



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO
EN LA EMPRESA DHL GLOBAL FORWARDING PERÚ S.A.,
CALLAO, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

Castro Abarca Brithania

ASESORA

MSc. Mairena Fox Petronila Liliana

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de organizaciones

LIMA - PERU

2018

PÁGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

Dr. Iván Tantalean Tapia

SECRETARIO

Mg. Carlos Casma Zarate

VOCAL

MSc. Mairena Fox Petronila Liliana

DEDICATORIA

A mi madre María y a mi abuelita Irene por mostrarme el camino hacia la superación.

A mi hermana y sobrinos por brindarme su tiempo, y sus alegrías.

A mi familia y amigos, por darme el empuje que necesitaba cuando el camino se veía tormentoso.

Esto es posible gracias a ustedes.

AGRADECIMIENTO

A Dios por demostrarme que todo esfuerzo tiene su recompensa y por no dejarme caer aunque el camino se tornaba difícil.

A mi familia por brindarme su apoyo incondicional, por los valores que me inculcaron desde pequeña y sobre todo por su infinito amor.

A mi querida asesora Petronila Liliana Mairena Fox por su paciencia, su orientación, sus consejos y el aliento que me brindo en esta etapa académica.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Brithania Castro Abarca con DNI N° 72946356, a efecto 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 tesis son auténticos y veraces. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 02 de julio del 2018

Brithania Castro Abarca

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú 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 Licenciada en Administración.

El presente trabajo de investigación es producto del esfuerzo al trabajo meticulado que tiene como objetivo el determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Brithania Castro Abarca

INDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	12
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	13
1.1.1. En el contexto internacional	14
1.1.2. En el contexto nacional	16
1.1.3. En el contexto local	18
1.2. Trabajos previos	21
1.2.1. En el contexto internacional	21
1.2.2. En el contexto nacional	23
1.3. Teorías relacionadas al tema	25
1.3.1. Gestión administrativa	25
1.3.2. Calidad de Servicio	29
1.4. Formulación del problema	32
1.4.1. Problema general	32
1.4.2. Problemas específicos	32
1.5. Justificación	33
1.5.1. Justificación teórica	33
1.5.2. Justificación metodológica	33
1.5.3. Justificación práctica	34
1.6. Hipótesis	34
1.6.1. Hipótesis general	34
1.6.2. Hipótesis específicas	35
1.7. Objetivos	35
1.7.1. Objetivo general	35

1.7.2. Objetivos específicos.....	35
I. MÉTODO.....	37
1.1. Diseño de la investigación.....	37
1.1.1. Método de investigación	37
1.1.2. Nivel de la investigación	37
1.1.3. Tipo de investigación	37
1.1.4. Diseño de investigación.....	38
2.2.1. Variable.....	38
2.2.2 Operacionalización de Variables	39
2.3. Población y muestra.....	41
2.3.1. Población.....	41
2.3.2. Muestra	41
2.3.3. Muestreo	41
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	41
2.4.1. Técnica de recolección de datos	41
2.4.2. Instrumentos de recolección de datos	42
2.4.3. Validez.....	43
2.5. Métodos de análisis de datos	44
2.6. Aspectos éticos.....	45
III. RESULTADOS	46
3.1. Prueba de normalidad.....	46
3.2. Análisis de los resultados estadísticos	47
3.2.1. Resultados por dimensión	47
3.2.2. Resultados por variable.....	74
3.2.3. Resultados de las medidas descriptivas	76
3.2.4. Prueba de hipótesis	77
DISCUSIÓN.....	84
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES.....	93
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	95
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	119
ANEXO A.....	125

ÍNDICE DE TABLAS

II METODO

2.2 Variable, Operacionalización

Tabla 2.2.1.1 variables en estudio	38
--	----

Tabla 2.2.2.1 Operacionalización de la variable	40
---	----

2.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos

Tabla 2.4.2.1 estructura dimensional de las variables de estudio.....	42
---	----

