



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“FLUJO DE INFORMACIÓN Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA
AGENCIA AUSA ADUANAS S.A., CALLAO, 2018”.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

PARIONA MALLQUI, Jose Luis

ASESOR:

Dr. COSTILLA CASTILLO, Pedro Constante

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA – PERÚ

2018

PÁGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

Dr. Iván Tantalean Tapia

SECRETARIO

MSc. Mairena Fox Petronila Liliana

VOCAL

Dr. Pedro Costilla Castillo

DEDICATORIA:

Dedico esta tesis a mis padres que día a día me brindan su apoyo y educación, por el entendimiento y el amor incondicional brindado, agradezco a Dios por su protección, salud y darme sabiduría.

José Luis

AGRADECIMIENTO:

Agradezco a mis padres, y hermanos quienes me brindaron su apoyo incondicional durante todo este tiempo.

También agradezco a mis asesores del proyecto de tesis y de desarrollo de tesis, la Mg. Petronila Mairena y el Dr. Pedro Costilla quienes me apoyaron y asesoraron durante toda mi investigación.

José Luis

DECLARATORIA DE AUTENCIDAD

Yo, Jose Luis Pariona Mallqui con DNI N° 46437828, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesina son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documento como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de Junio del 2018

José Luis Pariona Mallqui
DNI 46437828

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Flujo de información y capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A., Callao 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Jose Luis Pariona Mallqui

ÍNDICE

	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de figuras	x
Índice de tablas	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	14
1.1.1. En el contexto internacional	14
1.1.2. En el contexto nacional	15
1.1.3. En el contexto local	16
1.2. Trabajos previos	17
1.2.1. En el contexto internacional	17
1.2.2. En el contexto nacional	19
1.3. Teorías relacionadas al tema	21
1.3.1 Flujo de información	21
1.3.1.1. Teoría del doble flujo de la comunicación	21
1.3.1.2. Conceptualización de flujo de información	22
1.3.1.3. Dimensión flujo de información	22
1.3.2. Capacidad de respuesta	26
1.3.2.1. Teoría del modelo Servqual	26
1.3.2.2. Teoría triángulo de servicios	26
1.3.2.3. Conceptualización de capacidad de respuesta	27
1.3.2.4. Dimensión capacidad de respuesta	27

1.4.	Formulación del problema	29
1.4.1.	Problema general	29
1.4.2.	Problemas específicos	30
1.5.	Justificación del estudio	30
1.5.1.	Justificación teórica	30
1.5.2.	Justificación metodológica	31
1.5.3.	Justificación práctica	31
1.6.	Hipótesis	31
1.6.1.	Hipótesis general	31
1.6.2.	Hipótesis específica	32
1.7.	Objetivos	32
1.7.1.	Objetivo general	32
1.7.2.	Objetivos específicos	32
II.	MÉTODO	33
2.1.	Método, tipo, nivel y diseño de Investigación	34
2.1.1.	Método de investigación	34
2.1.2.	Tipo de investigación	34
2.1.3.	Nivel de investigación	34
2.1.4.	Diseño de investigación	35
2.2.	Variables, operacionalización	35
2.2.1.	Variables	35
2.2.2.	Operacionalización de variables	36
2.3.	Población y muestra	37
2.4.	Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	37
2.4.1.	Técnicas de recolección de datos	37
2.4.2.	Instrumentos de recolección de datos	37
2.4.3.	Validez	38
2.4.4.	Confiabilidad	38
2.5.	Métodos de análisis de datos	39
2.6.	Aspectos éticos	39
III.	RESULTADOS	41

3.1	Estadística descriptiva – Tabla de frecuencias	43
3.1.1	Sobre la variable: Flujo de información	43
3.1.2	Sobre la variable: Capacidad de respuesta	45
3.2	Estadística inferencial	47
3.2.1	Prueba de normalidad	47
3.2.2	Prueba de hipótesis	48
IV.	DISCUSIÓN	53
V.	CONCLUSIONES	58
VI.	RECOMENDACIONES	61
VII.	REFERENCIAS	63
	ANEXOS	71
	A. Matriz de consistencia	72
	B. Instrumentos	73
	C. Validación de instrumentos	75

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.	
Gráfico N° 1	Gráfico de frecuencias sobre el flujo de información	42
Gráfico N° 2	Gráfico de frecuencias sobre la información externa o ambiental	43
Gráfico N° 3	Gráfico de frecuencias sobre la información interna	43
Gráfico N° 4	Gráfico de frecuencias sobre la información corporativa	44
Gráfico N° 5	Gráfico de frecuencias sobre la capacidad de respuesta	45
Gráfico N° 6	Gráfico de frecuencias sobre Reconocimiento de problemas	45
Gráfico N° 7	Gráfico de frecuencias sobre el análisis de problemas	46
Gráfico N° 8	Gráfico de frecuencias sobre la aplicación de soluciones	47

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.	
Tabla N° 1	Variables estudiadas	35
Tabla N° 2	Operacionalización de variables	36
Tabla N° 3	Validación de expertos	38
Tabla N° 4	Resumen de procesamiento de casos	38
Tabla N° 5	Estadísticas de fiabilidad	39
Tabla N° 6	Medias para evaluar valores de los coeficientes de Alfa de Cronbach	39
Tabla N° 7	Criterios éticos de la investigación	40
Tabla N° 8	Distribución de frecuencias sobre flujo de información	42
Tabla N° 9	Distribución de frecuencias sobre la información externa o ambiental	42
Tabla N° 10	Distribución de frecuencias sobre la información interna	43
Tabla N° 11	Distribución de frecuencias sobre la información corporativa	44
Tabla N° 12	Distribución de frecuencias sobre capacidad de respuesta	44
Tabla N° 13	Distribución de frecuencias sobre el reconocimiento de problemas	45
Tabla N° 14	Distribución de frecuencias sobre el análisis de problemas	46
Tabla N° 15	Distribución de frecuencias sobre la aplicación de soluciones	46
Tabla N° 16	Prueba de normalidad	47
Tabla N° 17	Correlación del flujo de información y la capacidad de respuesta	48
Tabla N° 18	Baremo de correlación	49
Tabla N° 19	Correlación de la información externa o ambiental y el reconocimiento de problemas	50
Tabla N° 20	Correlación de la información interna y el análisis de problemas	51
Tabla N° 21	Correlación de la información corporativa y la aplicación de soluciones	51

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el flujo de información y la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduana el año 2018, se tuvo una población censal de 40 colaboradores, los datos se obtuvieron utilizando la técnica de encuesta a través de un cuestionario tipo Likert de 18 preguntas, se procesaron los datos mediante el uso del programa SPSS 25, para el análisis se emplearon las estadísticas descriptiva e inferencial; lográndose como resultado que existe correlación positiva ($R = 0,716$) de la variable flujo de información con capacidad de respuesta.

Palabras claves: flujo de información, capacidad de respuesta.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between the flow of information and the response capacity in the AUSA Customs agency in 2018, with a census population of 40 collaborators, the data was obtained using the survey technique Through a Likert questionnaire of 18 questions, the data were processed through the use of the SPSS 25 program, for the analysis the descriptive and inferential statistics were used; achieving as a result that there is positive correlation ($R = 0.716$) of the variable management of competencies with job performance.

Keywords: Information flow, answer's capacity.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Las empresas hoy en día poseen diversos canales por donde pueden comunicar los distintos mensajes que desean transmitir a la organización, aunque en ocasiones estos canales muestran falencias, que traen como consecuencia innumerables contratiempos, que con el tiempo se tornan en grandes problemas para la empresa.

Por otra parte, estos incidentes suelen afectar a los clientes, ya que después de identificar alguna deficiencia o una situación fuera de lo común en sus operaciones, inmediatamente este recurrirán al proveedor, para que le brinde una respuesta rápida y concisa acerca de esta observación, sin embargo, en reiteradas ocasiones la empresa no absuelve o resuelve a tiempo las preguntas y/o problemas que son planteadas por los usuarios, impactando negativamente en la percepción del servicio.

Por consiguiente, es muy importante que una organización cuente con uno o más canales de transmisión de la información, y que esta viaje de una forma clara y concisa a los demás miembros de la empresa, ya que ante una eventual consulta de los clientes, los colaboradores estarán en la capacidad de poder absolverlas en el tiempo esperado.

1.1.1. En el contexto internacional

En el contexto internacional son más comunes encontrar sistemas que integren la información en las empresas, sobre todo en las transnacionales, ya que tienen distribuido su negocio en diversos países, la principal necesidad es de integrar y transmitir datos, a sus diversas filiales, pero en proceso muchas veces se pierde el mensaje o llega de manera incompleta, afectando directamente a la compañía en aspectos como costos, tiempos, y capacidad de respuesta para con sus clientes, por lo que implementar un adecuado flujo de información en la empresa es un punto importante a considerar.

Respecto al estudio de flujo de información organizacional Arru (2014), indica en el artículo “Comunicación interna, una oportunidad de mejora para la empresa” que existe un alto índice de conflictos generados en las organizaciones por un inadecuado flujo de información. De contar con este problema en una empresa, puede conllevar a dañar el clima laboral, el rendimiento y la calidad del producto final. No brindar la atención debida a estos tipos de problemas podría obstaculizar, el alcanzar los objetivos trazados. Estos

incidentes son recurrentes en las empresas multinacionales, donde se evidencia una inadecuada gestión en el flujo de información a nivel interno. Además sostiene que a estos problemas, los líderes serán los responsables de poner la atención pertinente y emplear diversas técnicas de abordaje, o de lo contrario podría desencadenar problemas muy serios en los resultados económicos esperados por la empresa.

Cuando existe un deficiente flujo de información, el mensaje no llega a su destino y no cumple objetivo, ello conlleva a que los empleados que reciben la información de manera incompleta o ineficiente, por consiguiente inducir a errores, sobre todo a los receptores, a esto sumado barreras como las del idioma, podría dificultar mayormente interpretación del mensaje, como fue el caso de Amazon, que en el 2014, por un error interno oferto diversos productos de empresas asociadas a su web, por tan solo 1 céntimo de dólar, claro está luego enmendaron el error pero, muchos clientes ya habían completado sus compras y estas se debían respetar generando grandes pérdidas a los socios de su portal de ventas.

La multinacional de mudanzas Gil Stauffer con sede principal en España en el año 2014, tuvo que retractarse públicamente y pedir disculpas a una usuaria que se quejó en Twitter por el mal servicio que le había prestado la empresa. El community manager de Gil Stauffer lanzó una advertencia amenazante a una usuaria de que borrara un tuit o tendrían consecuencias legales, pues sentían que el mensaje estaba perjudicando su reputación. Finalmente la empresa se dio cuenta de su error y no tuvo otra opción más que retractarse y expresar sus disculpas. Por lo que es importante tener en cuenta que el personal que da la cara por la empresa, debe ser altamente capaz de responder acertadamente y no dejarse llevar por lo impulsos.

1.1.2. En el contexto nacional

En el Perú actualmente, se vive una innovación en los flujos de información empresarial, pues se están optando por técnicas que se emplean en el extranjero, con la finalidad de alcanzar la excelencia operativa. Innovando tanto en procesos, como en tecnología, ello debido a la alta exigencia del mercado.

Martínez en su artículo “Importancia de los sistemas de información para las Pymes” indica la importancia de identificar las causas de las incidencias que comprometen

las actividades de la empresa, esto deberá ser analizado con la finalidad de plantear un plan de acción que ayude a mitigar estos problemas, además de evidenciar un plan de acción para las futuras incidencias, y claro está que esto se observa mayormente las empresas con menor tamaño de operaciones en el Perú, los recursos requeridos para cumplir estos aspectos, que sin duda son de gran importancia, ya que como empresa deben tener en claro la labor que realizan cada uno de los miembros, de lo contrario se podrían registrar duplicidad de funciones, errores por falta de información, etc.

El diario la Republica en su artículo denominado “Usuarios reportan fallas de internet de Movistar Perú”, publicado el 5 de Enero del 2014, informo que varios de los clientes de la empresa de telecomunicaciones, manifestaron que presentaban problemas con el servicio de internet que tenían contratado, ya que no podían acceder a este, la empresa no pudo brindar una solución inmediata y el problema persistió por varias semanas, teniendo en cuenta que la empresa en ese entonces ya contaba con una gran competencia, este error le ocasiono grandes pérdidas de clientes, es por ello la importancia de plantear el problema en cuestión, identificar las distintas causas que lo originan y los posibles escenarios que podrían desencadenar, también se debe tener en cuenta posibles planes de contingencia, que ayuden a mantener en vigencia el servicio.

