir la relación que tiene el control con la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de</p>	<p>la dirección y la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019</p> <p>- Existe una relación directa y significativa entre el control y la gestión de calidad en las mypes del sector comercial, agencia de publicidad - Callería, 2019</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		publicidad - Callería, 2019.						
--	--	---------------------------------	--	--	--	--	--	--

Fuente: Leopoldo Nicolás Rodríguez Macedo

4.7. Principios éticos

Las actividades de investigación que se realizan dentro de la Universidad Católica los Ángeles de CHIMBOTE se rigen por los siguientes principios éticos.

4.7.1. Protección a la persona

Se tiene que respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio implica que las personas participen voluntariamente, dispongan de información adecuada y sobre todo el respeto a los derechos fundamentales.

4.7.2. Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Las investigaciones tienen que prevenir no dañar el medio ambiente y los animales, deben tomar medidas para minimizar el impacto que pueda ser perjudicial para las plantas, animales y medio ambiente.

4.7.3. Libre participación y derecho a ser informado

Las personas que participen en las actividades de la investigación tienen el derecho de ser informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que se desarrollan, o en las que participan; así como libertar de elegir participar o formar parte de ella.

4.7.4. Beneficencia no maleficencia

Se debe de respetar el bienestar de las personas que apoyan en la investigación, por eso la conducta del investigador no debe de causar daño, maximizar los beneficios.

4.7.5. Justicia

El investigador tiene que juicio razonable y tomar acciones de precaución al

realizar el censo. Reconociendo la equidad y la justicia otorgando a todas las personas participantes al derecho de acceder a los resultados.

4.7.6. Integridad científica

El investigador debe regirse mediante la integridad y la rectitud, según sus actividades de enseñanza y su ejercicio profesional, esto resulta idóneo cuando se aplica las normas deontológicas de su profesión.

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Resultados

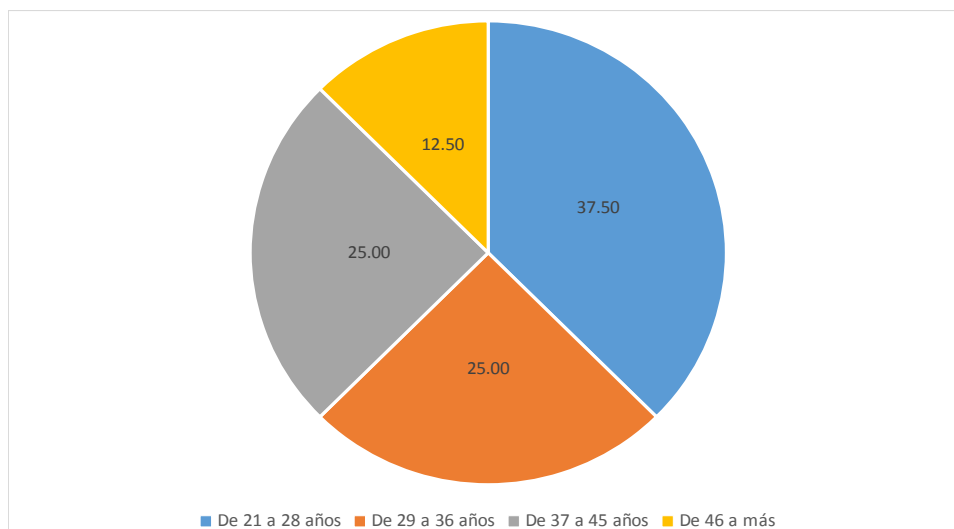
A. Generales

Tabla 3: ¿Cuál es la edad del representante de la mype?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 21 a 28 años	3	37.50	37.50	37.50
De 29 a 36 años	2	25.00	25.00	25.00
Válido De 37 a 45 años	2	25.00	25.00	25.00
De 46 a más	1	12.50	12.50	12.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 1: ¿Cuál es la edad del representante de la mype?



Fuente: Tabla 3

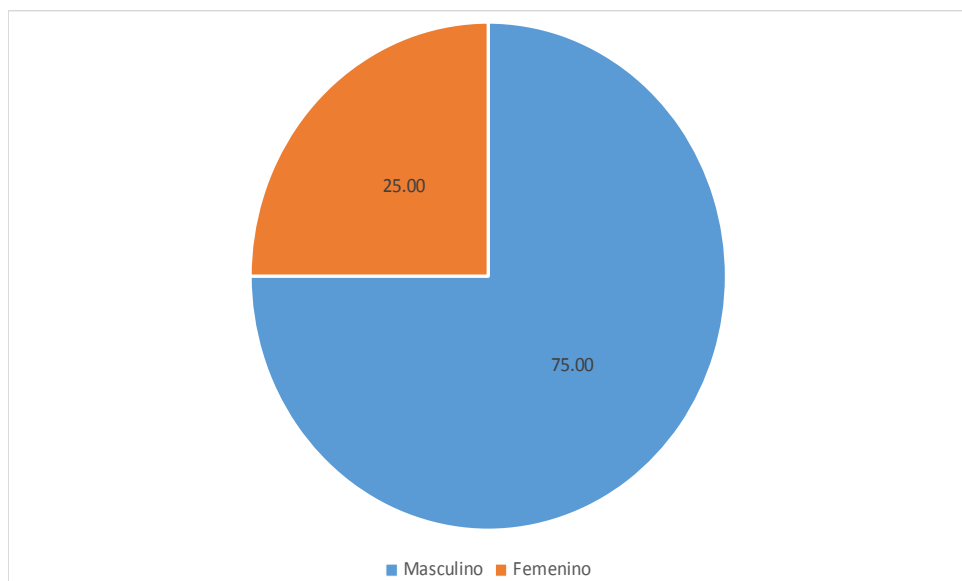
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 3, que el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas tienen de 21 a 28 años, el 25% de los representantes de las mypes encuestadas tienen de 29 a 36 años, el 25% de los representantes de las mypes encuestadas tienen de 37 a 45 años y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas tienen de 46 a más años.

Tabla 4: ¿Sexo del representante de la mype?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	6	75.00	75.00	75.00
Válido Femenino	2	25.00	25.00	25.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 2: ¿Sexo del representante de la mype?



Fuente: Tabla 4

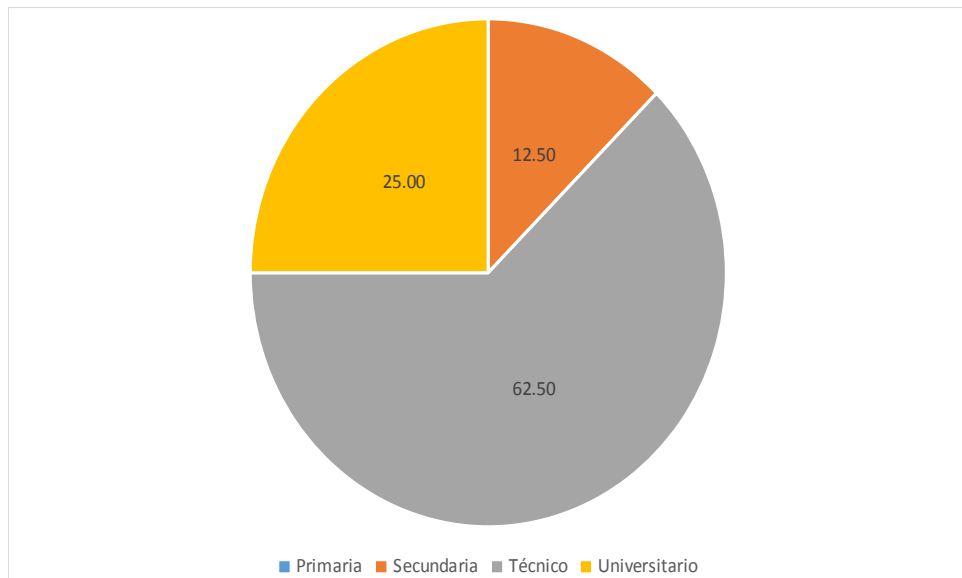
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 4, que el 75% de los representantes de las mypes encuestadas tienen sexo masculino y el 25% de los representantes de las mypes encuestadas tienen sexo femenino.

Tabla 5: ¿Nivel de educación del representante de la mype?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	0	0.00	0.00	0.00
Secundaria	1	12.50	12.50	12.50
Válido Técnico	5	62.50	62.50	62.50
Universitario	2	25.00	25.00	25.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 3: ¿Nivel de educación del representante de la mype?