Tabla 2.4.2.2 puntuación de ítems en la escala de Likert	43
--	----

2.4.3 Validez

Tabla 2.4.3.1 validación de expertos	43
--	----

2.4.4 Confiabilidad

Tabla 2.4.4.1 resumen de procesamiento de casos	44
---	----

Tabla 2.4.4.2 estadístico de fiabilidad	44
---	----

Tabla 2.4.4.3 medidas para evaluar valores de los coeficientes	44
--	----

3.1 Prueba de Normalidad

Tabla 3.1.1 prueba de normalidad Shapiro Wilk	46
---	----

3.2 Análisis de los resultados estadísticos

Tabla 3.2.1.1.a nivel de planeación en la gestión administrativa	47
--	----

Tabla 3.2.1.2.b interpretación de los componentes de la brecha de gestión	48
---	----

Tabla 3.2.1.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad	49
--	----

Tabla 3.2.2.1.a nivel de organización en la gestión administrativa	50
--	----

Tabla 3.2.2.2.b interpretación de los componentes de la brecha de organización.....	51
---	----

Tabla 3.2.2.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad	52
--	----

Tabla 3.2.3.1.a nivel de dirección en la gestión administrativa	53
---	----

Tabla 3.2.3.2.b interpretación de los componentes de la brecha de dirección	54
---	----

Tabla 3.2.3.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad	55
--	----

Tabla 3.2.4.1.a nivel de control en la gestión administrativa	56
---	----

Tabla 3.2.4.2.b interpretación de los componentes de la brecha de control	57
---	----

Tabla 3.2.4.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad	58
--	----

Tabla 3.2.5.1.a nivel de fiabilidad en la calidad de servicio	59
---	----

Tabla 3.2.5.2.b interpretación de los componentes de la brecha de fiabilidad	60
--	----

Tabla 3.2.5.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad.....	61
Tabla 3.2.6.1.a nivel de capacidad de respuesta en la calidad de servicio.....	62
Tabla 3.2.6.2.b interpretación de los componentes de la brecha de capacidad	63
Tabla 3.2.6.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad.....	64
Tabla 3.2.7.1.a nivel de seguridad en la calidad de servicio	65
Tabla 3.2.7.2.b interpretación de los componentes de la brecha de seguridad	66
Tabla 3.2.7.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad	67
Tabla 3.2.8.1.a nivel de empatía en la calidad de servicio	68
Tabla 3.2.8.2.b interpretación de los componentes de la brecha de empatía.....	69
Tabla 3.2.8.3.c c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad.....	70
Tabla 3.2.9.1.a nivel de elementos tangibles en la calidad de servicio	71
Tabla 3.2.9.2.b interpretación de los componentes de la brecha de elementos.....	72
Tabla 3.2.9.3.c elaboración de estrategias/actividades de sostenibilidad	73
3.2.2 Resultado por Variables	
Tabla 3.2.2.1 nivel de gestión administrativa	74
Tabla 3.2.2.2 nivel de calidad de servicio	75
3.2.3. Resultados de las medidas descriptivas	
Tabla 3.2.3.1 promedios por cada dimensión del test de las variables	76
3.2.4 Prueba de hipótesis	
Tabla 3.2.4.1.1 cuadro de coeficientes de correlación de Spearman	77
Tabla 3.2.5.1.2 correlación de variables	78
Tabla 3.2.4.1.3 correlación de fiabilidad.....	79
Tabla 3.2.4.1.4 correlación de capacidad de respuesta	80
Tabla 3.2.4.1.5 correlación de seguridad	81
Tabla 3.2.4.1.6 correlación de empatía	82
Tabla 3.2.4.1.7 correlación de elementos tangibles	83

ÍNDICE DE FIGURAS

III. Resultados

3.2.1 Resultados por dimensión

Figura 3.1.1.3.2.1.a nivel de organización en la gestión administrativa	50
Figura 3.1.1.3.2.2.b. nivel de dirección en la gestión administrativa	53
Figura 3.1.1.3.2.3.c. nivel de control en la gestión administrativa	56
Figura 3.1.1.3.2.4.d. nivel de fiabilidad en la gestión administrativa	59
Figura 3.1.1.3.2.5.e. nivel de capacidad de respuesta en la gestión administrativa.....	62
Figura 3.1.1.3.2.6.f. nivel de seguridad en la gestión administrativa	65
Figura 3.1.1.3.2.7.g. nivel de empatía en la gestión administrativa	68
Figura 3.1.1.3.2.8.h. nivel de elementos tangibles en la gestión administrativa	71

3.2.2. Resultados por variable

Figura 3.2.2.1 nivel de gestión administrativa	75
Figura 3.2.2.2. nivel de gestión administrativa	76