1.1.3. En el contexto local

Delgado (2015) plantea en su tesis “Propuesta para la mejora de la gestión del proceso logístico en la empresa Tablenorte s.a.c.” que dicha organización, no mantiene un adecuado planeamiento en reabastecimientos de insumos, la falta de un proceso establecido ha conllevado a que este proceso se realice de manera informal, generando problemas de incumplimiento de órdenes, sobre costos por pedidos de emergencia, o falta de atención en los almacenes, impactando directamente en la rentabilidad de la empresa.

Además la empresa, ha visto comprometida el registro de información en sus almacenes, debido a una inadecuada gestión por parte del personal encargado, ello debido a que no se ha implementado un manual de funciones y responsabilidades a la empresa en general, donde se indique el cargo y los deberes que estos deberán cumplir, es por ello que la empresa presenta sus registros de inventario desactualizados, comprometiendo así las

ventas que se están generando por parte del área comercial, ya que estos vendes productos que la empresa no cuenta en stock.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. En el contexto internacional

López (2013) en su investigación “Red de inteligencia compartida organizacional como soporte para la toma de decisiones”, para obtener el grado de Doctor en la universidad de Granada, Cuba, señala que el objetivo de su trabajo de investigación fue el de desarrollar un modelo de flujo de información que beneficie al centro de estudio de energía y tecnología avanzada de Moa, el primer paso fue el de programar 2 reuniones internas en la organización, con el objetivo de identificar los puntos claves a re-estructurar, para lo cual obtuvo como respuesta que el 90% del personal estaba de acuerdo con la reorganización en los procesos, así como la identificación de áreas con información sensible, con estos datos se planteó la aplicación de un nuevo TIC a la organización, la cual debería adecuarse a la operativa diaria de la empresa, la metodología empleada en este trabajo fue el de inductivo-deductivo.

Vásquez (2015), en su investigación “Relación entre la comunicación y la satisfacción de un grupo de trabajadores del área de bodega de Bofasa”, tesis para obtener el grado de licenciado en Administración en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala de la Asunción, Guatemala. Manifestó que tuvo como objetivo general identificar la correlación entre comunicación y satisfacción de la organización en estudio. La metodología empleada correspondió a un enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, y de diseño de investigación no experimental. En el desarrollo de la investigación empleo las teorías de Benavides (2001) y Robbins (2005). La población estuvo constituida por 1,200 empleados, de los cuales se tomó como muestra a 50 operarios de diversas edades. El cuestionario estuvo distribuido por 20 ítems para la variable comunicación y 16 ítems para la variable satisfacción. El autor concluyó que existe correlación estadísticamente significativa entre ambas variables, dándose una $r=0,875$. Además, un 75% de los empleados cree necesario la existencia de un canal de comunicación eficiente para la transmisión de información entre las áreas. Adicionalmente, se encontró una correlación de

0, 681, destacando así que la identificación hacia la empresa constituye un factor importante de asociación con el desarrollo laboral de cada colaborador. Por último, hace referencia a una correlación entre comunicación y desarrollo laboral la cual fue de 0, 801.

Wills-Espinosa, Cevallos, Sadi y Ancin (2017) en su investigación denominada “La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el caso de una universidad ecuatoriana”. Establecen como objetivo principal probar la relación entre satisfacción con comunicación interna y luego con el compromiso organizacional. La teoría empleada para fundamentar el estudio fue la de Karanges et al (2014) quien sostiene que la comunicación interna cumple dos funciones, el primero de convertir la información en una herramienta de soporte a las estrategias organizacionales y segundo de crear una percepción de integración organizacional. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptiva - correlacional. La población estuvo compuesta por 156 trabajadores de tiempo completo, de los cuales extrajo una muestra de 105 personas. En conclusión, el autor sostiene que la calidad de la comunicación de los directivos con los empleados es satisfactoria (89,33%) y la comunicación organizacional se relaciona positivamente con la identificación de los colaboradores, con un coeficiente de Pearson de $R=0,17$, es decir grado débil.

En la investigación de López (2016), titulada “Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un Instituto de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil”, para obtener el título de licenciado en la Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador. Estableció como objetivo determinar la relación entre la satisfacción con la comunicación organizacional en una universidad privada. Para lo cual empleo como respaldado las teorías de Downs y Hazen (1977) y Meyer y Allen (1997). Además, aplico una metodología de enfoque cuantitativo y de nivel correlacional, estudio no experimental y transversal. La población estudiada estuvo conformada de 156 colaboradores de diferentes áreas y niveles, de los cuales extrajo una muestra de 103 personas. Finalmente identifica en los resultados una relación de tipo positiva débil por inclinación creciente y grado débil en una magnitud del coeficiente cercana a 0.

Martínez (2013) en su artículo científico denominado “La investigación sobre los flujos de información en las fábricas: el enfoque de la disciplina administrativa” manifiesta que un adecuado empleo de la información en las organizaciones manufactureras abre paso a la capacitación constante tanto de manera individual, como en equipo, e igualmente la

información se genera de manera individual o grupal y esta fluye al entorno de la organización, pero el gran problema que se origina, es que los potenciales emisores y receptores de información, muchas veces no interactúan entre sí, o en el peor de los casos no se conocen, en esas situaciones, no se tiene la certeza si la información que tiene que brindar, se la está entregando a la persona indicada, por ello, el autor concluye que el uso de técnicas administrativas para la gestión de la información de la empresa, es la mejor opción a este problema, el método empleado en este artículo científico es el de hipotético deductivo.

López (2013), en su tesis titulada “Imagen corporativa y su importancia para las organizaciones en la gestión de la atención y servicio”, planteó como objetivo probar la importancia de la imagen corporativa en la consolidación de una empresa, relacionándola con los servicios ofertados internamente. Además sostiene que estos son considerados sujetos sociales y que son guiados por un proceso determinado. Para ello, empleo la metodología enfoque cuantitativo probabilístico, utilizando métodos descriptivos. Posteriormente concluyo que, la importancia de la imagen es gradualmente importante en la medida que los medios visuales significan una construcción mental intangible que conlleve a la consolidación de una identidad organizativa a través del comportamiento, comunicación y simbolismo, todo ello con el objetivo de posicionar a la empresa en una ubicación propicia en la estructura mental del público e influenciar de sutilmente en sus decisiones de consumo. Finalmente, el autor hace énfasis en la necesidad de emplear las redes sociales como herramientas para el logro adecuado de los objetivos corporativos.

1.2.2. En el contexto nacional

Por otra parte, Echevarría (2014), sostiene en la investigación “Comunicación organizacional y gestión administrativa en la Unión Peruana del Sur, 2014”, las dimensiones de las variables comunicación organizacional: Comunicación jerárquica, comunicación intermedia y comunicación no jerárquica, y la variable: gestión estratégica, mostraron la existencia de una correlación significativamente superior a la media ($r=0,712$). Además, se obtuvo como resultados que la información otorgada por el personal es siempre confiable (55.0%), por otro lado la empatía mostrada por el personal de atención al cliente tiende a ser buena con el usuario (55.0%), por consiguiente concluye

que el tiempo de espera de los usuarios es el adecuado. El tipo de investigación corresponde a una investigación descriptiva correlacional, de diseño no experimental. La muestra estuvo compuesta por 260 colaboradores de los 6 campos de la Unión Peruana del Sur.

Por otro lado contamos con la investigación de Mansilla (2016), de la Universidad peruana de ciencia aplicadas, con la tesis para optar por el título de magister en dirección de operaciones y logística, “Propuesta de una mejora en la gestión de la cadena logística de una empresa manufacturera”, el problema central de esta investigación fue el de la falta de integración entre las diferentes áreas que componen la empresa, ello ocasiona que las operaciones se tornen un tanto complejas y genera restricciones en el flujo de información y procesos, impactando en la toma de decisiones de la organización, el objetivo principal buscado fue el de elevar la eficiencia del sistema logístico a través de un modelo de gestión, el estudio dio como resulta la identificación de los principales problemas que ocasiona el ineficiente flujo de información, que es de Sistema logístico ineficaz, falta de procedimientos, Falta de existencia de Plan de producción e inadecuada organización, falta de integración entre ventas y operación con logística y utilización de procesos manuales, por ultimo concluye que el nuevo modelo de gestión ayudara a generar la integración entre las áreas y un ordenamiento en los procesos, pero para lograr este objetivo es necesario que toda la organización comparta un objetivo en común. Por otra parte la metodología empleada es la de Hipotético-deductivo.

Castro (2013), de la Universidad Nacional de Trujillo, con su tesis para optar por el título de licenciada en administración, “influencia de la comunicación interna en el mejoramiento de la cultura organizacional de los trabajadores de la Municipalidad provincial del Santa”. El objetivo es determinar si la comunicación interna influye en el mejoramiento de la cultura organizacional y teniendo como uno de sus objetivos específicos, identificar los medios y canales comunicacionales internos utilizados para dar a conocer la cultura organizacional.

Concluyo que en la Municipalidad provincial de Santa, existe un estilo de gobierno burocrático donde es casi nulo el empoderamiento a los trabajadores, no existe una adecuada comunicación interna y por ende se afecta a los usuarios de los servicios, siendo esta área, la que presenta mayores problemas de comunicación interna. Se utilizó el diseño

descriptivo, así como los siguientes métodos: deductivo-inductivo, analítico sintético y el estadístico.

También se contó con la investigación de Bendezu (2016), de la Universidad nacional mayor de San Marcos, con la tesis para obtener el título de licenciado en comunicación social, “la comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la municipalidad distrital de la Perla, Callao”. Su objetivo general era averiguar la relación entre comunicación interna e identidad corporativa. Concluye que se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los trabajadores de la Municipalidad de la Perla. El autor recomienda que, para garantizar la efectividad de las comunicaciones se diseñe un plan anual de comunicación interna, la metodología empleada en su trabajo de investigación fue el de Hipotético – deductivo.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Flujo de información

1.3.1.1. Teoría doble flujo de la comunicación

Gil y Guarne (2005) sostuvieron acerca de esta teoría que:

Las relaciones interpersonales mediatizan las relaciones entre la audiencia y el mensaje enviado y que, concretamente, no son los medios si no los líderes de opinión, aquellos que están más informados y utilizan sus relaciones interpersonales, quienes tienen más poder (p.184).

Gil y Guarne (2005) Concluyeron que “la teoría se denomina doble flujo, porque: un primer flujo es el impacto directo del medio hacia el líder de opinión y un segundo flujo se da entre líder de opinión y la gente menos informada” (p.184).

1.3.1.2. Conceptualización de Flujo de información

Livas (2001) indicó que:

La transmisión de información entre seres humanos se lleva a cabo de muchas maneras. Empezó como comunicación de lenguaje corporal, gestos y señas, hace aproximadamente dos millones de años y evoluciona al lenguaje verbal y posteriormente al lenguaje escrito y simbólico (párr. 10).

Pau (2008) por su parte manifestó que:

El flujo de información es una parte fundamental en la elaboración de un producto o brindar un servicio. Este procedimiento nace cuando el emisor de la información canaliza los datos más relevantes que necesita transmitir a un receptor, para que este logre de la manera más eficiente completar el proceso de creación de un producto o servicio (p.202).

Por otro lado De Pablos (2004) sostuvo que “es la suma de conocimientos necesarios para la realización de ciertas actividades, y que en conjunto añaden una visión general del conocimiento” (p. 17).

Gonzales (2001) añadió acerca de este concepto que:

La información es un bien de la empresa, ya que ha necesitado invertir recursos para poder producirla, además el mercado está dispuesto a pagar por obtener este producto. Además agrega que hoy en día surgen muchas empresas que se dedican a comercializar información, un negocio que se está tornando muy rentable tomando en cuenta el tipo de información a que se requiera (p.21).

1.3.1.3. Dimensión flujo de información

A. Información externa o ambiental

De Pablos (2004) manifiesta que “es la información que proviene del mercado, con el objetivo de identificar los requerimientos y necesidades del cliente, además de evidenciar los más adecuados canales de distribución y medios tecnológicos que se requieren para un desempeño eficiente” (p.20).