Fuente: Tabla 5

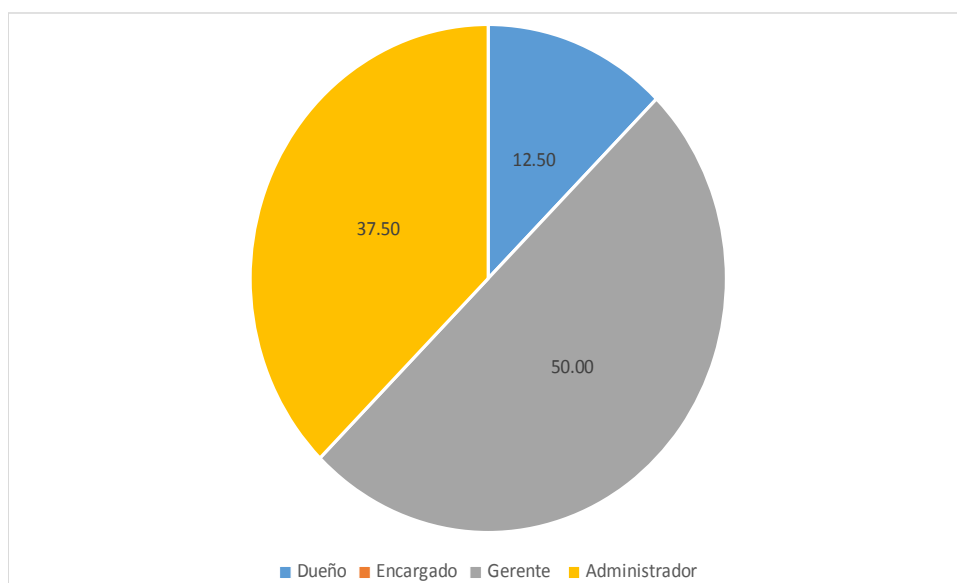
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 5, que el 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas tienen estudios técnicos, el 25% de los representantes de las mypes tienen estudios universitarios y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas tienen solo estudios secundario.

Tabla 6: ¿Cuál es el cargo del representante de la mype?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	1	12.50	12.50	12.50
	Encargado	0	0.00	0.00	0.00
	Gerente	4	50.00	50.00	50.00
	Administrador	3	37.50	37.50	37.50
	Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 4: ¿Cuál es el cargo del representante de la mype?



Fuente: Tabla 6

DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 6, que el 50% de los representantes de las mypes encuestadas se identifican como gerentes, el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas se identifican como administradores y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas se identifican como dueños.

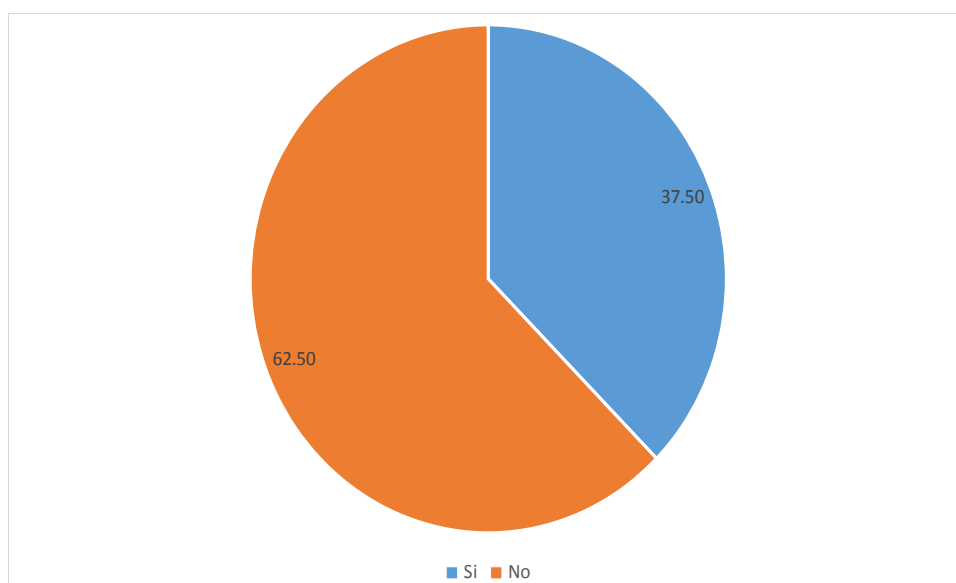
B. Gestión de calidad

Tabla 7: ¿Tiene elaborado un plan de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	3	37.50	37.50	37.50
No	5	62.50	62.50	62.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 5: ¿Tiene elaborado un plan de calidad?



Fuente: Tabla 7

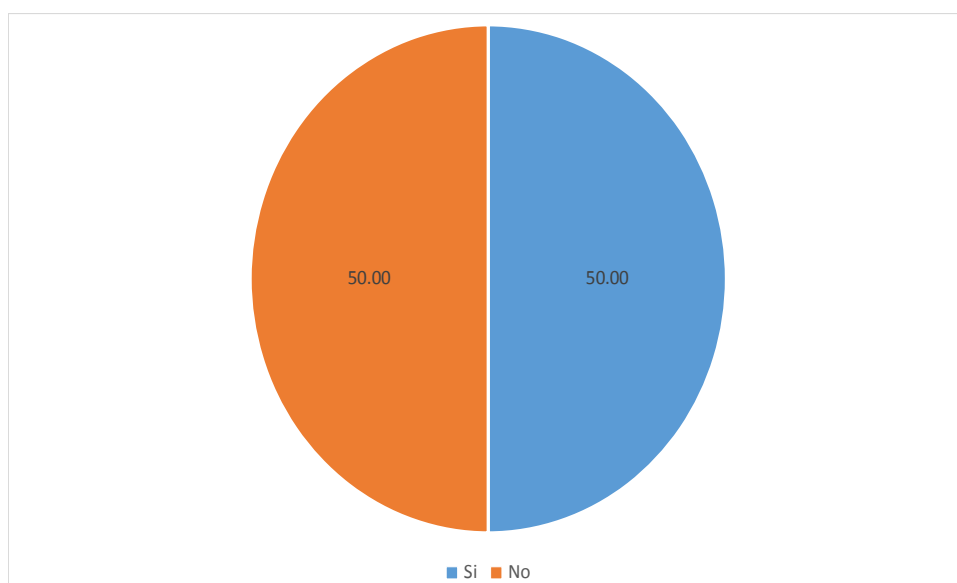
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 7, que el 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas no tienen elaborado un plan de mejora y el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas tienen elaborado un plan de mejora.

Tabla 8: ¿Realiza evaluaciones de calidad de sus servicios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	4	50.00	50.00	50.00
No	4	50.00	50.00	50.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 6: ¿Realiza evaluaciones de calidad de sus servicios?



Fuente: Tabla 8

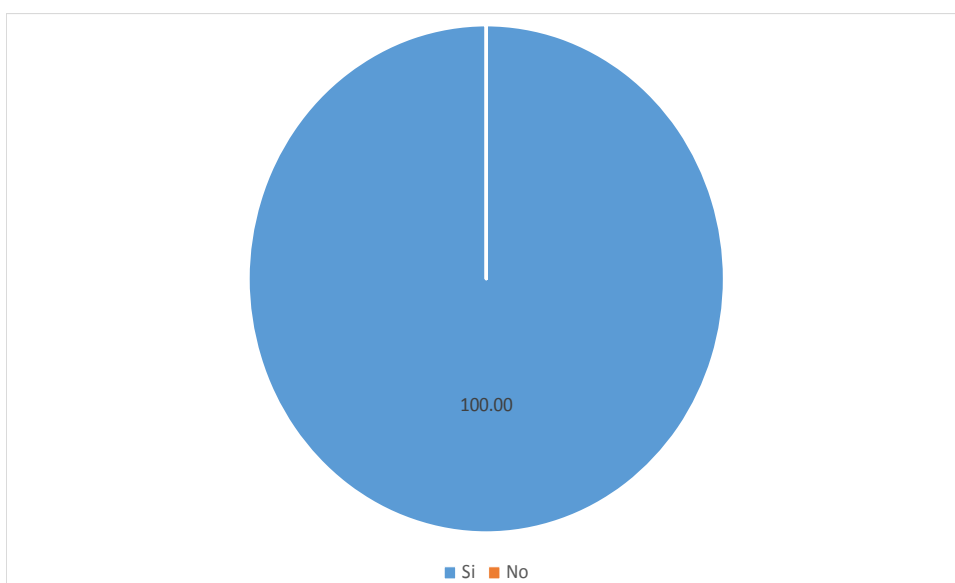
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 8, que el 50% de los representantes de las mypes encuestadas realiza evaluaciones de calidad de sus servicios y el 50% de los representantes de las mypes encuestadas no realiza evaluaciones de calidad de sus servicios.

Tabla 9: ¿Utiliza documentos de gestión?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	8	100.00	100.00	100.00
No	0	0.00	0.00	0.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 7: ¿Utiliza documentos de gestión?



Fuente: Tabla 9

DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 9, que el 100% de los representantes de las mypes encuestadas utiliza documentos de gestión.