RESUMEN

La presente investigación titulada “La gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018” tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión administrativa y la calidad de servicio en DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, el cual dará respuesta a la interrogante existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. Esta investigación se realizó mediante el método hipotético deductivo con enfoque cuantitativo, el nivel efectuado fue descriptivo correlacional, el tipo desarrollado fue aplicada y técnica, y se utilizó para su propósito el diseño no experimental y de cortes transversales. Así mismo, se tomó como muestra a 25 clientes corporativos de la empresa, para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, que estuvo compuesto de 19 preguntas en medición de la escala de Likert, luego de ello se midió el nivel de confiabilidad con el Alfa de Cronbach, teniendo como un resultado aceptable. La investigación continuó desarrollándose, obteniendo en la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk un valor de significancia de 0.00, por lo tanto, los datos no tienen contribución normal; finalmente para medir el nivel de correlación de las V1 y V2, se usó la prueba de Rho de Spearman, teniendo como resultados significativos de 0.605, por lo tanto la investigación concluye dando a conocer que existe una correlación positiva moderada considerable entre las variables gestión administrativa y calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Palabras clave: gestión administrativa, calidad de servicio, organización, clientes, satisfacción.

ABSTRACT

The present investigation entitled "The administrative management and the quality of service in the company DHL Global Forwarding Peru SA, Callao, 2018" had as objective to determine the relation of the administrative management and the quality of service in DHL Global Forwarding Peru SA, Callao, 2018, which will answer the question: there is a relationship between administrative management and the quality of service in DHL Global Forwarding Peru SA, Callao, 2018. This investigation was carried out using the hypothetical deductive method with a quantitative approach, the level carried out was correlational descriptive, the developed type was applied and technical, and the non-experimental design and transversal cuts were used for its purpose. Likewise, 25 corporate clients of the company were taken as a sample, for the data collection, the survey technique was used and as a tool the questionnaire, which was composed of 19 questions in Likert scale measurement, after this was measured the reliability level with Cronbach's Alpha, having as an acceptable result. The investigation continued to develop, obtaining in the Shapiro-Wilk normality test a significance value of 0.00, therefore, the data do not have a normal contribution; finally, to measure the level of correlation of V1 and V2, the Spearman's Rho test was used, with significant results of 0.605, therefore the investigation concludes that there is a considerable moderate positive correlation between the variables administrative management and quality of service in the company DHL Global Forwarding Perú SA, Callao, 2018.

Keywords: administrative management, quality of service, organization, clients, satisfaction.

INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En el mundo globalizado, las organizaciones requieren cambios acelerados para cumplir con las expectativas de los clientes; por lo que los cambios tecnológicos exigen nuevas estrategias en la gestión administrativa para lograr las metas planeadas. Las tendencias empresariales de alta productividad requieren competitividad entre ellas para cumplir objetivos, los factores claves son los procesos administrativos que coadyuvan a conseguir ventajas competitivas frente a la competencia. A nivel nacional las empresas buscan reducir costos, con nuevas prácticas de gestión para optimizar precios de productos con procesos estandarizados que logren la eficiencia de los resultados. La sistematización de procesos es el desafío de las empresas nacionales para enfrentar adversidades en el futuro, involucramiento de toda la organización.

Antiguamente las empresas creaban productos y ofrecían servicios sin tomar en cuenta la opinión del cliente, no buscaban tener la apreciación del segmento al que iba a ser dirigido el nuevo lanzamiento. Hoy en día, el propósito de las organizaciones es atender las carencias de los usuarios, puesto que de ellos depende la permanencia de la organización en el mercado, considerando que los clientes son la razón de ser de la institución. Con el transcurrir de los años la gestión de servicio se ha ido imponiendo de forma más exigente, ya que los consumidores buscan no sólo satisfacer una necesidad, sino beneficiarse con los atributos que el producto o servicio les pueda ofrecer de tal manera que se sientan contentos por la adquisición. En consecuencia, las organizaciones deben conocer ya analizar los gustos, preferencias y particularidades de cada cliente, puesto que cada uno de ellos es totalmente diferente según el medio geográfico, costumbre, hábito, entre otros.