Indicadores

Necesidades.

Zabalsa (2013) indicó que “la necesidad está compuesta por la diferencia entre el modo en que deben ser contra el modo en que necesitan que sean, o la necesidad de que estas sean, diferenciándolas de cómo son en realidad” (p.67).

Canales.

Wheeler (2005) sostuvo que “los canales son un método eficaz de acercarse a los clientes, en el momento y lugar que prefieran, y por los medios que sean de su agrado” (p.25).

Tecnologías.

Casalet (1998) afirmó que “es la conformación del total de conocimientos y teorías para emplearlas y poder transformar la realidad y brindar una solución a una problemática social” (p.7).

B. Información interna

De Pablos (2004) sostuvo que:

La información externa identificada, es transmitida a toda la organización, con el fin de ayudar a las personas encargadas de tomar decisiones decisivas, ya que estas se encargaran de transformar ello en conocimientos que le brinde la capacidad de crear nuevos productos o servicios (p.21).

Indicadores

Distribución

West (2000) sostuvo que “la distribución es la gestión adecuada de los pedidos, apoyados por un sistema de información y canales de distribución. Ello influye en la decisión de cómo realizar una tarea, ubicando estratégicamente los almacenes de destino y de producción” (p.5).

Toma de decisiones

Amaya (2010) conceptualizó toma de decisiones como:

la acción de razonar constantemente y de una manera focalizada, con la finalidad de decidirse a un camino que le lleve a alcanzar su objetivo, para lograr ello pueden ser influenciados en varias disciplinas tales como lógica, ciencia y filosofía, pero ello deberá ser complementado con la creatividad de la persona responsable (p.3).

Desarrollo de productos

Lerma (2010) manifestó que “la acción de crear productos se logra a través de una serie de procesos sistemáticos, que también puede comprometer la modificación de productos existentes, añadiéndoles valor o generándole un enfoque totalmente distinto” (p.5).

C. Información corporativa

De Pablos (2004) afirmó sobre este punto que “cuando la organización muestra sus productos o servicios al mercado, es cuando se desarrolla la información corporativa, ya que proyecta a sus posibles clientes y entorno en general, los bienes o servicios que plantea ofertar “(p.21).

Indicadores

Productos o servicios

Lerma (2010) sostuvo que “es todo producto o servicio producido por el trabajo del hombre y que se oferta al mercado con la finalidad de satisfacer alguna necesidad o requerimiento del consumidor, obteniendo por ello un beneficio, en favor de los ofertantes” (p.3).

Posibles clientes

Kossen (1992) manifestó que “son individuos y organizaciones que pueden beneficiarse de su producto, pueden estar calificados financieramente para comprarlo y tienen autoridad para influir o para realizar decisiones de compra” (p.202).

Información

Correa (2008) afirmó que “la información son datos que procesados de manera conjunta, nutren a los sujetos o sistemas que reciben dicho mensaje, con el objetivo de cambiar el estado de conocimientos de estos receptores (p.16).

1.3.2. Capacidad de respuesta

1.3.2.1. Teoría del modelo Servqual

Medina (2000) sostuvo que:

El objetivo del sevqual es el de medir la calidad de servicio a través de la jerarquización de diversos aspectos relevantes para obtener la satisfacción de los clientes, además discute las propiedades de estas y las posibles aplicaciones de acuerdo al escenario planteado. Además se trata de plantear adecuadamente las interrogantes para realizar este estudio, por ello se determinó las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el significado de calidad de servicio?, ¿Cuáles son los incidentes más recurrentes que influyen negativamente en la calidad de servicio? (p.186).

1.3.2.2. Teoría triángulo de servicios

Albrecht (1988), sostuvo que:

El servicio de una organización deberá contar con 3 características esenciales:

Estrategia de servicio: Es importante establecer una estrategia, la cual pueda transmitirse a través de uno o varios canales de transmisión de información en la organización.

Colaboradores con contacto al público: El personal que se enfoca en las necesidades y requerimientos del cliente. Conduce, a una consientización del personal en cuanto a la importancia del cliente. Por ello para alcanzar este nivel es importante que todos los trabajadores de las áreas en general mantengan un flujo adecuado de transmisión de la información

Sistemas adecuados para el cliente: El sistema a emplear para brindar un servicio deberá adecuarse a la conveniencia del cliente, y no centrarse en la comodidad de la empresa. Ello puede referirse a sistemas, políticas internas, métodos y procedimientos de transmisión de información (pp. 38-39).

1.3.2.3. Conceptualización de capacidad de respuesta

Denton (2000) afirmó sobre este tema que “la sencillez en el diseño, producto y servicio de la empresa juega un rol muy importante ya que mientras más sencillo sea el producto o servicio más fácil será el de responder a las interrogantes de los clientes” (p.72).

Por otra parte Stoner, Freeman & Cordova (1996) manifestaron que:

La capacidad de respuesta, es el poder de la empresa de manifestarse asertivamente ante asuntos sociales, la cual tiene un flujo que comienza cuando la empresa reconoce el problema, realiza un análisis sobre ello, plantea las posibles soluciones que necesita, y por ultimo toma una decisión acerca de lo que se implementara (p.113).

Moyano (2011) por su lado sostuvo que “es la cualidad de la empresa de brindar un servicio veloz y confiable ante una solicitud de sus clientes, ello se puede evidenciar cuando responden rápidamente llamados o requerimientos de los clientes (pp.182-183).

Berhard (2008) afirmo que “es encontrar enseguida la respuesta a un argumento, no permanecer callado ante una pregunta o una reflexión del adversario” (p.59).

1.3.2.4. Dimensión Capacidad de respuesta

A. Reconocimiento del problema.

Urcola (2010) sobre este punto sostuvo que:

Un adecuado planteamiento del problema es fundamental, además de filtrar adecuadamente lo que es y no es relevante en el problema, por otra parte es importante implementar una metodología para el procesamiento de los datos, no sobrestimar ningún hecho, y finalmente, lograr identificar los problemas (p.98).

Indicadores

Problema

La Rae (2014) conceptualizo problema como "la fijación de una situación adversa determinada la cual a través del método científico deberá obtenerse la respuesta que aún se desconoce" (pp. 5).

Cuantificable

La Rae (2014) definió este término como "Expresar la cantidad, el número o el grado de lo designado mediante un elemento gramatical" (pp. 3).

B. Análisis del problema

Urcola (2010) afirmó que "cuando se dispone de los datos necesarios para el estudio de las causales de una problemática, es importante realizar una clasificación, dándoles un grado de valoración, identificando las posibles relaciones, realizar un análisis y elegir la más adecuada" (p.99).

Indicadores

Causas

La Rae (2014) conceptualizó este punto como "Aquello que se considera como fundamento u origen de algo" (pp. 1).

Selección

La Rae (2014) definió este término como "el proceso de realizar una elección ya sea de personas, cosas, etc. Clasificándolas y brindándoles la importancia que requieran cada una de ellas" (pp. 1).

Elección

La Rae (2014) afirmó que "es la forma en la que se organizan o se juzgan numerosas opciones permitiendo identificar quien es mejor entre ellas" (pp. 1).

C. Aplicación de soluciones

Urcola (2010) sostuvo acerca de este tema que “al implementar una solución, es esencial evaluar qué es lo que se requiere hacer y de qué manera se actuara, además definir a la persona responsable, el tiempo de implementación, sin ello, todo el trabajo realizado habrá sido inútil” (p.100).

Indicadores

Accionar

Pérez (2002) afirmó que “es poner en funcionamiento un mecanismo o parte de él” (p.58).

Método

La Rae (2014) manifestó que “es un proceso empleado por las ciencias para encontrar la verdad y transmitirla” (párr. 4).

Responsable

La Rae (2014) lo definió como “El individuo al cual se le ha transmitido la dirección, análisis y coordinación de las labores en industrias, empresas, inmuebles, etc” (pp. 3).

Tiempo

La Rae (2014) conceptualizó el tiempo como “La magnitud física capaz de clasificar y organizar el orden de los sucesos, fijando 3 tipos de tiempos: pasado, presente y futuro” (pp. 2).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el flujo de información y la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A., Callao, 2018?

1.4.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la información externa o ambiental y el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018?

¿Qué relación existe entre la información interna y el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018?

¿Qué relación existe entre la información corporativa y la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Justificación teórica

El trabajo de investigación se justificó mediante la teoría de doble flujo de información, ya que en muchas empresas se emplean constantes capacitaciones, con la finalidad de preparar las competencias necesarias en los colaboradores, sin embargo, los que reciben mayor capacitación son los líderes, que cuentan con cargos de coordinadores, supervisores, jefes, etc., para posteriormente retransmitir lo aprendido a sus subordinados.

Además, los líderes tienen la tarea de medir si las acciones o funciones que se vienen realizando, se desempeñan de la mejor manera, además cumplen el rol de guiar u orientar a sus subordinados, es aquí donde se explica esta teoría, cuando la información impacta directamente al líder, entra en escena el primer flujo, luego cuando este retransmite esta información a los subordinados, es cuando nace el llamado segundo flujo.

Por otra parte, se busca medir la calidad de servicio, a través del modelo SERVQUAL, la cual documenta los errores más recurrentes que influyen en la calidad de servicio brindada.

Por ello, la importancia del estudio se encuentra que será empleada como referente por otras empresas del mismo o diferente rubro, ya que les ofrecerá una guía para mejorar su gestión, y calidad de servicio.

1.5.2. Justificación metodológica

La tesis empleó herramientas metodológicas sustentadas académicamente utilizando técnicas de investigación como la encuesta, siendo procesados por el programa SPSS 25, de esta manera identificamos como se relaciona el flujo de información con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A. con ello tomar las acciones necesarias para corregir las posibles incidencias encontradas.

Adicionalmente ayudar a plantear un plan de mejora para ejercer un mayor control sobre el flujo de información, impactando directamente con el tiempo de respuesta y la satisfacción de los clientes.

1.5.3. Justificación práctica

La investigación estuvo dirigida a encuestar 40 colaboradores entre administrativos, operativos y comerciales de la agencia AUSA Aduanas S.A. Con la finalidad de identificar las posibles necesidades y requerimientos de la empresa, para contar con un adecuado flujo de información, con ello se busca lograr una mejora en la capacidad de respuesta de la compañía, alcanzando así un alto índice de satisfacción de los clientes, por el servicio brindado.

El presente proyecto utiliza herramientas metodológicas sustentadas académicamente, se emplearán técnicas de investigación como la encuesta. Así, identificaremos como se relaciona el flujo de información con la capacidad de respuesta de la empresa de la empresa AUSA Aduanas.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Ha: El flujo de información si se relaciona con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: El flujo de información no se relaciona con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

1.6.2. Hipótesis específica

Ha: La información externa o ambiental si se relaciona con el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: La información externa o ambiental no se relaciona con el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ha: La información interna si se relaciona con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: La información interna no se relaciona con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ha: La información corporativa si se relaciona con la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: La información interna no se relaciona con la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el flujo de información con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

Determinar la relación entre la información externa o ambiental, con el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Determinar la relación entre la información interna, con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Determinar la relación entre la información corporativa, con la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

II. MÉTODO

2.1. Método, tipo, nivel y diseño de Investigación

2.1.1. Método de investigación

En el presente estudio empleó el método hipotético deductivo, puesto que se parte de lo general para alcanzar las conclusiones particulares.

Fundamentado por Behar (2008) quien sostuvo que “el objetivo es el de verificar la veracidad o falsedad de las hipótesis que han sido formuladas” (p.60).

2.1.2. Tipo de investigación

En esta investigación se utilizó el tipo de estudio aplicado; ya que se analiza la posible aplicación de la nueva teoría para dar por resuelto un problema real en el campo de investigación.

Behar (2008) sostuvo que “la investigación aplicada se relaciona con la investigación básica, ya que la primera depende de los datos obtenidos por la segunda, es así que se evidencia la necesidad de contar con un contexto teórico en toda investigación” (p. 20).

Por su parte Carrasco (2005), afirmó que “Esta investigación se diferencia por contar con propósitos prácticos directos definidos adecuadamente, en resumen, se investiga para proceder a actuar, convertir, remodelar o crear modificaciones en un determinado sector de la realidad” (p. 43).