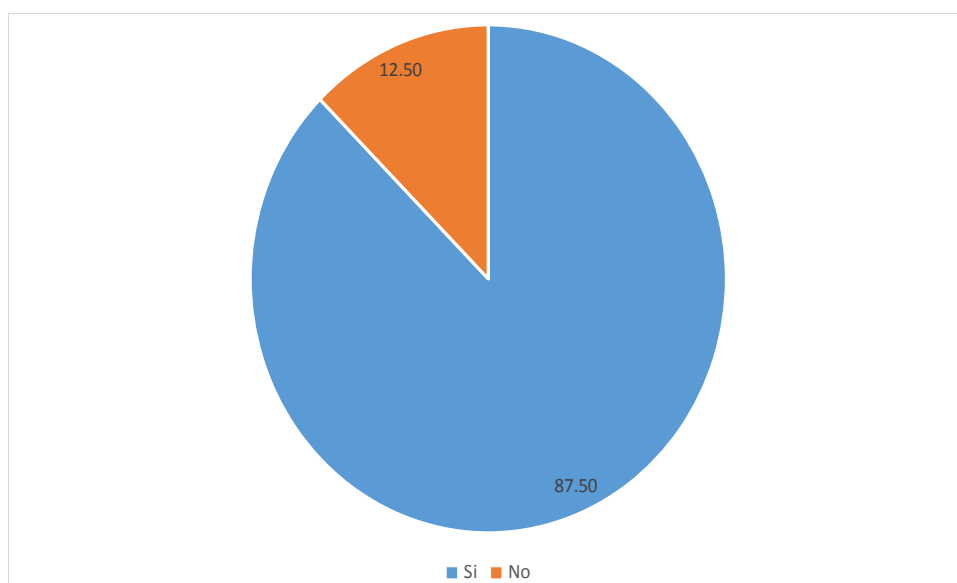
C. Procesos administrativos

Tabla 10: ¿Implemento su visión, misión y valores en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	7	87.50	87.50	87.50
No	1	12.50	12.50	12.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 8: ¿Implemento su visión, misión y valores en su empresa?



Fuente: Tabla 10

DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 10, que el 87.50% de los representantes de las mypes encuestadas implemento su visión, misión y valores en su empresa y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas no implemento su visión, misión y valores en su empresa.

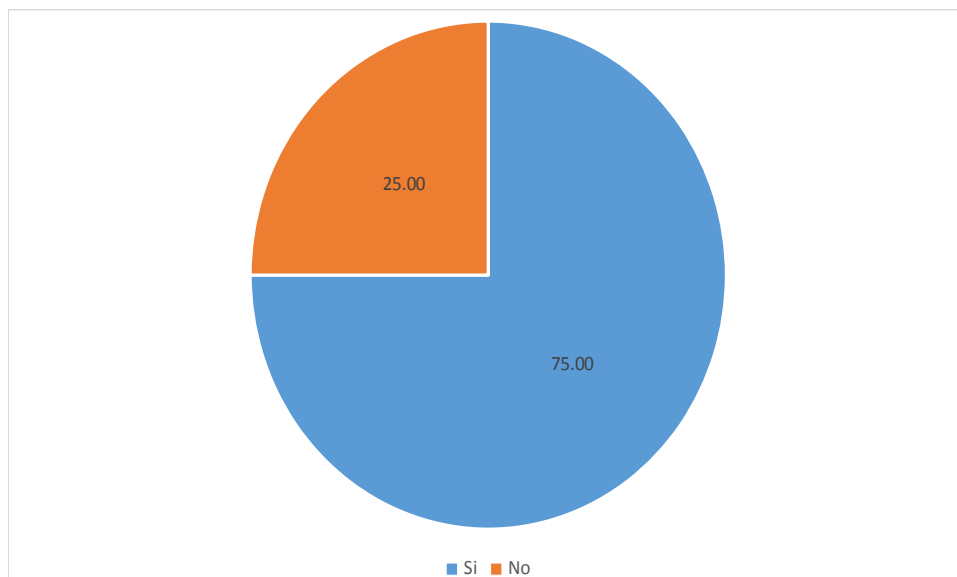
Tabla 11: ¿Realizo un planeamiento estratégico en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	6	75.00	75.00	75.00

No	2	25.00	25.00	25.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 9: ¿Realizo un planeamiento estratégico en su empresa?



Fuente: Tabla 11

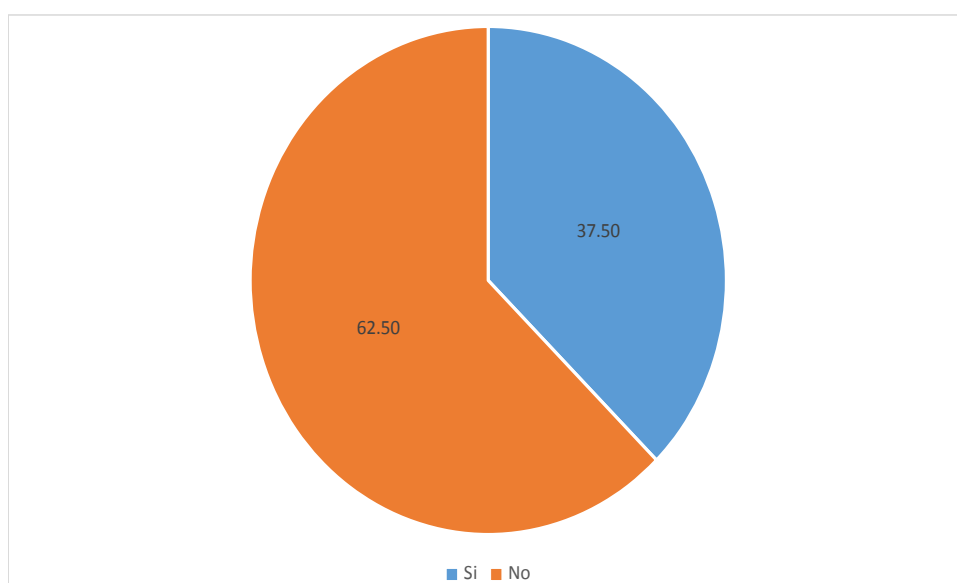
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 11, que el 75% de los representantes de las mypes encuestadas realizo un planeamiento estratégico en su empresa y el 25% de los representantes de las mypes encuestadas no realizo un planeamiento estratégico en su empresa.

Tabla 12: ¿Tiene un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	3	37.50	37.50	37.50
No	5	62.50	62.50	62.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 10: ¿Tiene un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos?



Fuente: Tabla 12

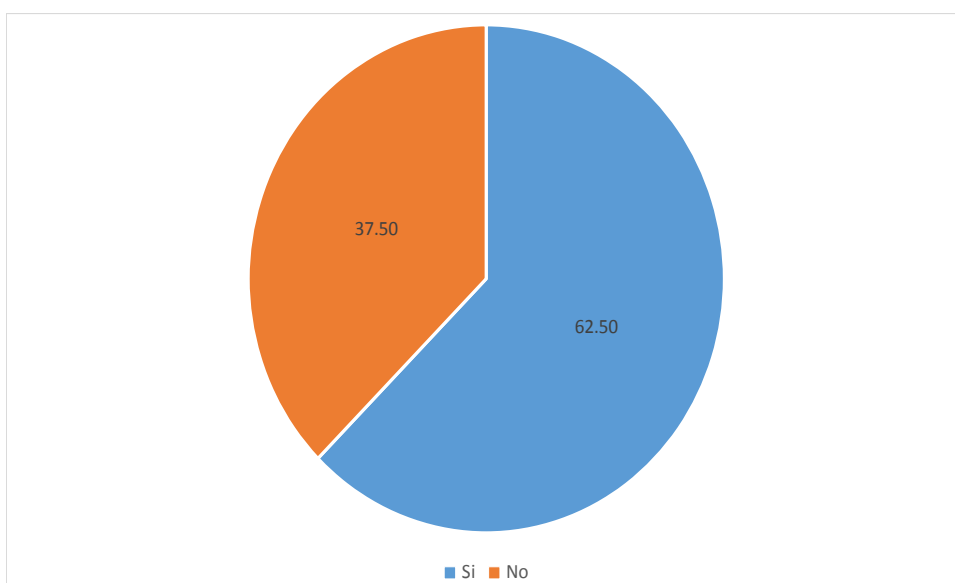
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 12, que el 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas no tiene un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos y el 37.50 % de los representantes de las mypes encuestadas tienen un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos.

Tabla 13: ¿Realizo una matriz FODA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	5	62.50	62.50	62.50
No	3	37.50	37.50	37.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 11: ¿Realizo una matriz FODA?