Es por ello, que en la actualidad las organizaciones tienen como objetivo medir la satisfacción del cliente frente al producto o servicio obteniendo información real para el posterior análisis y el establecimiento de estrategias frente a la competencia.

1.1.1. En el contexto internacional

Ross (2009) en el artículo periodístico "La calidad y la reforma del sector de la salud en América Latina y el Caribe" hace referencia que en el sector salud existen dos dimensiones de calidad de servicio: calidad técnica, quien garantiza la seguridad y la atención oportuna y eficaz y la calidad percibida, donde se tienen como antecedente los contextos físicos, psíquicos y estructurales de los usuarios. La calidad no sólo se percibe de manera tangible, sino que se ve reflejada en la atención que le brinda el personal del hospital al cliente, es por ello que es de vital importancia que los colaboradores se comprometan a conocer los procesos de aplicación de servicio para no transgredir los parámetros entre el personal administrativo y el usuario. Así mismo, se puede percibir que en las evoluciones de los sectores de 14 países, 5 países poseen análisis de información buena y aceptable, en 2 países no existen mecanismos para fomentar la calidad de servicio, en 3 países si hay instancias encargadas de la calidad y en 3 naciones cuentas con tareas que no se encuentran planteadas y no se orientan a la calidad de servicio. En los distintos países la calidad de servicio se aprecia de distintas maneras; es decir, pocos son los países que realmente se preocupan por el bienestar del paciente en el sector salud, y eso depende mucho de la actitud servicial que pueda tener cada persona que forma parte del equipo médico institucional.

Sánchez (2016) en el artículo periodístico "Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones" establece que la calidad de servicio es un instrumento clave, porque permite diagnosticar las áreas de mayor déficit dentro de la organización. En un mercado competitivo la calidad es un atributo buscado por el consumidor, siendo esta una ventaja para fidelizar a los clientes con la organización. Así mismo, se enfatiza que el objetivo de la empresa no es captar al mayor número de clientes, sino conocer las carencias, deleites y particularidades de los individuos para sobrepasar sus expectativas con el objetivo de brindarles un servicio diferenciado del de la competencia. Por lo tanto, el modelo SERVQUAL es considerado de mayor aplicación en las organizaciones por su flexibilidad de adaptabilidad a los diversos servicios, ya que permite conocer de manera minuciosa la estadística de complacencia de los interesados en las categorías de: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles; factores transcendentales que contribuirán a la recopilación de información, análisis y al establecimiento de estrategias de mejora.

Llarena (2014) en el artículo científico "Modelo de sistema de Gestión de Calidad para la puesta en marcha de cursos no presenciales: instrumentos de seguimiento y evaluación" manifiesta que el objetivo de las universidades es definir la calidad e identificar las técnicas con las cuales se puede medir. La calidad se puede conceptualizar a través de la planificación, evaluación y el mejoramiento; es por ello que contar con un plan de calidad ayudará a complementar la gestión en la ejecución de las actividades en la peculiaridad no presencial, implementando un SGC para la gestión. El programa debe considerar al segmento joven entre 17-25 años de edad que cuentan con la disponibilidad de asistir de manera presencial al centro de estudios y al segmento adulto entre 25-50 años en adelante que no cuentan con la disponibilidad de tiempo para asistir a sus clases correspondientes porque se encuentran laborando o cumpliendo otra tarea personal; se puede presenciar dos tipos de usuarios en dónde se debe implementar el modelo de evaluación que se tomará con cada uno de ellos. Por lo tanto, los instrumentos de evaluación deben responder a los estándares y ajustarse al modelo de la institución para que este pueda dar un resultado óptimo y encamine la idoneidad de la misma.

Salazar (2016) en el artículo científico "Diagnóstico de la calidad de servicio en la atención al cliente en la Universidad Nacional de Chimborazo" hace referencia que los educandos y los segmentos involucrados siempre están buscando la mejor opción en el mercado para incursionar en la vida universitaria, es por ello que se analiza al estudiante como consumidor y como beneficiario del proceso de transformación educativa, debido a que no sólo se quiere medir la calidad sino los atributos que influyen en la toma de decisiones del educando para elegir una institución. Así mismo, estudios develaron que el 3% de los estudiantes consideran que la calidad de servicio es regular de acuerdo a sus actitudes. El consumidor estudiantil maneja exigentemente su visión selectiva, no sólo se deja impresionar por la estructura física sino que va más allá de lo material, analiza escenarios y se proyecta a futuro. Para ellos la actitud de las personas y forma de atención son clave para definir qué tan bueno es el servicio en la institución.