2.1.3. Nivel de Investigación

El nivel empleado en nuestro estudio fue descriptivo correlacional, descriptivo ya que se buscó identificar la posibilidad de que las variables puedan influirse entre sí, además de analizar la dirección o grado que se relacionan. El investigador definió lo que se midió y quienes serán partícipes en esta medición.

Es correlacional, debido a que el fin es el de buscar la relación entre dos o más variables en un escenario donde se cree que se encuentran relacionados. Ello se caracteriza

ya que primero se miden las variables, para luego estimar la correlación a través de las pruebas de hipótesis.

Bernal (2006) sostiene que "es descriptiva porque hace referencia a similitudes, cualidades o rasgos de la población estudiada, y correlacional porque analiza el nivel de relación entre variables objeto de estudio" (p.121).

2.1.4. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental no experimental, ya que no se altera la primera variable para observar sus efectos sobre la segunda variable; y Transversal puesto que se han obtenido los datos en un único momento determinado.

Toro y Parra (2006) indican que "el diseño no experimental es aquel donde no se manipula intencionalmente las variables, si no que se analizan en un entorno natural los fenómenos que son materia del estudio" (p. 158).

Además Toro y Parra (2006) manifiesta que "es transversal puesto que los datos han sido recogidos en un solo momento determinado por el investigador" (p. 158).

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Variables

Tabla n° 1 *Variables estudiadas*

VARIABLE	
Variable X	Flujo de información
Variable Y	Capacidad de respuesta

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Tabla n° 2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICION
FLUJO DE INFORMACIÓN	De Pablos (2004) sostuvo que es un " es la suma de conocimientos necesarios para la realización de ciertas actividades, y que en conjunto añaden una visión general del conocimiento" (p.17)	La variable 1 (Flujo de información) se midió mediante la dimensiones Información externa o ambiental, Información interna e Información corporativa en una encuesta de 9 ítems	INFORMACIÓN EXTERNA O AMBIENTAL	Necesidades	1	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				canales	2		
				tecnologías	3		
			INFORMACIÓN INTERNA	distribución	4		
				toma de decisiones	5		
				desarrollo de productos	6		
			INFORMACIÓN CORPORATIVA	productos o servicios	7		
				posibles clientes	8		
				información	9		
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Stoner, Freeman & Cordova (1996) manifestaron que La capacidad de respuesta, es el poder de la empresa de manifestarse asertivamente ante asuntos sociales, la cual tiene un flujo que comienza cuando la empresa reconoce el problema, realiza un análisis sobre ello, plantea las posibles soluciones que necesita, y por ultimo toma una decisión acerca de lo que se implementara (p.113).	Se elaboró una encuesta con 9 ítems para medir las siguientes dimensiones: reconocimiento del problema, análisis del problema y aplicación de soluciones	RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA	problema	10	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				cuantificable	11		
				Causas	12		
			ANÁLISIS DEL PROBLEMA	selección	13		
				elección	14		
				accionar	15		
			APLICACIÓN DE SOLUCIONES	Método	16		
				responsable	17		
				tiempo	18		

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La población de la presente investigación estuvo conformada por una totalidad de 40 colaboradores de la empresa AUSA Aduanas S.A. en el 2018. Para Vargas (1995) “La población es el conjunto de elementos que van a ser observados en la realización de un experimento. Cada uno de los elementos que componen la población es llamado individuo o unidad estadísticas” (p.34).

2.3.2. Muestra

El estudio se desarrolló a una población censal que estuvo conformado por 40 colaboradores de la empresa AUSA Aduanas S.A. en el año 2018, donde encontramos a personal administrativo, operativo y comercial.

2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Se empleó la técnica de encuesta para la recolección de datos, dirigida a los trabajadores de la empresa AUSA Aduanas S.A., Lima, año 2018, con la finalidad de evaluar sus respuestas.

Alvaria (2011) sostiene que “la encuesta es un instrumento estructurado, para la captura de información” (p.14).

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se empleó el instrumento denominado Cuestionario, dicha herramienta estará compuesta por 18 ítems representadas en preguntas por cada una, las cuales fueron diseñadas en base a los indicadores.

2.4.3. Validez

El instrumento de investigación del presente trabajo fue sometido a juicio de 3 expertos de acuerdo a lo mostrado en la Tabla n° 3, quienes se encargaron de validar minuciosamente el instrumento y su contenido dándole la calificación de aplicable:

Tabla n° 3. Validación de expertos

N°.	Experto	Calificación Instrumento	Especialidad
Experto 1	MSc. Liliana Mairena Fox	Aplicable	Investigador
Experto 2	Dr. Pedro Costilla Castillo	Aplicable	Investigador
Experto 3	Dr. Edwin Arce Alvarez	Aplicable	Investigador

Fuente: Elaboración propia

2.4.4. Confiabilidad

Oviedo & Ocampo (2005) sostuvo que “Es una herramienta para para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados entre sí” (p.577).

En la presente investigación se analizaron los resultados usando el Alfa de Crobach ingresando los datos mediante una prueba piloto, realizada a 40 colaboradores a través de una entrevista personal, a fin de determinar la comprensión y escala apropiada.

A continuación se muestra la tabla n° 4 con el resumen de casos procesados:

Tabla n° 4. Resumen de casos procesados

		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	40	100,0

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Tabla n° 5. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	18

Fuente: Elaborado en base a los resultados del SPSS

Tabla n° 6. Medias para evaluar valores de los coeficientes de Alfa de Cronbach:

Alfa de Cronbach	
Valor	Nivel de aceptación
>.9	excelente
>.8	bueno
>.7	aceptable
>.6	cuestionable
>.5	pobre
<.5	inaceptable

Fuente Elaborado en base a George y Mallery (2003, p.231).

El Alfa de Cronbach obtuvo un 0,916 con respecto a la fiabilidad, lo que nos indica que la prueba es excelente teniendo en cuenta la consistencia de los datos recopilados y las preguntas planteadas.

2.5. Métodos de análisis de datos

Los datos obtenidos en la investigación, fueron procesados por el programa estadístico informático SPSS versión 25, luego los datos fueron almacenados, para continuar con los cálculos respectivos que solvente la información relevante al estudio; Por último, se utilizó la prueba de Chi-Cuadrado para determinar la aceptación o rechazo de la hipótesis.

2.6. Aspectos éticos

La presente investigación contó con ciertos aspectos éticos que se detallan a continuación en la tabla n° 7:

Tabla n° 7. Criterios éticos de la investigación

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Los encuestados estuvieron dispuestos a proporcionar información, evocando sus responsabilidades y derechos.
Confidencialidad	Se aseguró la confidencialidad de los participantes, garantizándoles total discreción de su identidad como informantes de la investigación.
Observación participante	La prudencia fue fundamental en la realización de la presente investigación en el momento de recolectar los datos, responsabilizándose éticamente y posteriormente a la interacción establecida con los participantes del estudio.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012).

III. RESULTADOS

3.1. Estadística descriptiva – Tabla de frecuencias

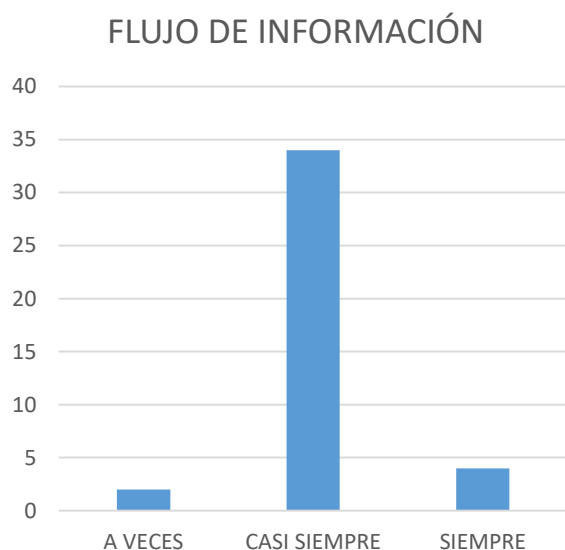
3.1.1 Sobre la variable: Flujo de información

Tabla n° 8. Distribución de frecuencias sobre el flujo de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	5,0	5,0	5,0
	CASI SIEMPRE	34	85,0	85,0	90,0
	SIEMPRE	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 1 Gráfico de frecuencias sobre el flujo de información



Interpretación:

De acuerdo a la Tabla n° 8 se observa que el 5% considero a veces, el 85% considero casi siempre y el 10% considera que siempre la empresa AUSA Aduanas cumple la función de identificar las necesidades provenientes del mercado, los mejores canales para transmitir informar sobre los servicios brindados, y las mejores tecnologías a emplear, para atender la demanda.

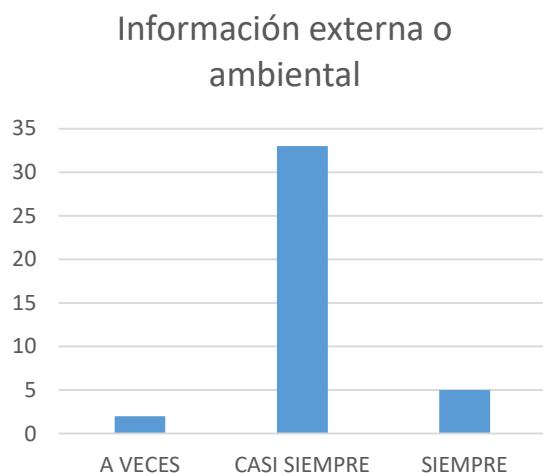
3.1.1.1 Dimensión 1: Información externa o ambiental

Tabla n° 9. Distribución de frecuencias sobre la información externa o ambiental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	5,0	5,0	5,0
	CASI SIEMPRE	33	82,5	82,5	87,5
	SIEMPRE	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 2 Gráfico de frecuencias sobre la información externa o ambiental



Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 9 se observa que el 5% considero a veces, el 82,5% considero casi siempre y el 12% considera que siempre, la empresa Ausa Aduanas cumple la función de identificar las necesidades de los usuarios, transmitirlos a través de canales idóneos y emplear las tecnologías adecuadas.

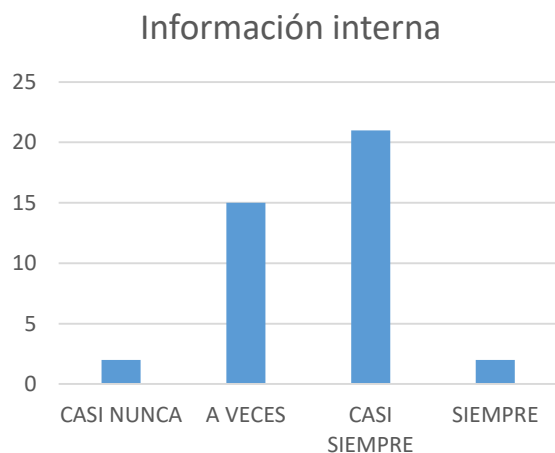
3.1.1.2 Dimensión 2: Información interna

Tabla n° 10. Distribución de frecuencias sobre la información interna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	2	5.0	5.0	5.0
	A VECES	15	37.5	37.5	42.5
	CASI SIEMPRE	21	52.5	52.5	95.0
	SIEMPRE	2	5.0	5.0	100
		40	100	100	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 3 Gráfico de frecuencias sobre la información interna



Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 10 se observa que el 5% considero casi nunca, el 37,5% considero a veces, el 52,5% considero casi siempre y el 5% considera que siempre, la empresa Ausa Aduanas cumple la función tomar decisiones con respecto a incidentes, capacitar al personal ante el lanzamiento de un nuevo servicio, y buscar la mejor manera de distribuir la información.

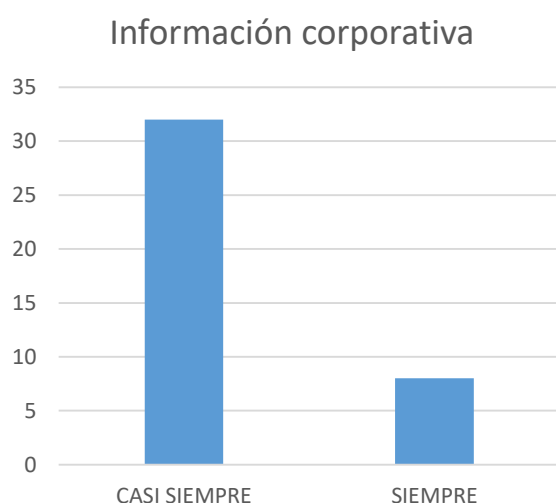
3.1.1.3 Dimensión 3: Información corporativa

Tabla n° 11. Distribución de frecuencias sobre la información corporativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI SIEMPRE	32	80.0	80.0	80.0
	SIEMPRE	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 4 Gráfico de frecuencias sobre la información corporativa



Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 11 se observa que el 80% considero casi siempre y el 20% considero siempre, la empresa AUSA Aduanas cumple la función de proporcionar la información adecuada, concerniente a los servicios brindados, en un lenguaje claro y conciso a toda la organización.