Fuente: Tabla 13

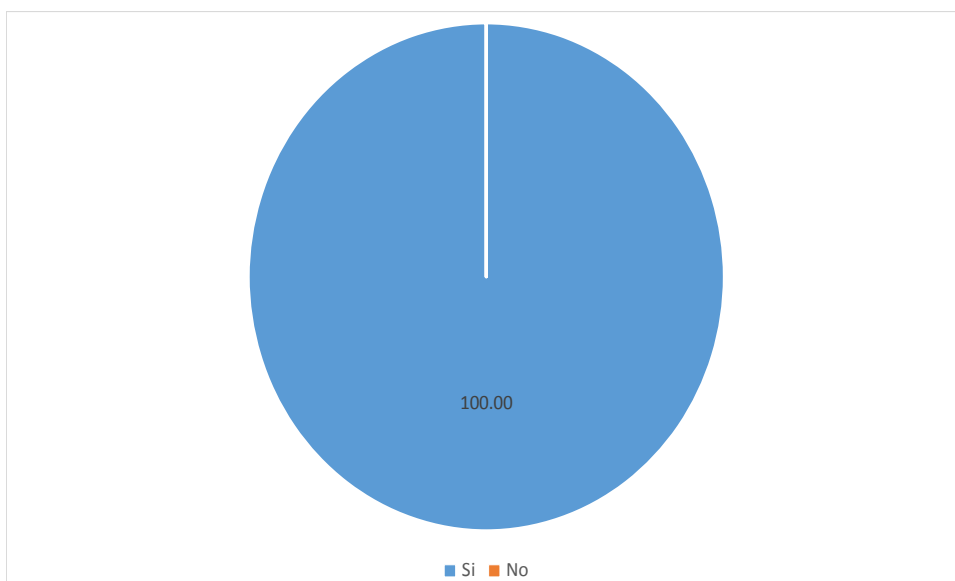
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 13, que el 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas realizó una matriz FODA y funciones en su empresa y el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas no realizó una matriz FODA.

Tabla 14: ¿Tiene definidos sus objetivos en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	8	100.00	100.00	100.00
No	0	0.00	0.00	0.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 12: ¿Tiene definidos sus objetivos en su empresa?



Fuente: Tabla 14

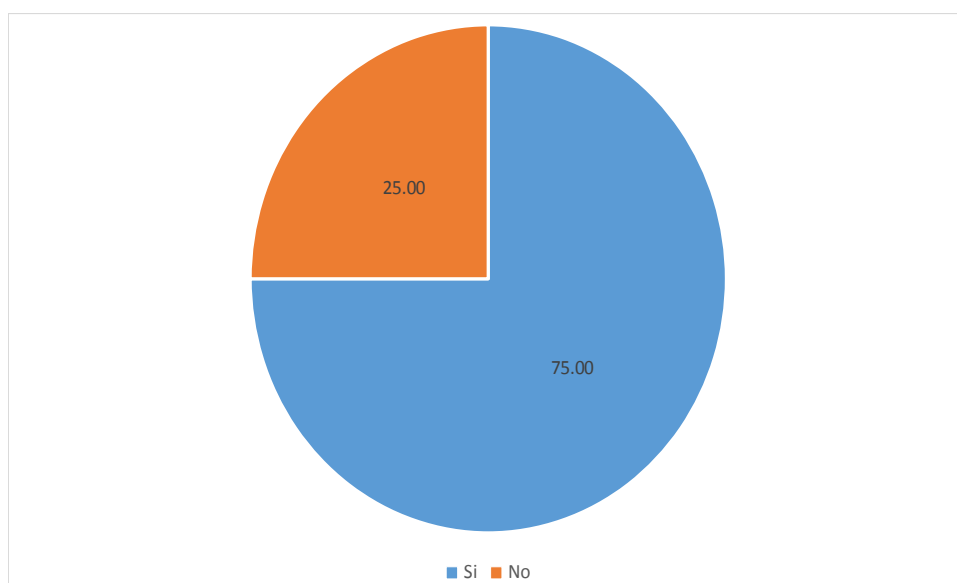
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 14, que el 100% de los representantes de las mypes encuestadas tiene definidos sus objetivos en su empresa.

Tabla 15: ¿Utiliza políticas internas en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	6	75.00	75.00	75.00
No	2	25.00	25.00	25.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 13: ¿Utiliza políticas internas en su empresa?



Fuente: Tabla 15

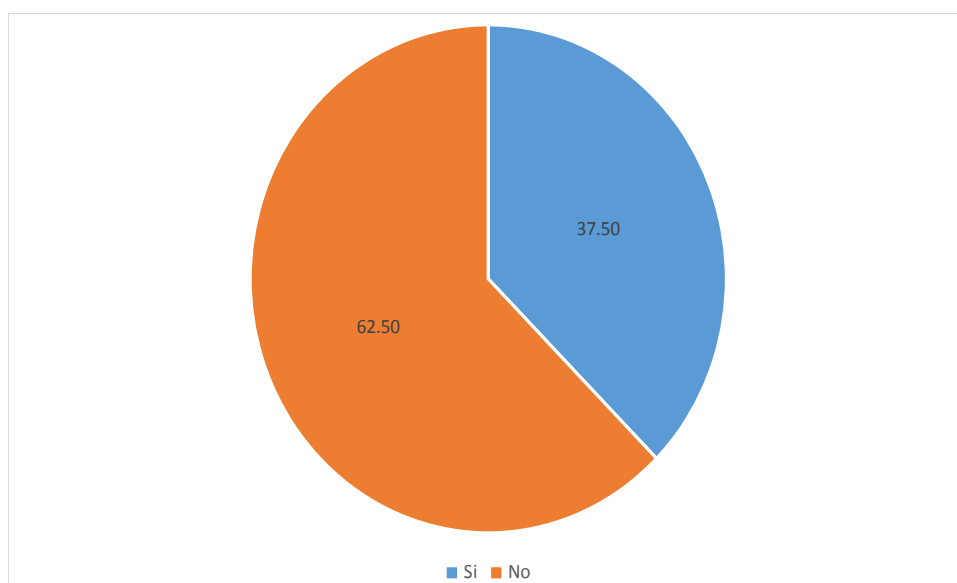
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 15, que el 75% de los representantes de las mypes encuestadas utiliza políticas internas en su empresa y el 25% de los representantes de las mypes encuestadas no utiliza políticas internas en su empresa.

Tabla 16: ¿Realizo su manual de operaciones y funciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	3	37.50	37.50	37.50
No	5	62.50	62.50	62.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 14: ¿Realizo su manual de operaciones y funciones?



Fuente: Tabla 16

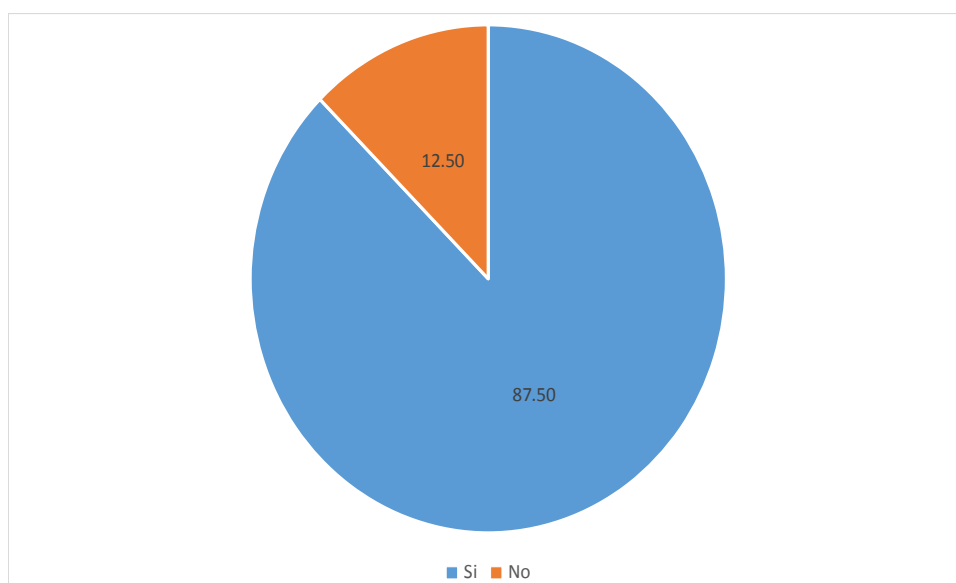
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 16, que el 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas no realizo su manual de operaciones y funciones y el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas realizo su manual de operaciones y funciones.

Tabla 17: ¿Tiene un organigrama?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	7	87.50	87.50	87.50
No	1	12.50	12.50	12.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 15: ¿Tiene un organigrama?



Fuente: Tabla 17

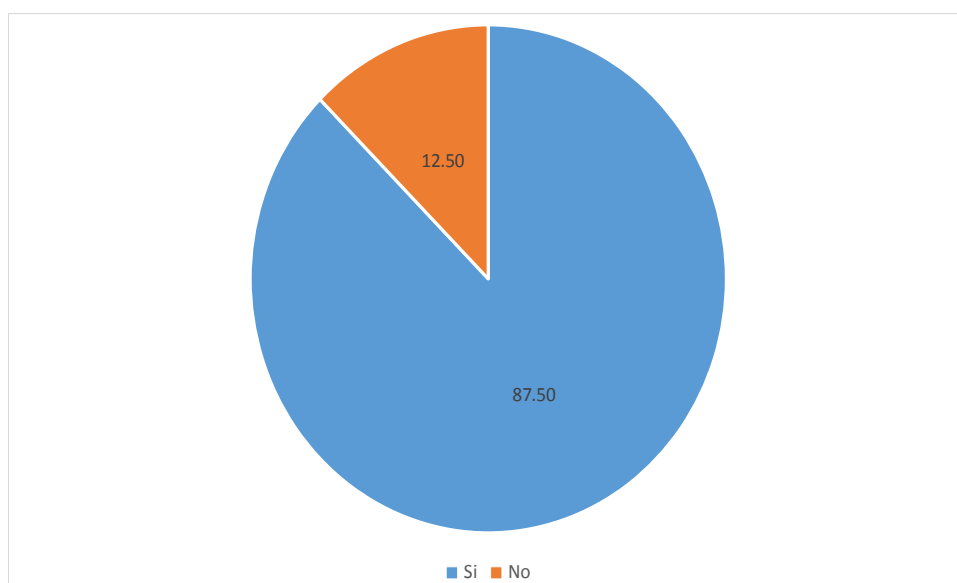
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 17, que el 87.50% de los representantes de las mypes encuestadas tiene un organigrama y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas no tiene un organigrama.