Silva (2015) en el artículo científico "La gestión universitaria en auditoría interna a estados financieros" manifiesta que los trabajos de auditoría de estados financieros son fundamentales para que la información contable que se les presenta a las empresas tenga garantía de control, transparencia, fiabilidad y comparabilidad. Así mismo, la determinación de materialidad influye en el trabajo de auditoría es por ello que se apoyan en las etapas de la gestión administrativa: planeación, proyectar los estados financieros anuales respaldados

por sus diferentes comprobantes, organización de los plazos en que se realizará la apertura y el cierre del período de ventas, dirección de los indicadores de liquidez y endeudamiento y el control de la estabilidad de la empresa. Poniendo en práctica las etapas de la administración mencionadas anteriormente se optimizará el proceso de gestión para facilitar la preparación de los programas de auditoría.

1.1.2. En el contexto nacional

Aguelo (2010) en el artículo periodístico "Conocimientos básicos para una buena Gestión Empresarial" manifiesta que las necesidades de los clientes se deben ver como oportunidades en beneficio de la organización. Dichos beneficios deben estar relacionados con la estrategia eficaz, flexible y la adaptabilidad a los cambios en el mercado lo cual le permitirá alcanzar resultados óptimos. Así mismo, considera que los colaboradores deben tener como protagonista principal al cliente y la mejora de la satisfacción de sus necesidades brindándoles tributos y valor agregado al producto para mantener la innovación constante, el uso de estrategias de marketing y de la utilización eficaz de los recursos. Por lo tanto, la gestión empresarial debe responder de manera ágil a las condiciones cambiantes del mercado y sobre todo a crear ventaja competitiva sobre la competencia para que esta manera se pueda fidelizar a los clientes y la organización pueda permanecer en el mercado.

Rodríguez (2016) en el artículo científico "La Gestión Administrativa y la Calidad de Servicio" detalla que la gestión es una actividad que establece los objetivos y los medios a utilizarse para que la organización se desarrolle y ejecute los procesos de su giro del negocio de manera eficiente y eficaz. Así mismo, para asegurar la estabilidad de la organización en el rubro es necesario conocer minuciosamente al cliente; es decir, su estilo de vida, sus deleites, comodidades, preferencias y sobre todo su opinión buscando de esta manera familiarizarse con el cliente y que esté se pueda sentir identificado con la organización. Finalmente, hace un énfasis en que la calidad es un progreso que asegura la estabilidad de la organización y su posicionamiento en el mercado ya que el cliente es la razón de ser de la empresa y conocer sus gustos hará que haya una conexión directa entre la organización y el usuario.

Silva (2013) en el artículo científico "Sistema de Gestión digital para mejorar los procesos administrativos de instituciones de educación superior: Caso de estudio Universidad Autónoma Metropolitana" manifiesta que el objetivo es aumentar el desempeño

y la eficiencia de las funciones administrativas, a través del planteamiento de un proceso de misión digital orientado a los métodos lo cual admitirá mejorar la productividad y reducir el tiempo de respuesta hacia el cliente. Así mismo, existen dos factores que no permiten contribuir al desarrollo del mejoramiento del proceso: escasos recursos para la aplicación comercial y ausente aprovechamiento de la infraestructura y conocimiento del personal. El modelo SERVQUAL hace referencia que tanto la estructura física como el personal son factores claves para poder identificar como es que se siente el cliente frente al servicio que se le brinda, si no se está aprovechando estos elementos se deben plantear estrategias para mejorar y que de esta manera el usuario pueda percibir el cambio a través del valor agregado y de los atributos del prestación. Por lo tanto, se busca reducir el tiempo de organizar, vincular y analizar la información lo cual se reflejará en la toma de decisiones.