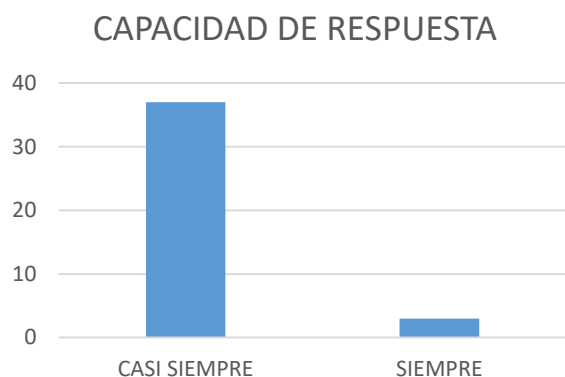
3.1.2 Sobre la variable: Capacidad de respuesta

Tabla n° 12. Distribución de frecuencias sobre capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI SIEMPRE	37	92.5	92.5	92.5
	SIEMPRE	3	7.5	7.5	100
	Total	40	100	100	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 5 Gráfico de frecuencias sobre la capacidad de respuesta



Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 12 se observa que el 92,5% considero casi siempre y el 7,5% considero siempre, la empresa AUSA Aduanas cumple brindar una óptima respuesta tanto a sus clientes internos como externos.

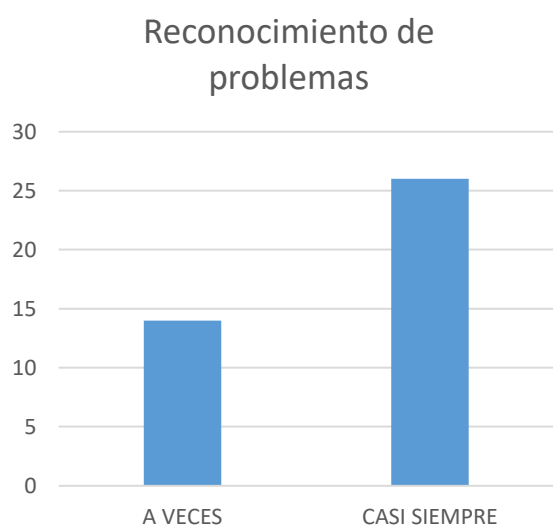
3.1.2.1 Dimensión 4: Reconocimiento de problemas

Tabla n° 13. Distribución de frecuencias sobre el reconocimiento de problemas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A VECES	14	35.0	35.0	35.0
CASI SIEMPRE	26	65.0	65.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 6 Gráfico de frecuencias sobre Reconocimiento de problemas



Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 13 se observa que el 35% considero a veces y el 65% considero casi siempre, la empresa AUSA Aduanas cumple con realizar un análisis de los problemas más recurrentes que afectan a los usuarios en sus operaciones.

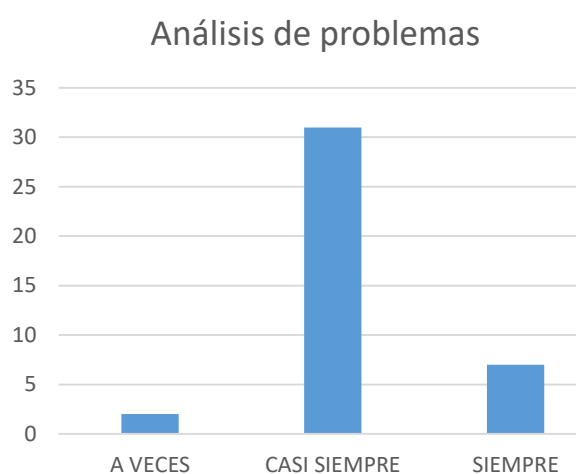
3.1.2.2 Dimensión 5: Análisis de problemas

Tabla n° 14. Distribución de frecuencias sobre el análisis de problemas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	5.0	5.0	5.0
	CASI SIEMPRE	31	77.5	77.5	82.5
	SIEMPRE	7	17.5	17.5	100.0
		40	100	100	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 7. Gráfico de frecuencias sobre el análisis de problemas



Interpretación:

Se observa en la tabla 14 que el 5% considero a veces, el 77,5% considero casi siempre y el 17,5% considera que siempre la empresa AUSA Aduanas cumple con plantearse diversos escenarios de incidencias con el fin de identificar distintas opciones de mejora.

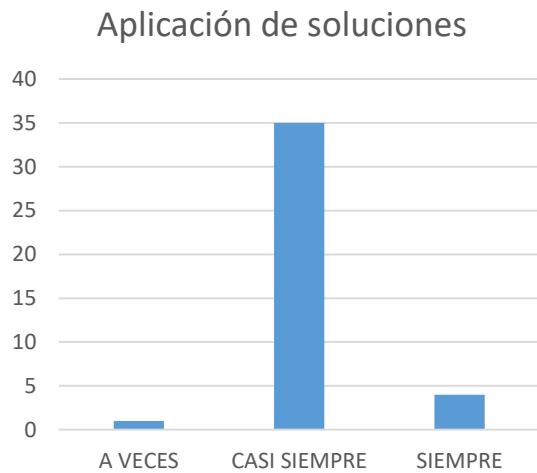
3.1.2.3 Dimensión 6: Aplicación de soluciones

Tabla n° 15. Distribución de frecuencias sobre la aplicación de soluciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	1	2.5	2.5	2.5
	CASI SIEMPRE	35	87.5	87.5	90.0
	SIEMPRE	4	10.0	10.0	100.0
		40	100	100	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Gráfico 8 Gráfico de frecuencias sobre la aplicación de soluciones



Interpretación:

De acuerdo a la Tabla se observa que el 2,5% considero a veces, el 87,5% considero casi siempre y el 10% considera que siempre la empresa AUSA Aduanas cumple la función de identificar los problemas más recurrentes e implementar la mejor opción de mejora para los incidentes suscitados, además de realizarlo en el en un corto periodo.

3.2 Estadística inferencial

3.2.1 Prueba de normalidad

Si $N < 50$ entonces usamos Shapiro-Wilk

Hipótesis de normalidad:

H0: La distribución es normal

H1: La distribución no es normal

Regla de decisión:

Si el valor de Sig $< 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H0)

Si el valor de Sig $> 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H0)

Se empleó el software estadístico SPSS 25, para el análisis de los datos obtenidos de 40 encuestados, dando el resultado mostrado en la tabla n° 16:

Tabla n° 16. Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
FLUJO DE INFORMACION	0.822	40	0.000
CAPACIDAD DE RESPUESTA	0.898	40	0.002

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Interpretación:

De acuerdo a lo mostrado en la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, en la Tabla n° 16 a una muestra de 40 elementos, dio como resultado un nivel de significancia menor a 0,05. Por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, la distribución de los datos no es normal y serán tratados bajo pruebas no paramétricas.

3.2.2 Prueba de hipótesis

Hipótesis general:

Hg: El flujo de información si se relaciona con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: El flujo de información no se relaciona con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

H1: El flujo de información si se relaciona con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Tabla n° 17. Correlación del flujo de información y la capacidad de respuesta

			FLUJO DE INFORMACIÓN	CAPACIDAD DE RESPUESTA
Rho de Spearman	FLUJO DE INFORMACION (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 40	,716** 40
	CAPACIDAD DE RESPUESTA (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,716** 40	1,000 40

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Tabla 18. Baremo de correlación

VALOR	TIPO DE CORRELACIÓN
- 1.00	Correlación negativa perfecta
- 0.90	Correlación negativa muy fuerte
- 0.75	Correlación negativa considerable
- 0.50	Correlación negativa media
- 0.25	Correlación negativa débil
- 0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+ 0.10	Correlación positiva muy débil
+ 0.25	Correlación positiva débil
+ 0.50	Correlación positiva media
+ 0.75	Correlación positiva considerable
+ 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+ 1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, R. et al. (2010, p.312)

Interpretación:

En la Tabla 17 nos muestra que $p=0,000 < \alpha=0,05$, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H0) y por consiguiente se da por aceptada la hipótesis alterna (H1). Adicionalmente obtuvimos en el coeficiente $R=0,716$; indicándonos la existencia de una correlación positiva media, según el baremo de correlaciones propuesto por Hernández, R. et. Al. (2010). Entre las variables flujo de información y capacidad de respuesta de la agencia Ausa Aduanas, Callao, 2018.

Hipótesis específica 1:

HE1: La información externa o ambiental si se relaciona con el reconocimiento de problemas en la agencia Ausa Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: La información externa o ambiental no se relaciona con el reconocimiento de problemas en la agencia Ausa Aduanas S.A, Callao 2018.

H1: La información externa o ambiental si se relaciona con el reconocimiento de problemas en la agencia Ausa Aduanas S.A, Callao 2018.

Tabla n° 19. Correlación de la información externa o ambiental y el reconocimiento de problemas

		INFORMACION EXTERNA O AMBIENTAL	RECONOCIMIENTO DE PROBLEMAS
Rho de Spearman	INFORMACIÓN EXTERNA O AMBIENTAL (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 40
	RECONOCIMIENTO DE PROBLEMAS (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,144 ,374 40
			,144
			,374
			1,000
			40

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Interpretación:

En la Tabla 19 nos muestra que $p=0,374 > \alpha=0,05$, por lo tanto se acepta la hipótesis nula (H0) y por consiguiente se da por rechazada la hipótesis alterna (H1). Adicionalmente obtuvimos en el coeficiente $R=0,144$; indicándonos la existencia de una correlación positiva muy débil, según el baremo de correlaciones propuesto por Hernández, R. et. Al. (2010). Entre las dimensiones información externa o ambiental y reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas, Callao, 2018.

Hipótesis específica 2:

HE2: La información interna si se relaciona con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: La información interna no se relaciona con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

H1: La información interna si se relaciona con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.

Tabla n° 20. Correlación de la información interna y el análisis de problemas

			INFORMACIÓN INTERNA	ÁNALISIS DE PROBLEMAS
Rho de Spearman	INFORMACIÓN INTERNA (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,329*
		Sig. (bilateral)		,038
		N	40	40
	ANÁLISIS DE PROBLEMAS (agrupado)	Coefficiente de correlación	,329*	1,000
		Sig. (bilateral)	,038	
		N	40	40

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Interpretación:

En la Tabla 20 nos muestra que $p=0,038 < \alpha=0,05$, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H0) y por consiguiente se da por aceptada la hipótesis alterna (H1). Adicionalmente obtuvimos en el coeficiente $R=0,329$; indicándonos la existencia de una correlación positiva débil, según el baremo de correlaciones propuesto por Hernández, R. et. Al. (2010). Entre las dimensiones información interna y análisis de información en la agencia Ausa Aduanas, Callao, 2018.

Hipótesis específica 3:

HE3: La información corporativa si se relaciona con la aplicación de soluciones en la agencia Ausa Aduanas S.A, Callao 2018.

Ho: La información interna no se relaciona con la aplicación de soluciones en la agencia Ausa Aduanas S.A, Callao 2018.

H1: La información corporativa si se relaciona con la aplicación de soluciones en la agencia Ausa Aduanas S.A, Callao 2018.

Tabla n° 21. Correlación de la información corporativa y la aplicación de soluciones

			INFORMACIÓN CORPORATIVA	APLICACIÓN DE SOLUCIONES
Rho de Spearman	INFORMACIÓN CORPORATIVA (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,623**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	40	40
	APLICACIÓN DE SOLUCIONES (agrupado)	Coefficiente de correlación	,623**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	40	40

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

Interpretación:

En la Tabla 21 nos muestra que $p=0,000 < \alpha=0,05$, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H0) y por consiguiente se da por aceptada la hipótesis alterna (H1). Adicionalmente obtuvimos en el coeficiente $R=0,623$; indicándonos la existencia de una correlación positiva media, según el baremo de correlaciones propuesto por Hernández, R. et. Al. (2010). Entre las dimensiones información corporativa y aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas, Callao, 2018.