Tabla 18: ¿Realizó la distribución de funciones dentro de su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	7	87.50	87.50	87.50
No	1	12.50	12.50	12.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 16: ¿Realizó la distribución de funciones dentro de su empresa?



Fuente: Tabla 18

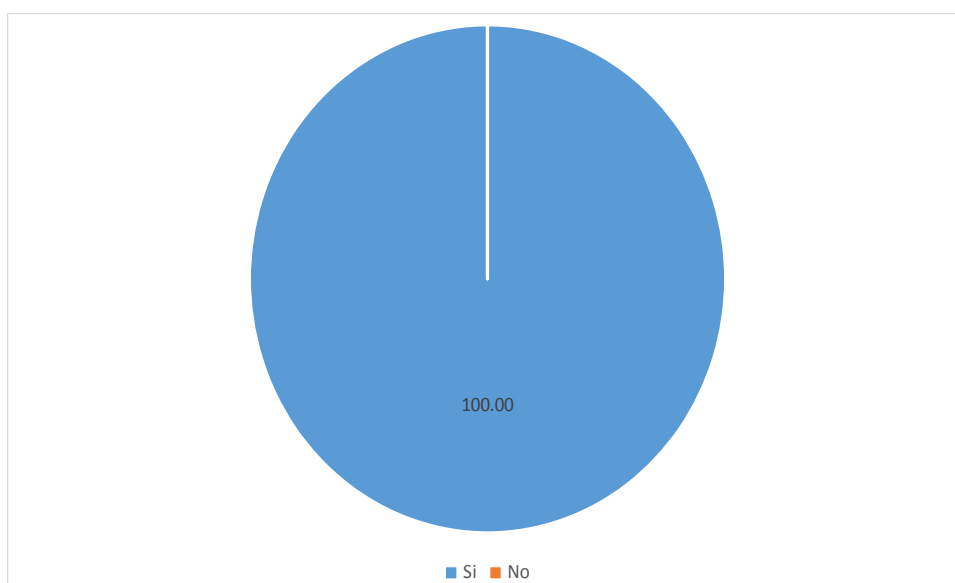
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 18, que el 87.50 de los representantes de las mypes encuestadas realizó la distribución de funciones dentro de su empresa y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas no realizó la distribución de funciones dentro de su empresa.

Tabla 19: ¿Utiliza algún tipo de liderazgo para la obtención de resultados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	8	100.00	100.00	100.00
No	0	0.00	0.00	0.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 17: ¿Utiliza algún tipo de liderazgo para la obtención de resultados?



Fuente: Tabla 19

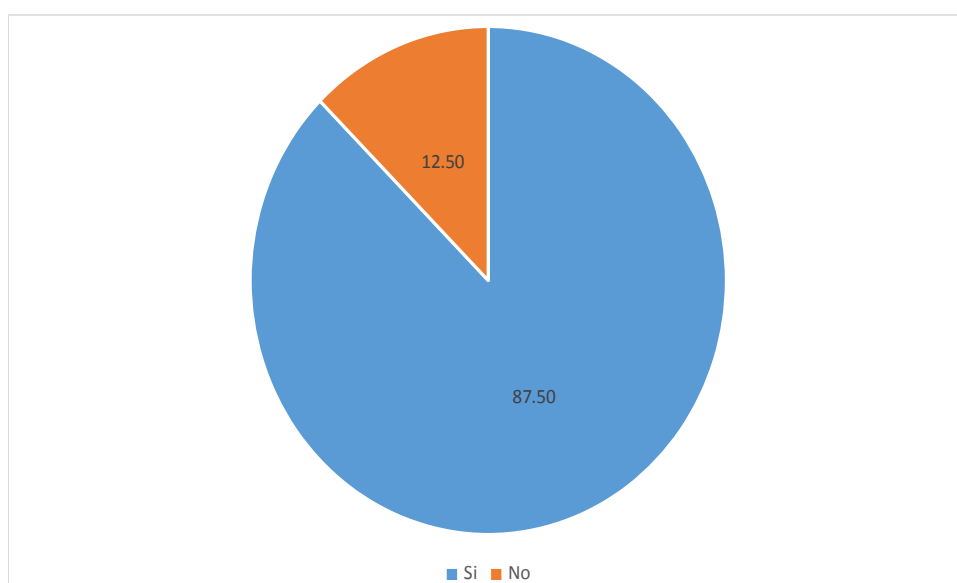
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 19, que el 100% de los representantes de las mypes encuestadas utiliza algún tipo de liderazgo para la obtención de resultados.

Tabla 20: ¿Utiliza algún tipo de motivación para mejorar el desempeño de sus colaboradores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	7	87.50	87.50	87.50
No	1	12.50	12.50	12.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 18: ¿Utiliza algún tipo de motivación para mejorar el desempeño de sus colaboradores?



Fuente: Tabla 20

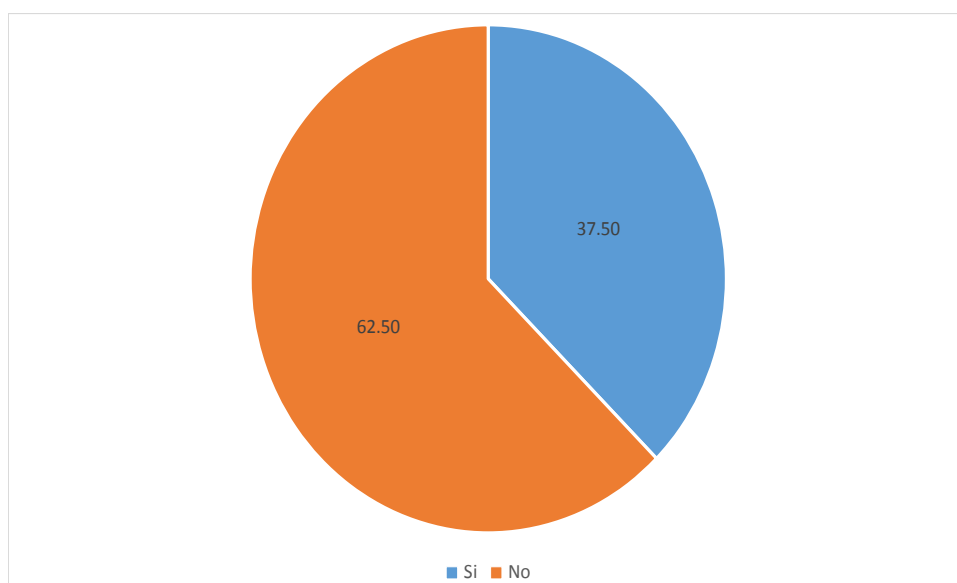
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 20, que el 87.50% de los representantes de las mypes encuestadas utiliza algún tipo de motivación para mejorar el desempeño de sus colaboradores y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas no utiliza algún tipo de motivación para mejorar el desempeño de sus colaboradores.

Tabla 21: ¿Realiza capacitaciones en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	3	37.50	37.50	37.50
No	5	62.50	62.50	62.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 19: ¿Realiza capacitaciones en su empresa?



Fuente: Tabla 21

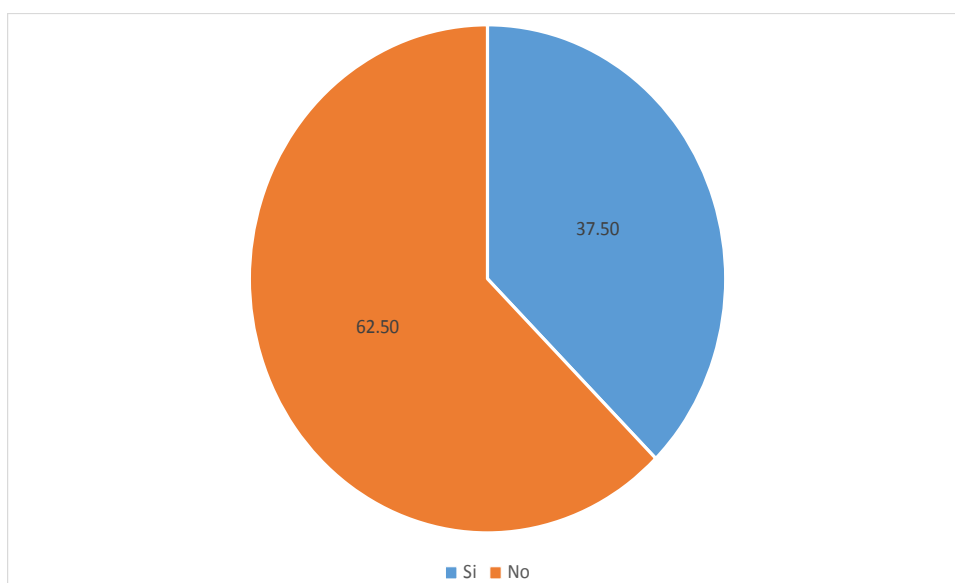
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 21, que el 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas no realiza capacitaciones en su empresa y el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas realiza capacitaciones en su empresa.