Aponte (2008) en el artículo científico "Proceso de acreditación en bibliotecas médicas del Perú" detalla que existe ausencia de análisis de documentos para la autoevaluación de la biblioteca, debido a que no se aplica un proceso desde la perspectiva del país. La gestión es la doctrina de la empresa, es el cimiento de la filosofía institucional donde van a emerger los métodos que tienen como finalidad agilizar el proceso para la adquisición de libros y para brindar un servicio interno y externo de calidad; para ello se deben establecer los procesos de trámite el cual permitirá solicitar libros de manera rápida y sencilla cumpliendo con los estándares internacionales: humanos, físicos y normativo. La acreditación brinda al cliente la seguridad y confianza de que está adquiriendo un servicio de calidad que le va a permitir acceder a fuentes confiables con sustento metodológico e histórico. En consecuencia, se debe analizar la información percibida por los clientes bibliotecarios para establecer estrategias de mejora y que la institución pueda lograr el licenciamiento con los modelos proyectados.

Flores (2018) en el artículo científico "Apoyo organizacional percibido y compromiso organizacional en una empresa privada de Lima, Perú" detalla que los participantes tienen una percepción negativa sobre el apoyo organizacional, anteriormente las personas que se comprometían con la empresa eran sólo los trabajadores, actualmente tanto el empresario como los colaboradores deben trabajar por el bien común de la institución, velando por el cumplimiento de los procesos como norma y brindando productos y servicios de calidad con valor agregado, en este caso es la actitud servicial del colaborador la que hace que el cliente pueda depositar su confianza en la institución. Basados en la gestión administrativa se debe tener en cuenta las 4 fases como pilar primordial para orientar

los procedimientos organizacionales que permitan concretar de manera segura y fiable la tarea. La orientación que se le brinda al usuario debe ser la correcta, siguiendo los procesos establecidos. Así mismo, lo que se busca en la actualidad es que haya una conexión entre el colaborador y el cliente; pero esto se verá reflejado cuando el que brinda el servicio se sienta cómoda y satisfecho con los recursos que le ofrece la organización.

1.1.3. En el contexto local

DHL Global Forwarding Perú S.A, tiene como finalidad brindarles felicidad y prosperidad a las personas que adquieren el servicio, posee una amplia cartera de productos y soluciones para satisfacer los requerimientos logísticos, que abarca todo, desde el transporte y envío sencillos hasta soluciones transformadoras que incluyen la cadena de suministros.

Ofrece precios bajos al alcance del usuario, y llega a puntos tanto nacionales como internacionales. Los servicios que ofrece son los siguientes: DHL Express, DHL e-Commerce, DHL Global Forwarding, DHL Parcel, entre otros.

La misión administrativa de la empresa se encuentra establecida por 4 etapas básicas: Planeación de los procesos, inicia cuando el cliente se presenta para adquirir el servicio hasta la culminación del mismo; la alineación de las funciones de cada operador en las diferentes áreas desde que se recepciona el envío, se registra al sistema y pasa a la posterior asignación con el destino correspondiente; la orientación del tránsito del envío y el registro de la entrega con la posterior confirmación al cliente.

El enfoque en la perspectiva de los clientes es muy importante para la empresa ya que ellos son la razón de ser de la organización, es por ello que se toma en cuenta 5 indicadores que son la base para que los usuarios se sientan satisfechos, entre los cuales tenemos: confianza, el personal está entrenado para desempeñar sus funciones de manera eficiente mostrando profesionalismo y compromiso para atender las peticiones de los clientes; capacidad de respuesta en donde los colaboradores cuentan con la disponibilidad de tiempo para brindar respuesta a las inquietudes de los usuarios satisfaciendo sus necesidades; seguridad, la empresa inspira confianza para que el cliente pueda realizar sus envíos de manera segura; empatía, los colaboradores brindan atención personalizada a los clientes explicando el ciclo del proceso y finalmente elementos tangibles, la empresa es consciente que tanto la estructura física como el personal son quienes brindan las disposiciones para concretar el servicio de manera eficiente y eficaz.

Díaz (2015) en el artículo científico "Gestión administrativa: la confianza en el lugar de trabajo" manifestó que la confianza es muy importante para la gestión en las organizaciones y para que se pueda alcanzar se necesitan establecer estrategias administrativas cuantificables y alcanzables para obtener resultados óptimos. El modelo de SERVQUAL detalla que la fiabilidad es un elemento importante porque el personal demuestra su compromiso y profesionalismo para con el cliente estableciendo un vínculo directo. Los sistemas sociales requieren de la fiabilidad para medir el compromiso, de tal manera que involucre a todos los órganos de la alineación lo cual contribuirá al cumplimiento de objetivos y sobre todo a trabajar en equipo por un bien común. Por lo tanto, los beneficios que resultan de la aplicación de comportamientos confiables contribuyen al incremento de cooperación de los individuos forjando cimientos de unidad, laboriosidad y sobre todo compenetración de la visión de la organización.