IV. DISCUSIÓN

4.1 El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre el flujo de información con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. De acuerdo a los resultados se ha determinado que existe una correlación positiva media ($R=0,716$) entre el flujo de información y la capacidad de respuesta.

Dicho resultado se asemeja a la teoría del doble flujo de la información de Gil y Guarne (2005) donde sostienen la importancia de contar con 2 flujos para transmitir un mensaje de interés organizacional, con primer flujo que impacta a los líderes de opinión y un segundo a los subordinados, los líderes de opinión juegan un papel muy importante transmitiendo información y supervisando la correcta interpretación del mensaje, así los colaboradores tendrán las herramientas para poder brindar una respuesta rápida y concreta a los usuarios.

Adicionalmente el resultado concuerda con la investigación de López (2013), titulada “Red de inteligencia compartida organizacional como soporte para la toma de decisiones”, quien manifestó que luego de llevar a cabo la reunión con cada área de la organización a fin de identificar los puntos claves a re-estructurar, el resultado fue de que el 90% del personal acepta el compromiso hacia la reorganización en los procesos, así como la localización de áreas con conocimientos sensibles, con esta información se planteó la aplicación de un nuevo TIC a la organización, la cual debe adecuarse a la operativa de la empresa.

Por otra parte, Echevarría (2014), sostiene en la investigación “Comunicación organizacional y gestión administrativa en la Unión Peruana del Sur, 2014”, las dimensiones de las variables comunicación organizacional: Comunicación jerárquica, comunicación intermedia y comunicación no jerárquica, y la variable: gestión estratégica, mostraron la existencia de una correlación significativamente superior a la media ($r=0,712$). Además, se obtuvo como resultados que la información otorgada por el personal es siempre confiable (55.0%), por otro lado la empatía mostrada por el personal de atención al cliente tiende a ser buena con el usuario (55.0%), por consiguiente concluye que el tiempo de espera de los usuarios es el adecuado. El tipo de investigación corresponde a una investigación descriptiva correlacional, de diseño no experimental. La muestra estuvo compuesta por 260 colaboradores de los 6 campos de la Unión Peruana del Sur.

4.2 El objetivo específico 1 de la investigación fue determinar la relación entre la información externa o ambiental, con el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. De acuerdo a los resultados se determinó la aceptación de la hipótesis nula, por lo que se rechaza la relación entre la información externa o ambiental y el reconocimiento de problemas.

Este resultado difiere con hallado por Vásquez (2015), en la investigación “Relación entre la comunicación y la satisfacción de un grupo de trabajadores del área de bodega de Bofasa”, quien concluyó que existe correlación estadísticamente significativa entre comunicación y reconocimiento, dándose una $r=0,875$. Además, un 75% de los empleados cree necesario la existencia de un canal de comunicación eficiente para la transmisión de información entre las áreas. Adicionalmente, se encontró una correlación de 0,681, destacando así que la identificación hacia la empresa constituye un factor importante de asociación con el desarrollo laboral de cada colaborador.

4.3 El objetivo específico 2 de la investigación fue determinar la relación entre la información interna, con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. De acuerdo a los resultados se ha determinado que existe una correlación positiva débil ($R=0,329$) entre la información interna y el análisis de problemas.

Ello guarda similitud con la investigación de Wills-Espinosa, Cevallos, Sadi y Ancin (2017) titulada “La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el caso de una universidad ecuatoriana”, quien sostiene que la comunicación interna cumple dos funciones, el primero de convertir la información en una herramienta de soporte a las estrategias organizacionales y segundo de crear una percepción de integración organizacional. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptiva - correlacional. La población estuvo compuesta por 156 trabajadores de tiempo completo, de los cuales extrajo una muestra de 105 personas. En conclusión, el autor sostiene que la calidad de la comunicación de los directivos con los empleados es satisfactoria (89,33%) y la comunicación organizacional se relaciona positivamente con la identificación de los colaboradores, con un coeficiente de Pearson de $R=0,17$, es decir grado débil.

4.4 El objetivo específico 3 de la investigación fue determinar la relación entre la información corporativa, con la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. De acuerdo a los resultados se ha determinado que existe una correlación positiva media ($R=0,623$) entre la información corporativa y aplicación de soluciones.

Ello guarda relación con la investigación del autor López (2013) “Imagen corporativa y su importancia para las organizaciones en la gestión de la atención y servicio” quien determina la importancia de la imagen es gradualmente importante en la medida que los medios visuales significan una construcción mental intangible que conlleve a la consolidación de una identidad organizativa a través del comportamiento, comunicación y simbolismo, todo ello con el objetivo de posicionar a la empresa en una ubicación propicia en la estructura mental del público e influenciar de sutilmente en sus decisiones de consumo. Finalmente, el autor hace énfasis en la necesidad de emplear las redes sociales como herramientas para el logro adecuado de los objetivos corporativos.

4.5 La hipótesis general de la investigación establece que el flujo de información si se relaciona con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. Al respecto en la tabla n° 17 se observa que la prueba Rho de Spearman de la variable en estudio con un nivel de significancia bilateral menor a 0,05, es decir “ $0,00 < 0,05$ ”, se aceptó la hipótesis alterna (H1) y rechazó la hipótesis nula (H0). Por ello existe correlación positiva media ($R=0,716$) entre las variables flujo de información y capacidad de respuesta de la agencia AUSA Aduanas, Callao, 2018.

4.6 La hipótesis específica 1 de la investigación establece que la información externa o ambiental no se relaciona con el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. Al respecto en la tabla n° 19 se observa que la prueba Rho de Spearman de la dimensión en estudio con un nivel de significancia bilateral mayor a 0,05 es decir “ $0,374 < 0,05$ ”, se aceptó la hipótesis nula (H0) y rechazó la hipótesis alterna (H1). Por ello existe correlación positiva muy débil ($R=0,144$) entre las dimensiones información externa o ambiental y reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas, Callao, 2018.

- 4.7** La hipótesis específica 2 de la investigación establece que la información interna si se relaciona con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. Al respecto en la tabla n° 20 se observa que la prueba Rho de Spearman de la dimensión en estudio con un nivel de significancia bilateral menor a 0,05 es decir “ $0,038 < 0,05$ ”, se aceptó la hipótesis alterna (H1) y rechazó la hipótesis nula (H0). Por ello existe correlación positiva débil ($R=0,329$) entre las dimensiones información interna y análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas, Callao, 2018.
- 4.8** La hipótesis específica 3 de la investigación establece que la información corporativa si se relaciona con la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. Al respecto en la tabla n° 21 se observa que la prueba Rho de Spearman de la dimensión en estudio con un nivel de significancia bilateral menor a 0,05 es decir “ $0,00 < 0,05$ ”, se aceptó la hipótesis alterna (H1) y rechazó la hipótesis nula (H0). Por ello existe correlación positiva media ($R=0,623$) entre las dimensiones información corporativa y aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas, Callao, 2018.
- 4.9** De acuerdo a la Tabla n° 8 se observa que el 5% considero a veces, el 85% considero casi siempre y el 10% considera que siempre la empresa AUSA Aduanas cumple la función de identificar las necesidades provenientes del mercado, los mejores canales para transmitir informar sobre los servicios brindados, y las mejores tecnologías a emplear, para atender la demanda.

Por otro lado De acuerdo a la Tabla 12 se observa que el 92,5% considero casi siempre y el 7,5% considero siempre, la empresa AUSA Aduanas cumple brindar una óptima respuesta tanto a sus clientes internos como externos.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados y la contratación de las hipótesis se llegaron a las siguientes conclusiones:

Primero Se determinó que existe correlación positiva moderada ($R = 0,716$) entre las variables flujo de información y la capacidad de respuesta, en la agencia AUSA Aduanas S.A. Por lo tanto ambas variables se correlacionan en sentido directo, de manera que un cambio en la variable flujo de información predice un cambio en la variable capacidad de respuesta.

Segundo En cuanto a las dimensiones, los 3 casos agrupados obtuvieron resultados positivos en cuanto a las correlaciones, lo obtenido se encuentra entre una correlación positiva muy débil, débil y positiva media. Sin embargo el caso de información externa o ambiental y el reconocimiento de problemas se aceptó la hipótesis nula, por lo que se concluye que no existe relación entre estas dos dimensiones, por otro lado, las otras dos hipótesis específicas restantes: la información interna y análisis de problemas; información corporativa y aplicación de soluciones se aceptaron las hipótesis alternas de cada caso, determinando las relaciones entre estas dimensiones.

Tercero Se determina que el 85% del personal considera que la empresa posee canales de flujo de información que no siempre son los adecuados, o su funcionalidad no cumple con lo esperado, en cuanto a la información externa o ambiental, el 82,5% considera que la empresa cuenta con buenos canales para la obtención de este tipo de información, pero que en ocasiones no son eficientes, por otro lado tenemos la información interna, en la que se encontraron grandes diferencias en opiniones, un 53,5% considera que el flujo tiene defectos en algunas ocasiones, mientras que el 37,5% considera que el flujo solo es eficiente en algunas ocasiones, por último tenemos a la información corporativa, la cual el 80% de los encuestados mencionó que la información brindada por la empresa al mercado es confiable.

Cuarto

El 92% de los encuestados menciono que la capacidad de respuesta de la empresa es la adecuada casi siempre y solo en algunas ocasiones presenta deficiencias, en cuanto al reconocimiento de problemas un 65% considera que casi siempre la empresa realiza un seguimiento a fin de monitorear el nivel de incidencias generadas el otro 35% considera que solo lo hace a veces. En cuanto al análisis de problemas, un 5 % considero que a veces la organización prioriza este análisis con el fin de documentarlo y plantear diversos escenarios y posibles medidas correctivas a tomar, otro 77% considera que a veces, y solo 18% considero que siempre lo realiza. Por ultimo encontramos la aplicación de soluciones en la cual se manifestó un 87% que la empresa aplica medidas correctivas ante los incidentes suscitados, otro 3% que solo lo realiza a veces y solo un 10% considera que siempre lo hace.

VI. RECOMENDACIONES

- Primero** La agencia AUSA Aduanas S.A. deberá brindar capacitaciones al personal, considerando la teoría del doble flujo de información, se deberá capacitar periódicamente a los líderes de opinión (Gerentes, jefes y supervisores) con temas concernientes manejo de TIC, puesto que aún se debe mejorar el flujo de información, posteriormente esto deberán retransmitir lo aprendido a sus subordinados, a fin de poder monitorear y evaluar tanto la eficiencia como las deficiencias del flujo.
- Segundo** La empresa deberá realizar un análisis en cuanto al estudio de la calidad de servicio, midiendo los tiempos de acción y de respuesta ante las eventuales consultas de los usuarios, ello deberá ser documentado a fin realizar un análisis de la eficiencia y puntos débiles a mejorar, ello puede apoyarse con herramientas como el SERVQUAL.
- Tercero** Se recomienda concientizar al personal en general, sobre la importancia de mantener actualizados las TIC, y del impacto que podría ocasionar omitir alguna información, ya que esta podría complementar alguna respuesta requerida por los clientes. Por ello, los datos manejados por cada colaborador se deberán procurar registrar en línea y no perder la trazabilidad, con ello la información viajara a toda la organización. Por consiguiente se debe realizar un análisis y otorgar niveles de acceso a estos datos, así brindar las herramientas necesarias a las personas adecuadas para que puedan brindar una respuesta clara y contundente con los clientes
- Cuarto** Sobre el punto de capacidad de respuesta es muy importante que el personal de servicio al cliente cuente como principales virtudes, la primera brindar seguridad a los cliente, la segunda autonomía y manejo de situaciones y por último trabajo en equipo, por ello se le recomienda capacitar al personal, es recomendable considerar contar con una estrategia bien definida, personal altamente calificado que mantenga contacto con el cliente y contar con sistemas confiables y fáciles de utilizar por los usuarios.