Tabla 22: ¿Tiene algún sistema de control el desempeño de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	3	37.50	37.50	37.50
No	5	62.50	62.50	62.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 20: ¿Tiene algún sistema de control el desempeño de sus trabajadores?



Fuente: Tabla 22

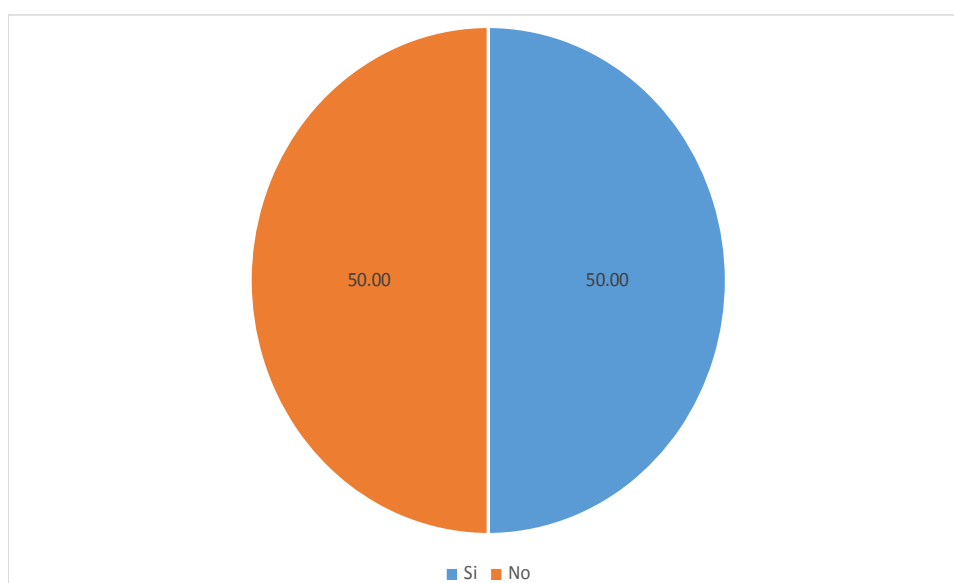
DESCRIPCIÓN: se observa en la Tabla 22, que el 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas no tiene algún sistema de control el desempeño de sus trabajadores y el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas tiene algún sistema de control el desempeño de sus trabajadores.

Tabla 23: ¿Realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	4	50.00	50.00	50.00
No	4	50.00	50.00	50.00
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 21: ¿Realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos?



Fuente: Tabla 23

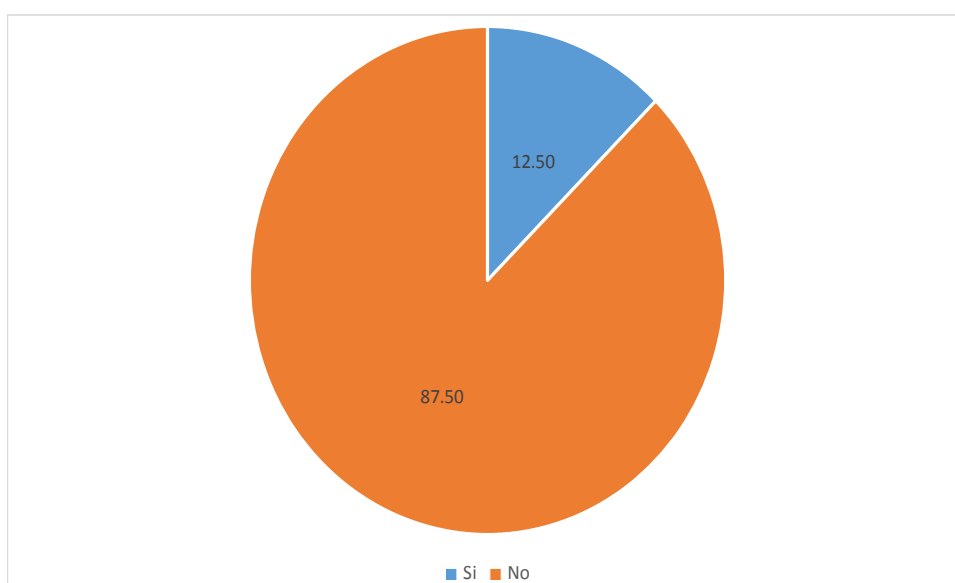
DESCRIPCIÓN: se observa en la tabla 23, que el 50% de los representantes de las mypes encuestadas realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos y el 50% de los representantes de las mypes encuestadas no realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos.

Tabla 24: ¿Tiene algún plan de contingencia por alguna irregularidad dentro del proceso para la obtención de los objetivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	1	12.50	12.50	12.50
No	7	87.50	87.50	87.50
Total	8	100	100	100

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas para la investigación

Gráfico 22: ¿Tiene algún plan de contingencia por alguna irregularidad dentro del proceso para la obtención de los objetivos?



Fuente: Tabla 24

DESCRIPCIÓN: se observa en la tabla 24, que el 87.50% de los representantes de las mypes encuestadas no tiene algún plan de contingencia por alguna irregularidad dentro del proceso para la obtención de los objetivos y el 12.50% de los representantes de las mypes encuestadas tiene algún plan de contingencia por alguna irregularidad dentro del proceso para la obtención de los objetivos.

5.2. Análisis de resultado

Se analizarán los resultados de investigación para relacionarlos con los objetivos, revisión de literatura y las hipótesis planteadas con el instrumento de

validación, a continuación se desarrolló el análisis de las respuestas obtenidas y su relación con lo antes mencionado.

Para dar respuesta a nuestro enunciado de problema:

¿De qué manera la gestión de calidad se relacionan con la eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad - Callería, 2019?

Las agencias de publicidad utilizan la gestión de calidad y los procesos administrativos para poder llegar a sus objetivos, teniendo una relación muy directa para cumplir los objetivos planteados y llegar una gestión eficiente, como se resalta en las siguientes pregunta:

En la pregunta: Tabla N° 07: **¿Tiene elaborado un plan de mejora?**

El 62.50% de los representantes de las mypes encuestadas no tienen elaborado un plan de mejora y el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas tienen elaborado un plan de mejora. Las agencias de publicidad están en constante actualización, lo que les lleva a estar innovando constantemente con un plan de mejora funcional.

En la pregunta: Tabla N° 12: **¿Tiene un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos?**

El 62.5% de los representantes de las mypes encuestadas no tiene su manual de operación y funciones en su empresa y el 37.50% de los representantes de las mypes encuestadas tiene su manual de operación y funciones en su empresa. Las agencias de publicidad, no están desarrollando un plan de mejora continuamente y un plan de gestión de calidad enfocándose en los procesos administrativos, se observó que trabajan con los mismos materiales, documentación e metodología de servicio, esto trae

desventajas con referencia a los competidores y al proceso de modernización; las mypes del sector servicio no se enfocan a un proceso administrativo eficiente como se aprecia en el siguiente antecedente:

Al respecto, **Flores, S. (2015)** lo confirma en su tesis “Proceso Administrativo y Gestión empresarial en Coproabas, Jinotega” para obtener el título en maestría en gerencia empresarial en el país de Nicaragua, la investigación tiene como objetivo general: analizar los pasos del proceso administrativo y su incidencia en la gestión empresarial aplicando en la cooperativa coproabas, jinotega”, la investigación es de tipo descriptiva – no experimental, la muestra a estudiar consta de 10 expertos (3 administradores de empresa, 3 personal que eran sujeta a la aplicación de los instrumentos, y 4 maestros del área de investigación), la siguiente investigación llego a las siguientes conclusiones: *cuando no se tiene un buen manejo de los procesos administrativos, no se tiene una buena gestión administrativa, alejándose de la utilización de la planeación, organización, dirección y control. Observándose que no cumplen con los parámetros de mejora continúa.*

Para dar respuesta al objetivo general:

Definir la relación de la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad -Callería, 2019.

En los resultados obtenidos en las preguntas a las mypes de sector servicio, agencias de publicidad, se define la gestión de calidad tiene relación con la eficacia de los procesos administrativos. El cual reforzaremos con lo que se indica en las siguientes tablas:

En la pregunta: **Tabla N° 11: ¿Realizar un planeamiento estratégico en su empresa?**

El 75% de los representantes de las mypes encuestadas realizo un planeamiento

estratégico en su empresa y el 25% de los representantes de las mypes encuestadas no realizo un planeamiento estratégico en su empresa. Las agencias de publicidad tienen definido un planeamiento estratégico, ya que es una empresa que brinda servicios de publicidad, la planificación es uno de sus actividades esenciales y más importantes, pero una pequeña parte de su población improvisa la ejecución de sus servicios.