Salas (2017) en el artículo científico "Influencia del marketing relacional en los resultados organizacionales de institucionales educativas privadas en Lima metropolitana (Perú) manifestó que el nacimiento de las instituciones privadas inició por una necesidad básica de la población limeña ya que muchos de ellos consideraban que la educación en instituciones públicas era de baja calidad; otro motivo fuerte que impulso esta iniciativa fue la diversificación de los niveles socioeconómicos que en pleno siglo XXI se hacían cada más fuertes. El marketing es una ciencia que contribuye al cumplimiento de objetivos organizaciones y a la permanencia de la institución en el tiempo. Primitivamente se creaban productos o servicios sin necesidad alguna y los consumidores lo iban adoptando en su quehacer diario, actualmente para el lanzamiento de un producto se requiere de estudios previos para determinar su acogida satisfactoria en el mercado. El objetivo del marketing es la fidelización de los clientes y la búsqueda del vínculo entre la institución y la comunidad lo cual se podría lograr con el uso de métodos pedagógicos y la mejora de los resultados organizacionales. En consecuencia, el uso de sistemas de gestión de información contribuyó a la fidelización de los clientes dejando de lado el criterio socioeconómico de la comunidad.

Ruiz (2016) en el artículo científico "Acreditación universitaria en las carreras de odontología en el Perú" manifestó que la acreditación es un sistema de evaluación tanto interna como externa porque permite evaluar la calidad en la enseñanza y en el servicio que brindan las universidades en los diversos campos teniendo como finalidad garantizar a la sociedad una prestación eficiente que cumpla con los estándares adecuados y sobre todo guiado por el principio de mejora continua a través del ciclo de Shewhart-Deming:

planificar, hacer, verificar y actuar. Así mismo, la acreditación brinda a los compradores existentes y a los aleatorios la confianza de calidad en las carreras profesiones dándoles la seguridad de una instrucción universitaria digna y sobre todo el involucramiento participativo de la institución y de los agentes administrativos, los cuales son importantes para la evaluación. Por lo tanto, la aprobación de calidad debe ser revisada minuciosamente ya que de ello depende el licenciamiento de la institución.

Miranda (2010) en el artículo científico "Situación de la calidad de agua para consumo en hogares de niños menores de cinco años en Perú, 2007-2010" manifestó que acceso al agua es un derecho que todo ciudadano debe exigir, pero lamentablemente las autoridades lo perciben como un servicio comunitario. El problema no sólo es el acceso a agua potable, sino que existen inconvenientes en la disposición del elemento para el dispendio, puesto que demuestran cloro independientemente inapropiado y dominante apariencia de coliformes provocando enfermedades en los niños menores de 5 años quienes son los más vulnerables ante este actuar. En el sector público hablar de calidad de servicio resulta bastante deficiente, debido a que el mismo personal que labora en las diferentes instituciones realizan su labor bajo el criterio de cumplimiento de procesos, dejando de lado las actitudes y el compromiso servicial que se tiene con los usuarios. Así mismo, los porcentajes de desnutrición infantil se han visto afectados porque en los diversos distritos de extrema pobreza aún la población se ve obligada a comprar agua a las cisternas siendo este de costo elevado. El estado peruano tiene como deber y responsabilidad optimizar la eficacia de agua para la utilización de la población.

Llanos (2006) en el artículo científico "Percepciones de las personas viviendo con VIH-SIDA (PVVS) sobre la calidad de atención relacionada con TARGA" manifestó que el apoyo social y económico es escaso, puesto que se observó que los servicios incumplen con los patrones de reserva. Los pacientes manifiestan que no existe un espacio específico para consultar los requerimientos del PVVS, lo cual los obliga a compartir los servicios con el resto de pacientes. Así mismo, el costo para los exámenes de laboratorio es otro problema de gran relevancia, debido a que el hospital brinda atención adecuada a quienes realizan el pago correspondiente excitando la discriminación de estatus. Es por ello que se mantuvo un pacto público que asegure la continuidad del TAGA, a través del subsidio, es decir el estado asumiría cierto porcentaje por el costo de los exámenes y el otro porcentaje lo asumiría el paciente. Por lo tanto, los programas de control de tuberculosis deben efectuarse de manera

constante, para que se pueda detectar a tiempo la enfermedad y se consiga actuar de manera rápida.