VII. REFERENCIAS

- Albrecht K, Zemke R. (1988). Gerencia del Servicio. Colombia: Legis Fondo Editorial.
- Alvaria, F. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica (2da ed.). España: Centro de investigaciones sociológicas.
- Amaya, J. (2010). Toma de decisiones gerenciales. 2nd ed. Bogotá: ECOE EDICIONES.
Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=1ZvFAQAAQBAJ&lpg=PP1&dq=concepto%20de%20toma%20de%20decisiones&hl=es&pg=PP1&output=embed>
- Arru, M. (2014). Comunicación interna, una oportunidad de mejora para la empresa. América Latina. Recuperado de:
<https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/comunicacion-interna-una-oportunidad-de-mejora-para-la-empresa>
- Behar, D. (2008). Metodología de la investigación. Madrid: Editorial Shalom Recuperado:
<http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Bendezu, S. (2016). La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao. Universidad nacional Mayor de San Marcos. Lima, Peru. Recuperado de:
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4942/Bendezu_ts.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Casalet, M. and Lara Rosano, F. (1998). Tecnología. México: UNAM. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=SSqDGtPR7T0C&lpg=PA9&dq=concepto%20de%20tecnologias&pg=PA9&output=embed>
- Carrasco, D. (2005) Metodología de la investigación científica. (1ra ed.) Lima: San Marcos.

- Castro, G. (2013). Influencia de la comunicación interna en el mejoramiento de la cultura organizacional de los trabajadores de la Municipalidad provincial del Santa (Tesis pregrado). Universidad nacional de Trujillo. Trujillo, Perú Recuperado de:
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3298/castro_giuliana.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Correa Villa, M. (2008). Fundamentos de la teoría de la información. ITM. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=z_JzhNy-mesC&lpg=PA16&dq=concepto%20de%20transmitir%20informacion&hl=es&pg=PA16&output=embed
- De Pablos, C. (2004). Informática y comunicaciones en la empresa. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=U0MXWtqjxtsC&lpg=PA20&dq=flujo%20de%20informacion&pg=PA20&output=embed>
- Delgado, R. (2015). Propuesta para la mejora de la gestión del proceso logístico en la empresa tablenorte s.a.c (tesis pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo, Perú. Recuperado de:
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/652/1/TL_Delgado_Chavarry_RenatoAlexis.pdf
- Denton, D. (2000). Calidad en el servicio a los clientes. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&lpg=PA63&dq=capacidad%20de%20respuesta&pg=PA72&output=embed>
- Echevarría, D. (2014) Comunicación Organizacional y gestión administrativa en la Unión Peruana del Sur. Recuperado de <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/48>

Faga, H. and Ramos Mejía, M. (2006). Como profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales. Buenos Aires: Granica. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=b9H6HY3sSyQC&lpg=PA12&dq=concepto%20de%20costo&hl=es&pg=PA12&output=embed>

Fundación seres (2016). La empresa ante los nuevos retos sociales. Recuperado de:
<https://www.pwc.es/es/publicaciones/economia/assets/informe-retos-sociales.pdf>

Gil Juárez, A. and Guarné Cabello, B. (2005). Tecnologías sociales de la comunicación. Barcelona: Editorial UOC. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=IELSDikWkgcC&lpg=PA184&dq=concepto%20doble%20flujo%20de%20la%20comunicacion&pg=PA184&output=embed>

González, M. (2001). Sistemas de información para la empresa. Alicante: Digitalia. Recuperado de:
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=318052&lang=es&site=eds-live>

Herranz, J. (2006). La comunicación y la transparencia en las organizaciones no lucrativas. (Tesis Doctoral). Universidad complutense. Madrid, España. Recuperado de:
<http://eprints.ucm.es/11539/1/T29229.pdf>

Kossen, S. (1992). La Venta creativa. Madrid: Díaz de Santos. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=3qPlpko1hQQC&lpg=PA204&dq=posibles%20clientes&hl=es&pg=PA204&output=embed>

Lerma Kirchner, A. (2010). Desarrollo de nuevos productos. Mexico, D.F.: Cengage Learning. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=LoffvfnKz_UC&lpg=PP1&dq=desarrollo%20de%20productos&hl=es&pg=PP1&output=embed

- Livas, J. (2001, Oct 08). Javier livas/ información es vida. El Norte. Recuperado de:
<https://search.proquest.com/docview/315727003?accountid=37408>
- López, M. (2013). Red de inteligencia compartida organizacional como soporte a la toma de decisiones (tesis doctoral). Universidad de Granada. Habana, Cuba. Recuperado de: <https://hera.ugr.es/tesisugr/21922573.pdf>
- López, H. P. (2016). Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un Instituto de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil”, (Tesis de Licenciatura) Guayaquil, Ecuador: Universidad Casa Grande.
- López, A. (2013). Imagen corporativa y su importancia para las organizaciones en la gestión de la atención y servicio. Tesis para optar el grado de Magister en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México.
- Mansilla, B. (2016). Propuesta de una mejora en la gestión de la cadena logística de una empresa manufacturera (tesis post-grado). Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Lima, Perú Recuperado de:
<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/621338>
- Martínez, S. (2005, noviembre 1). Importancia de los sistemas de información para las Pymes. Recuperado de:
<https://www.gestiopolis.com/importancia-sistemas-informacion-pymes/>
- Martínez, C. (2013) La investigación sobre los flujos de información en las fábricas: el enfoque de la disciplina administrativa. // Ibersid. 7(1), 91-101.
Recuperado de: ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/download/4040/3751

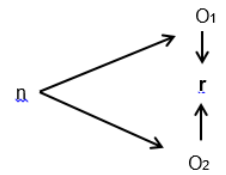
- Medina, M. (2000). Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio en el ayuntamiento de Murcia. Murcia: Universidad de Murcia. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=fHhEB3CJlpsC&lpg=PA187&dq=concepto%20servqual&pg=PA187&output=embed>
- Moyano, J. Bruque, S. Martínez, P. & Maqueira, J. (2011) Gestión de la calidad en empresas tecnológicas de TQM a ITIL. (1° ed.). Ediciones de la u.
- Ordoñez, A. (2005). Los nuevos flujos de la información y la comunicación: ciudadanía y sociedad en la “ciudad global” (tesis maestría). Pontifica universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Recuperado de:
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/politica/tesis11.pdf>
- Oviedo, H. & Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de cronbach. Revista colombiana de psiquiatría. 34(4)
- Pau i Cos, J., & De, N. (2008). Manual de logística integral. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=dxTImJ4ipCMC&lpg=PA202&dq=concepto%20de%20flujos%20de%20informacion&pg=PA202&output=embed>
- Pérez Cino, W. (2002). Manual práctico de usos y dudas del español 2. Madrid: Editorial Verbum. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=cUiAgMWWgAkC&lpg=PA58&dq=accionar&hl=es&pg=PA58&output=embed>
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

- Toro, I. & Parra, R. (2006). Método y conocimiento. Medellín: Fondo Editorial Universitario EAFIT. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=4Y-kHGjEjy0C&lpg=PA158&dq=dise%C3%B1o%20no%20experimental&pg=PA158&output=embed>
- Urcola Tellería, J. (2010). Dirigir personas. Madrid: ESIC. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=U1b8SJ0w5pwC&lpg=PA97&dq=que%20es%20reconocer%20un%20problema&hl=es&pg=PA99&output=embed>
- Vargas, A. (1995). Estadística descriptiva e inferencial. (ed. II). España: Univ de Castilla La Mancha
- Vásquez, J. A. (2015). Relación entre la comunicación y la satisfacción laboral de un grupo de trabajadores del área de bodega de Bofasa. (Tesis de Licenciatura). Guatemala de la Asunción, Guatemala: Universidad Rafael Landívar
- West, A. (2000). Gestión de la distribución comercial. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=10pWjstZnWwC&lpg=PA4&dq=concepto%20de%20distribucion&hl=es&pg=PA5&output=embed>
- Wheeler, S. and Hirsh, E. (2005). Los canales de distribución. Bogotá: Grupo Editorial Norma. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=rO8pG4zk8DwC&lpg=PR1&dq=que%20son%20canales%20de%20distribucion&pg=PR24&output=embed>
- Wills-Espinosa, N.; Cevallos, M. I.; Sadi, G. y Ancin, I. (2017). La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el 91 caso de una universidad ecuatoriana. Austral Comunicación, 6 (1), junio Argentina, 133-160.

Zabalza Beraza, M. (2013). Diseño y desarrollo curricular. Madrid: Narcea. Recuperado de:<https://books.google.com.pe/books?id=4M572pSUNXMC&lp=PA63&dq=concepto%20de%20necesidad&pg=PA63&output=embed>

ANEXOS

A. Matriz de consistencia

FLUJO DE INFORMACIÓN Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA AGENCIA AUSA ADUANAS S.A., CALLAO, 2017.						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACION, MUESTRA Y MUESTREO
GENERAL: ¿Qué relación existe entre el flujo de información y la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018?	GENERAL: Determinar la relación entre el flujo de información con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.	GENERAL: El flujo de información si se relaciona con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.	VARIABLE 1: FLUJO DE INFORMACIÓN	INFORMACION EXTERNA O AMBIENTAL	La investigación es hipotético - deductivo	1. Población= 40 colaboradores de AUSA aduanas 2. Muestra= Muestra censal 3. Muestreo= no probabilístico
				INFORMACION INTERNA		
				INFORMACION CORPORATIVA	ENFOQUE Cuantitativo	
ESPECIFICOS: a) ¿Qué relación existe entre la información externa o reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018? b) ¿Qué relación existe entre la información interna y el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018? c) ¿Qué relación existe entre la información corporativa y la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018?	ESPECIFICOS a) Determinar la relación entre la información externa o ambiental con el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. b) Determinar la relación entre la información interna con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. c) Determinar la relación entre la información corporativa con la aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.	ESPECIFICOS: a) La información externa o ambiental si se relaciona con el reconocimiento de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. b) La información interna si se relaciona con el análisis de problemas en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018. c) La información corporativa si se relaciona con aplicación de soluciones en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2018.	VARIABLE 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA	TIPO Aplicada	TÉCNICAS Encuesta con escala tipo Likert
				ANÁLISIS DEL PROBLEMA	NIVEL Descriptivo - correlacional	
				APLICACIÓN DE SOLUCIONES	DISEÑO No experimental y de corte transversal 	INSTRUMENTOS Cuestionario de 18 ítems

B. Validación de instrumentos

OBJETIVO: Determinar la relación entre el flujo de información con la capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas S.A, Callao 2017.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera válida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
N	CN	AV	CS	S

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		N	CN	AV	CS	S
1	Considera que la empresa se preocupa de canalizar las necesidades de los usuarios					
2	La organización utiliza comunicación escrita y virtual para difundir los servicios ofertados					
3	La organización procura mantener informatizado los servicios que ofrece a los usuarios					
4	Los propósitos organizacionales son socializados entre los trabajadores para el cumplimiento de los objetivos					
5	Se toma en cuenta casos puntuales con dificultad para la toma de decisiones frente a nuevas incidencias					
6	Cuando se implementa un nuevo servicio, la organización se preocupa en capacitar a los trabajadores					
7	La información brindada a través de la web se muestra en un lenguaje claro y entendible para los usuarios					
8	La información proporcionada a través de la web muestra las tarifas de cada servicio que la empresa ofrece					
9	Cada servicio es detallado en la web, describiendo sus alcances y cláusulas para el conocimiento de los usuarios					
10	La organización socializa las reincidencia de problemas que se suscitan para poner mayor énfasis en evitar errores					
11	La organización evalúa mensualmente cuales son los niveles de incidencias de errores con el propósito de evitarlos					
12	Se realiza un seguimiento a las causas que generan dificultades en los servicios brindados a los usuarios					
13	Se socializa la incidencia de dificultad más relevante de los usuarios para la búsqueda de posibles soluciones					
14	Siente que la causa de los incidentes son analizados en diversos escenarios, eligiendo la situación más adecuada al problema					

15	De las incidencias de dificultad de los usuarios se procura dar solución a la que englobe los servicios ofrecidos por la empresa					
16	La organización toma acciones inmediatas para las incidencias de fracaso más reiterativas de los usuarios,					
17	La organización cuenta con personal entrenado para la pronta solución de las incidencias de fracaso de los usuarios					
18	Cuando se detecta la problemática de fracaso frente a un servicio lo resuelve en el menor tiempo posible					

Gracias por su colaboración

Lima, 20 de noviembre del 2017

Estimada Msc.: Petronila Liliana Mairena Fox

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "flujo de información y capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas s.a., Callao, 2017". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