En la pregunta: Tabla N° 14: **¿Tiene definido sus objetivos en su empresa?**

El 100% de los representantes de las mypes encuestadas tiene definidos sus objetivos en su empresa y funciones en su empresa. La mypes del sector servicio, agencias de publicidad, tienen enmarcado sus objetivos para poder direccionarse al crecimiento empresarial, hacer conocer sus actividades de negocios y ser reconocido por el servicio de calidad que brindan.

En la pregunta: Tabla N° 16: **¿Realizo su manual de operación y funciones?**

El 62.50% de las mypes encuestadas identifico cuáles son las operaciones y funciones de sus trabajadores y 37.50% de las mypes encuestadas no identifico cuáles son las operaciones y funciones de sus trabajadores. Las agencias de publicidad trabajan bajo un estricto control de sus funciones, como es una empresa que brinda servicio de publicidad, tienen que clasificar las funciones de cada uno de sus trabajadores para hacer un trabajo más eficiente.

En la pregunta: Tabla N° 19: **¿Realiza un direccionamiento para la obtención de resultados?**

El 100% de los representantes de las mypes encuestadas realiza un direccionamiento para la obtención de resultados. La dirección en las mypes del sector servicio, agencias de publicidad se enmarcan a la obtención de resultados, ya como el giro de la empresa es la prestación de servicio las agencias de publicidad hacen énfasis a

la satisfacción de sus clientes brindando un servicio de calidad.

En la pregunta: Tabla N° 23: **¿Realizo algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos?**

El 50% de los representantes de las mypes encuestadas realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos y el 50% de los representantes de las mypes encuestadas no realiza algún tipo de evaluación para conocer si están logrando los objetivos. Las agencias de publicidad del distrito de Callería, indican que evalúan sus logros y algunos dicen que no es necesario, ya que las ganancias son medibles con el meto cuantitativo y no evalúan las operaciones, esto lo confirman en los siguientes antecedentes:

Al respecto, **Huamaní, W. (2017)** lo confirma en su tesis “El planeamiento estratégico y la gestión educativa en la Institución Educativa N° 115-28 – Niño Jesús de San Ignacio del distrito de San Juan de Lurigancho, 2015” para optar el título en Licenciado en Administración, tiene como objetivo general relacionar la planeación estratégica con la gestión de educativa, su investigación es de tipo descriptiva no experimental, su población está conformado por los 40 docentes de la institución educativa y la muestra es censal, llegando al siguiente conclusión: en su tesis indica que la relación que tienen las variables de estudio son fuertes el cuál se puede decir que el planeamiento estratégico ayuda a tener una gestión educativa adecuada.

Para dar respuesta nuestra Hipótesis general

Existe una relación directa y significativa entre la gestión de calidad y los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencia de publicidad, del distrito de Callería, 2019.

Si existe una relación directa y significativa entre la gestión de calidad y

los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, agencias de publicidad – distrito de Callería, 2019, como lo podemos deducir de las siguientes antecedentes:

Al respecto, Guzmán, A. (2018) confirma en su investigación de tesis “Gestión de las Mypes del sector restaurantes ubicados en el Jr. Salaverry cuadra 1 – 5 del distrito de Callería, Ucayali 2018” para optar el título en Licenciado en Administración, tuvo como objetivo general conocer cómo es la gestión de las Mypes del sector restaurantes ubicados en el jr. Salaverry cuadra 1 – 5 del distrito de Callería, Ucayali 2018, el tipo de investigación fue descriptiva – no experimental, la población y muestra estaba determinada por 48 trabajadores de 16 restaurantes, llegando a la siguiente conclusión: *no articulan adecuadamente la gestión en las mypes para considerar la expansión y crecimiento, ya que tiene una planeación inadecuada, no tienen criterio de organización y no direccionan al cumplimiento de una gestión de calidad.*

Al respecto, Panduro, K. (2018) confirma en su tesis “Gestión bajo el enfoque de liderazgo en las mypes del sector construcción, ciudad de Pucallpa, año 2018” para optar el título en Licenciado en Administración, tuvo como objetivo general: identificar el estilo de liderazgo y estimular su práctica como estrategia de dirección en la administración de las mypes del sector construcción, ciudad de Pucallpa, año 2018; su tipo de investigación cuantitativa – descriptiva – no experimental; la población y muestra está integrada por 8 mypes, llegando a las siguientes conclusión: *la administración está comprendida por la mejora continua, sin embargo en la práctica no usan herramientas de calidad de gestión como procesos normalizador o técnicas para solución de problemas.*

5.3. Propuesta de mejora

Realizar un plan estratégico funcional: definir los objetivos, las políticas internas y sobre todo la visión y misión de la empresa.

Para lograr la implementación de un plan estratégico se tendría que conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas (FODA) de la empresa.

Implementar una organización funcional: realizando un organigrama enmarcando cada uno de las actividades principales y funcionales de la empresa, realizar el manual de operación y funciones para maximizar el rendimiento de los recursos humanos.

Realizar un direccionamiento enfocado al liderazgo: utilizando estrategias, conocimientos, habilidades y sobretodo experiencias para estar preparado ante cualquier incertidumbre en la toma de decisiones.

Implementar un sistema de control: realizar encuestas que ayuden a conocer la satisfacción de los clientes, realizar una evaluación constante de la utilización de los recursos para un proceso eficiente y eficaz. La utilización de los antes mencionado ayudara a la empresa a mejorar en sus procesos administrativos y una mejora en su gestión de calidad.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En las agencias de publicidad la gestión de calidad se relaciona con la eficacia de los procesos administrativos, porque los servicios prestados por estas mypes se enfocan a desarrollar de la manera más eficiente sus actividades, realizando análisis de mercado y teniendo objetivos para la satisfacción de sus clientes.

Se determinó que las agencias de publicidad tienen un planeamiento relacionado a la gestión de calidad, porque utilizan lineamiento de política interna, el cual ayuda al funcionamiento de las actividades relacionadas a los servicios prestados, implementado una visión y misión para el direccionamiento del crecimiento empresarial y teniendo objetivos fijos que les ayuda a crear planes estratégicos para el posicionamiento en el mercado meta.

La organización se relaciona con la gestión de calidad, debido a que las agencias de publicidad tienen determinado su organigrama funcional, su estructura orgánica y su manual de operación y funciones, que les ayuda al ordenamiento interno de las actividades que se realizan para la prestación del servicio.

La dirección que se aplica en las mypes del sector servicio, agencias de publicidad tienen relación con la gestión de calidad, se observa que buscan estrategias para que el recurso humano desarrolle sus actividades, utilizando métodos de motivación y capacitaciones.

El control que utilizan las agencias de publicidad en la actualidad es deficiente, ya que no tienen implementados sistemas de evoluciones que ayuden a determinar la eficiencia de sus trabajadores y el funcionamiento de los procesos administrativos.

6.2 Recomendaciones

Conociendo cada una de las falencias que vienen suscitando dentro de las mypes del sector servicio, agencias de publicidad he decidido dar las siguientes recomendaciones:

Para tener una gestión de calidad, las agencias de publicidad tendrían que implementar un proceso administrativo eficiente y eficaz, utilizando cada uno de los parámetros en la elaboración del planeamiento estratégico, con objetivos fijos, políticas internas de calidad, con visiones a largo plazo y una misión acorde a su crecimiento organizacional.

Para desarrollar una organización funcional y estructurada, las agencias de publicidad, tienen que elaborar un organigrama, estructura orgánica y manual de operación y funciones acorde a la necesidad de la empresa siempre respetando los objetivos y las metas planteadas.

El direccionamiento tiene que enfocarse en la utilización de un liderazgo eficiente, manteniendo el orden y el control con los recursos humanos, utilizando algunas estrategias y herramientas para aumentar la creatividad y el rendimiento.