Jose Luis Pariona Mallqui

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "FLUJO DE INFORMACION Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA AGENCIA AUSA ADUANAS S.A., CALLAO, 2017".
 Apellidos y nombres del investigador: José Luis Pariona Mallqui
 Apellidos y nombres del experto: *MARILENA FOX PETRONILA ULIANA*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGEREN
FLUJO DE INFORMACION	INFORMACION EXTERNA O AMBIENTAL	Necesidades	Considera que la empresa se preocupa de canalizar las necesidades de los usuarios		✓	
		canales	La organización utiliza comunicación escrita y virtual para difundir los servicios ofertados		✓	
		tecnologías	La organización procura mantener informatizado los servicios que ofrece a los usuarios		✓	
		distribución	Los propósitos organizacionales son socializados entre los trabajadores para el cumplimiento de los objetivos		✓	
	INFORMACION INTERNA	toma de decisiones	Se toma en cuenta casos puntuales con dificultad para la toma de decisiones frente a nuevas incidencias		✓	
		desarrollo de productos	Cuando se implementa un nuevo servicio, la organización se preocupa en capacitar a los trabajadores para un buen desempeño		✓	
		productos o servicios posibles	La información brindada a través de la web se muestra en un lenguaje claro y entendible para los usuarios		✓	
	INFORMACION CORPORATIVA	posibles clientes	La información proporcionada a través de la web muestra las tarifas de cada servicio que la empresa ofrece		✓	
		información	Cada servicio es detallado en la web, describiendo sus alcances y cláusulas para el conocimiento de los usuarios		✓	
		problema	La organización socializa las reincidencias de problemas que se suscitan para poner mayor énfasis en evitar errores		✓	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA	cuantificable	La organización evalúa mensualmente cuales son los niveles de incidencias de errores con el propósito de evitarlos		✓	
		Causas	Se realiza un seguimiento a las causas que generan dificultades en los servicios brindados a los usuarios		✓	
	ANALISIS DEL PROBLEMA	selección	Se socializa la incidencia de dificultad más relevante de los usuarios para la búsqueda de posibles soluciones		✓	
		elección	Siente que la causa de los incidentes son analizados en diversos escenarios, eligiendo la situación más adecuada al problema		✓	
APLICACIÓN DE SOLUCIONES	accionar	De las incidencias de dificultad de los usuarios se procura dar solución a la que englobe los servicios ofrecidos por la empresa		✓		

	Método	La organización toma acciones inmediatas para las incidencias de fracaso más reiterativas de los usuarios.	
	responsable	La organización cuenta con personal entrenado para la pronta solución de las incidencias de fracaso de los usuarios	
	tiempo	Cuando se detecta la problemática de fracaso frente a un servicio lo resuelve en el menor tiempo posible	
Firma del experto	 Fecha 11/29/11/2007		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Lima, 20 de noviembre del 2017

Estimado Dr. Edwin Arce Alvarez

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "flujo de información y capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas s.a., Callao, 2017". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



Jose Luis Pariona Mallqui

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "FLUJO DE INFORMACIÓN Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA AGENCIA AUSA ADUANAS S.A., CALLAO, 2017".					
Apellidos y nombres del investigador: José Luis Partona Mallqui					
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. Edwin Arce Alvarado</u>					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		
			ITEM (PREGUNTA)		
			ESCALA		
			SI CUMPLE / NO CUMPLE / OBSERVACIONES / SUGERENCIAS		
FLUJO DE INFORMACIÓN	INFORMACION EXTERNA O AMBIENTAL	Necesidades	Considera que la empresa se preocupa de canalizar las necesidades de los usuarios	/	
		canales	La organización utiliza comunicación escrita y virtual para difundir los servicios ofertados	/	
		tecnologías	La organización procura mantener informatizado los servicios que ofrece a los usuarios	/	
	INFORMACION INTERNA	distribución	Los propósitos organizacionales son socializados entre los trabajadores para el cumplimiento de los objetivos	/	
		toma de decisiones	Se toma en cuenta casos puntuales con dificultad para la toma de decisiones frente a nuevas incidencias	/	
		desarrollo de productos	Cuando se implementa un nuevo servicio, la organización se preocupa en capacitar a los trabajadores para un buen desempeño	/	
		servicios	La información brindada a través de la web se muestra en un lenguaje claro y entendible para los usuarios	/	
	INFORMACION CORPORATIVA	posibles clientes	La información proporcionada a través de la web muestra las tarifas de cada servicio que la empresa ofrece	/	
		información	Cada servicio es detallado en la web, describiendo sus alcances y cláusulas para el conocimiento de los usuarios	/	
		problema	La organización socializa las reincidencia de problemas que se suscitan para poner mayor énfasis en evitar errores	/	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA	cuantificable	La organización evalúa mensualmente cuales son las niveles de incidencias de errores con el propósito de evitarlos	/	
	ANÁLISIS DEL PROBLEMA	Causas	Se realiza un seguimiento a las causas que generan dificultades en los servicios brindados a los usuarios	/	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	ANÁLISIS DEL PROBLEMA	selección	Se socializa la incidencia de dificultad más relevante de los usuarios para la búsqueda de posibles soluciones	/	
		elección	Siente que la causa de los incidente son analizados en diversos escenarios, eligiendo la situación más adecuada al problema	/	
	APLICACIÓN DE SOLUCIONES	accionar	De las incidencias de dificultad de los usuarios se procura dar solución a la que englobe los servicios ofrecidos por la empresa	/	

Firma del experto		Método responsable tiempo	<p>La organización toma acciones inmediatas para las incidencias de fracaso más reiterativas de los usuarios.</p> <p>La organización cuenta con personal entrenado para la pronta solución de las incidencias de fracaso de los usuarios</p> <p>Cuando se detecta la problemática de fracaso frente a un servicio lo resuelve en el menor tiempo posible</p> <p>Fecha / / _</p>		<input checked="" type="checkbox"/>		
-------------------	---	---------------------------	---	--	-------------------------------------	--	--

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

Lima, 20 de noviembre del 2017

Estimado Dr. COSTILLO CASRINO PEDRO

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "flujo de información y capacidad de respuesta en la agencia AUSA Aduanas s.a., Callao, 2017". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,


Atentamente,



Jose Luis Pariona Mallqui

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "FLUJO DE INFORMACION Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA AGENCIA AJUSA ADUANAS S.A., CALLAO, 2017".		Apellidos y nombres del investigador: José Luis Pariona Mallqui		Apellidos y nombres del experto: M. COSTILLA CASANO PEDRO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO	
			ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS
FLUJO DE INFORMACION	INFORMACION EXTERNA O AMBIENTAL	Necesidades	Considera que la empresa se preocupa de canalizar las necesidades de los usuarios			
		canales	La organización utiliza comunicación escrita y virtual para difundir los servicios ofertados			
		tecnologías	La organización procura mantener informatizado los servicios que ofrece a los usuarios			
	INFORMACION INTERNA	distribución	Los propósitos organizacionales son socializados entre los trabajadores para el cumplimiento de los objetivos			
		toma de decisiones	Se toma en cuenta casos puntuales con dificultad para la toma de decisiones frente a nuevas incidencias			
		desarrollo de productos	Cuando se implementa un nuevo servicio, la organización se preocupa en capacitar a los trabajadores para un buen desempeño			
		servicios posibles	La información brindada a través de la web se muestra en un lenguaje claro y entendible para los usuarios			
	INFORMACION CORPORATIVA	clientes	La información proporcionada a través de la web muestra las tarifas de cada servicio que la empresa ofrece			
		información	Cada servicio es detallado en la web, describiendo sus alcances y cláusulas para el conocimiento de los usuarios			
		problema	La organización socializa las reincidencia de problemas que se suscitan para poner mayor énfasis en evitar errores			
CAPACIDAD DE RESPUESTA	RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA	cuantificable	La organización evalúa mensualmente cuales son las niveles de incidencias de errores con el propósito de evitarlos			
	ANALISIS DEL PROBLEMA	Causas	Se realiza un seguimiento a las causas que generan dificultades en los servicios brindados a los usuarios			
		selección	Se socializa la incidencia de dificultad más relevantes de los usuarios para la búsqueda de posibles soluciones			
APLICACIÓN DE SOLUCIONES	elección	elección	Sienta que la causa de los incidentes son analizados en diversos escenarios, eligiendo la situación más adecuada al problema			
		accionar	De las incidencias de dificultad de los usuarios se procura dar solución a la que englobe los servicios ofrecidos por la empresa			

Firma del experto		<p>Método</p> <p>responsable</p> <p>tiempo</p>	<p>La organización toma acciones inmediatas para las incidencias de fracaso más reiterativas de los usuarios.</p> <p>La organización cuenta con personal entrenado para la pronta solución de las incidencias de fracaso de los usuarios</p> <p>Cuando se detecta la problemática de fracaso frente a un servicio lo resuelve en el menor tiempo posible</p> <p>Fecha: 21/11/17</p>			
-------------------	---	--	---	--	--	--

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

BASE DE DATOS

VARIABLE DIMENSIÓN	FLUJO DE INFORMACIÓN														
	INFORMACIÓN EXTERNA O AMBIENTAL			INFORMACIÓN INTERNA			INFORMACIÓN CORPORATIVA			RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA			CAPACIDAD DE RESPUESTA		
	PREG001	PREG002	PREG003	PREG004	PREG005	PREG006	PREG007	PREG008	PREG009	PREG010	PREG011	PREG012	PREG013	PREG014	PREG015
E-001	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5
E-002	3	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
E-003	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
E-004	4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4
E-005	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
E-006	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-007	4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4
E-008	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-009	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
E-010	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-011	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
E-012	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-013	3	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
E-014	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
E-015	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-016	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
E-017	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-018	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-019	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
E-020	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
E-021	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
E-022	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	3	3	3
E-023	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
E-024	3	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4
E-025	4	3	3	1	2	3	3	4	5	4	4	4	5	5	3
E-026	4	4	4	2	3	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4
E-027	3	5	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5
E-028	4	4	4	4	3	2	3	5	4	4	5	3	4	4	4
E-029	5	3	5	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
E-030	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4
E-031	4	3	5	1	4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	5
E-032	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3	5	4	4	3	4
E-033	3	3	4	2	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5
E-034	3	4	5	1	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3
E-035	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4
E-036	5	4	5	2	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3
E-037	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4
E-038	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3
E-039	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	4
E-040	3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	5

APLICACIÓN DE SOLUCIONES											
PREG016	PREG017	PREG018	INFEXT1	INFINT1	INFCOR1	RECPRO1	ANPROB1	APSOLU1	FLUINF1	CAPRES1	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4
5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4
4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

feedback studio PARIONA MALLQUI JOSE LUIS desarrollo de tesis

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“FLUJO DE INFORMACIÓN Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA AGENCIA AUSA ADUANAS S.A., CALLAO, 2018”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
 PARIONA MALLQUI, Jose Luis

ASESOR:
 Dr. COSTILLA CASTILLO, Pedro Constante

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
 Administración de operaciones

LIMA – PERÚ

2018

Página: 1 de 83 Número de palabras: 13571

Text-only Report High Resolution Activado

19:43 22/06/2018

Resumen de coincidencias

20 %

1	cybertesis.unmam.edu...	2 %
2	repositorio.uas.edu.pe	1 %
3	repositorio.uwiener.edu...	1 %
4	www.mysciencework.c...	1 %
5	repositorio.ucv.edu.pe	1 %
6	dspace.unitru.edu.pe	1 %
7	repositorio.unh.edu.pe	1 %
8	Entregado a Universida...	1 %
9	tesis.usat.edu.pe	1 %
10	repositorio.upeu.edu.pe	1 %
11	repositorio.une.edu.pe	1 %
12	Entregado a Universida...	1 %
13	www.scribd.com	<1 %

Yo, **Dr. Pedro Constante Costilla Castillo**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial – Lima, Campus Los Olivos**, revisor del Trabajo de Investigación titulado:

“FLUJO DE INFORMACIÓN Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA AGENCIA AUSA ADUANAS S.A., CALLAO, 2018” del estudiante **PARIONA MALLQUI JOSE LUIS**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **20%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **LA TESIS** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 16 de junio de 2018



.....
Dr. Pedro Constante Costilla Castillo
Escuela Profesional de Administración

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------