Implementar sistemas de control, como evaluaciones constantes del desarrollo de actividades de los trabajadores, la eficiencia de los procesos y sobre todo monitorear los procesos administrativos para lograr una gestión de calidad, por ultimo utilizar la retro alimentación del desarrollo de los procesos para la mejora continua.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive*. Ambato - Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Barone, S. (2015). *Las estructuras organizacionales: cultura, principios y modelos para la innovación*. Santo Domingo: Corripio.
- Cano, C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Bogotá DC: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Carrillo, D.J. & Chicaiza, J.V. (2016). *Proyecto de implementación de un sistema integrado de gestión de calidad y productividad*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas, Quito, Ecuador
- Carvajal, G., Valls, W., Lemoine, F., & Alcívar, V. (2017). *Gestión por Procesos un principio de la gestión de Calidad*. Ecuador: Editorial Mar Abierto.
- Condori, C. (2017). *Evaluación y propuesta de un plan de aseguramiento de calidad en las empresas constructoras de edificaciones en la región Puno, 2016*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano - Puno.
- Costa, A. (2015). *Liderazgo y dirección de empresas en el siglo XXI*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Cruz, J. (2016). *La planeación estratégica como herramienta para el logro de los objetivos organizacionales en una empresa comercializadora de equipo de seguridad*. México DF 2016: Instituto Politécnico Nacional.
- Del Águila, M. (2017). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017*. Pucallpa: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Evans, J. (2015). *Administración y Control de Calidad*. México: Cengage Learning .
- Fernández, A., & Polar, J. (2017). *Plan Estratégico para la empresa KELETEX SAC, Arequipa 2017*. Arequipa - Perú: Universidad Católica San Pablo.
- Fernández, A., & Ramírez, L. (2017). *Propuesta de un plan de mejoras basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribución A y B*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
- Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación sexta edición*. México: Mc Graw Hill.

- Flores, S. (2015). *Proceso Administrativo y Gestión empresarial en Coproabas, Jinotega*. Matagalpa - Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Garriga, F. (2014). *Problemas resueltos en la teoría de la decisión*. México: OmniaScience.
- González, F. (2014). *La planificación estratégica: Métodos, Técnicas y Buenas prácticas*.
- González, J., & Rodríguez, M. (2019). *Manual práctico de la planeación estratégica*. España: Díaz de Santos.
- González, Ó., & Arciniegas, J. (2015). *Sistema de Gestión de Calidad Teoría y práctica bajo las norma ISO 2015*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Grandez, J. (2019). *Gestión de calidad y eficacia de los proceso administrativos en las mypes del sector comercial, rentas de canchas de grass sintético – distrito de Callería, año 2019*. Pucallpa: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Guzmán, A. (2018). *Gestión de las Mypes del sector restaurantes ubicados en el jr. Salaverry cuadra 1 – 5 del distrito de Callería, Ucayali 2018*. Ucayali: Universidad Privada de Pucallpa.
- Hernández, A. (2013). *La generación multitasking y la publicidad interactiva*. Santa Rosa: Área de innovación y desarrollo, S.L.
- Hintze, J. (2017). *Administración de estructuras organizativas*. México: Transformación.
- Huamaní, W. A. (2017). *El planeamiento estratégico y la gestión educativa en la Institución Educativa N° 115-28 – Niño Jesús de San Ignacion del distrito de San Juan de Lurigancho, 2015*. Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Martínez, J., & Silva, K. (2016). *Plan Estratégico para mejorar la gestión de la empresa celestial Touch – Chiclayo*. Pimentel - Perú: Universidad Señor de Sipán.
- Navarro, E., Jiménez, E., Rappoport, S., & Thoillies, B. (2017). *Fundamentos de la investigación y la innovación educativa*. España: Universidad internacional de la rioja, SA.
- Noguez, V. (2015). *Iso 9001 - 2015*. México: ISOTools Excellence.

- Ojanama, H. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa - Aguaytia, Región Ucayali, año 2018*. Pucallpa - Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Panduro, X. (2018). *Gestión administrativa en la competitividad empresarial de los micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería – Pucallpa, año 2018*. Pucallpa - Ucayali: Universidad Privada de Pucallpa.
- Panduro, K. (2018). *Gestión bajo el enfoque de liderazgo en las mypes del sector construcción, ciudad de Pucallpa, año 2018*. Pucallpa –Perú: Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote.
- Paredes, M., & Reátegui, N. (2016). *Capacitación Empresarial Y Su Incidencia En La Gestión Administrativa De La Empresa American Metal S.A.C. Del Distrito De Callería- Pucallpa, 2016*. Pucallpa - Perú: Universidad Privada de Pucallpa.
- Sánchez, I. (2009-2017). *Estilo de dirección y liderazgo en las organizaciones: Propuesta de un modelo para su caracterización y análisis*. Colombia: Universidad del Valle.
- Tolentino, D. (2017). *Gestión bajo el enfoque de marketing en las mypes del sector comercial, distribuidoras de productos nutraceúticos, distrito de Callería, año 2018*. Pucallpa: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- Vasallo, T. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Chimbote - Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Zevallos, M. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad con el uso de las estrategias de marketing en la micro y pequeña empresa del sector servicio - rubro agencias de viaje, distrito de Tarapoto, año 2017*. Tarapoto - Perú: Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

ANEXOS

1.- Presupuesto

Para ayudar en la realización del presente informe final de investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/.4999.50

Tabla 25: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	200	20.00
• Fotocopias	0.05	1000	10.00
• Anillados	7.00	4	28.00
• Papel bond A -4 (500 hojas)	11.50	4	46.00
• Lapicero	2.5	3	7.50
• Memoria USB de 8 Gb	38.00	1	38.00
• Tina para cartuchos	66.00	3	66.00
Servicios			
• Uso del Turniting	50.00	2	100.00
• Taller de Investigación	3,000.00	4	3,000.00
Sub total			3,315.5
Gastos de Viaje			
• Pasajes para recolectar información	3.00	8	24.00
Sub total			24.00
Total de presupuesto desembolsable			3,339.5
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet (laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)			120.00
• Búsqueda de información en base de datos	30.00	4	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación de ERP University. MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recursos humanos			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	12	1260.00
Sub total			1260.00

Total de presupuesto no desembolsable			1660.00
Total (S/.)			4999.50

Fuente: Rodríguez Macedo Leopoldo Nicolás

2.- Cronograma

El cronograma de seguimiento y cumplimiento en el desarrollo del presente informe final de investigación, en semanas por mes y por semestre es el siguiente:

Tabla 26: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación				x												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				x												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				x												
5	Mejora del marco teórico					X					x						
6	Redacción de la revisión de la literatura.						x					x					
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						x										
8	Ejecución de la metodología						x										
9	Resultados de la investigación							x		x	x			x			
10	Conclusiones y recomendaciones								x			x		x			
11	Redacción del pre informe de Investigación.								x								
12	Reacción del informe final												x	x	x		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														x	x	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																x
15	Redacción de artículo científico																x

Fuente: Rodríguez Macedo Leopoldo Nicolás

3.- Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA

Instrucciones:

ESTIMADO REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA, LA ENCUESTA QUE SE REALIZARA A CONTINUACIÓN FORMAN PARTE DE LA INVESTIGACIÓN ES PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA DETERMINAR “LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EFICACIA DE PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS, AGENCIA DE PUBLICIDAD - CALLERÍA, 2019”

Nombre: _____

Fecha: ___/___/___

I. Generales:

1. ¿Cuál es su edad?

A) 18 a 28	B) 37 a 45
C) 29 a 36	D) 46 a más

2. Sexo

A) Masculino	B) Femenino
--------------	-------------

3. ¿Nivel de educación?

A) Primaria	B) Secundaria
C) Técnico	D) Universitaria

4. ¿Cuál es su cargo?

A) Dueño	B) Gerente
C) Encargado	D) Administrador

II. GESTIÓN DE CALIDAD	
5. ¿Su empresa tiene elaborado un plan de calidad?	
A) Sí	A) No
6. ¿Realiza evaluaciones de calidad de sus servicios?	
A) Sí	B) No
7. ¿Utiliza documentos de gestión?	
A) Sí	C) No
III. PROCESOS ADMINISTRATIVOS	
8. ¿Implemento su visión, misión y valores en su empresa?	
A) Sí	B) No
9. ¿Realizo un planeamiento estratégico en su empresa?	
A) Sí	B) No
10. ¿Tiene un plan de gestión de calidad enfocándose a los procesos administrativos?	
A) Sí	B) No
IV. PLANEACIÓN	
11. ¿Realizo una matriz FOFA?	
A) Sí	B) No
12. ¿Tiene definidos sus objetivos en su empresa?	
A) Sí	B) No
13. ¿Utiliza políticas internas en su empresa?	
A) Sí	B) No
V. ORGANIZACIÓN	
14. ¿Realizo su manual de operaciones y funciones?	
A) Sí	B) No
15. ¿Tiene un organigrama?	
A) Sí	B) No
16. ¿Realizó la distribución de funciones dentro de su empresa?	
A) Sí	B) No
VI. DIRECCIÓN	
17. ¿Utiliza algún tipo de liderazgo para la obtención de resultados?	
A) Sí	B) No
18. ¿Utiliza algún tipo de motivación para mejorar el desempeño de sus	

colaboradores?	
A) Si	B) No
19. ¿Realiza capacitaciones en su empresa?	
A) Si	B) No
VII.CONTROL	
20. ¿Tiene algún sistema de control el desempeño de sus trabajadores?	
C) Si	D) No
21. ¿Realiza algún tipo de evolución para conocer si están logrando los objetivos?	
C) Si	D) No
22. ¿Tiene algún plan de contingencia por alguna irregularidad dentro del proceso para la obtención de resultados?	
C) Si	D) No

Pucallpa, Octubre 2019

Elaborado por Rodríguez L.

Validado por MBA. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

4.- Fotografías tomadas en el centro de investigación