Figuroa (2016) en el artículo "El uso del Smartphone como herramienta para la búsqueda de información en los estudiantes de pregrado de educación de una universidad de Lima Metropolitana" manifestó que los artículos tecnológicos se han vuelto indispensables en la actualidad ya que estos tienen funciones similares que las de un computador facilitando el acceso a la información de manera rápida y sencilla. El aprendizaje móvil o-learning tiene un gran potencial que va de la mano con las habilidades, conocimientos y actitudes que posee el estudiante para el uso de los dispositivos móviles. Así mismo las páginas que son demandadas por los estudiantes son: Google y Youtube, considerándolos como los buscadores más rápidos y acertados en la red. Por lo tanto, estudios demuestran que el uso de Smartphone en las universidades, contribuirán de manera positiva al desarrollo pedagógico del estudiante, siendo una fuente confiable sobre temas de actualidad e investigaciones relevantes que favorecerían el conocimiento intelectual que ayudarán al aporte de discernimiento en el desarrollo de su carrera profesional.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. En el contexto internacional

Flores (2015) en la pesquisa denominada "Proceso administrativo y gestión empresarial" determinó como objetivo mejorar los pasos del proceso administrativo y su incidencia en la gestión empresarial. La empresa contaba con los procesos tradicionales que no se encontraban estipulados por escrito sino que se realizaban de manera tradicional trayendo como consecuencia las distintas formas de realizar una tarea sin respetar tiempos estimados obstruyendo el cumplimiento de los requerimientos solicitados; paralelamente no se llevaba un proceso de planificación de los procedimientos que se deben efectuar para la realización de una tarea, organización de los recursos humanos y materiales que se van a requerir para la fabricación o el servicio, dirección de los objetivos a concretar y el control del cumplimiento de las funciones del persona lo cual impide el desempeño de las actividades. La investigación enfatizó la importancia que amerita la gestión administrativa ya que de ello depende el buen desempeño de la empresa en todas las áreas, y sobre todo que los

colaboradores pueden desempeñarse eficazmente y eficientemente en la ejecución de sus funciones conociendo los procesos y promoviendo la mejora continúa.

Rojas (2011) en la tesis “Evaluación de la calidad del servicio de transporte a personas en la ciudad de Puerto Montt”. La autora presentó la siguiente hipótesis: el rubro de transporte de personas en Puerto Montt entrega servicio de calidad muy bajo. El principal problema de la investigación es que las once empresas que forman la industria de transporte en Chile no conocen a sus consumidores; es decir, no tienen conocimiento de los gustos, preferencias y formas de transporte que poseen los individuos que en su mayoría son jóvenes universitarios y que su estilo de vida es totalmente apresurado cuando se trata de ir a la escuela, durante la evaluación consideran imprescindible ciertos factores de servicio de calidad: el tiempo de respuesta, estado del vehículo y manejo del chofer los cuales son insatisfechos. La evolución de la calidad del sistema de transporte de personas es un factor importante a evaluar, pues de ello depende el incremento de la demanda, buscando elevar la competitividad dentro del mercado. En conclusión se aceptó la hipótesis donde se manifestó que la entrega de calidad es deficiente en el sistema de transporte de personas.

Quintero (2015) en la investigación “Gestión administrativa para el control de los procesos de compra de las empresas fabricantes y distribuidoras de hielo del Municipio de Maracaibo”. El investigador planteó como propósito establecer un patrón de dirección administrativa para el control de los procesos de compra en las empresas fabricantes y distribuidoras de hielo, era fundamental que tanto proveedores como clientes conozcan los procesos para que puedan ser partícipes de los mismos. El conocimiento del proceso debía ser imprescindible para evitar errores y contrarrestar algún tipo de devolución. Además, el autor afirmó que el éxito de la compra debe ir de la mano del sistema de calidad lo cual va a permitir que la organización prepare los procedimientos documentarios desde los requerimientos y expectativas de los compradores. El estudio se realizó a 3 empresas entre las cuales tenemos: Hielo el Toro, Rodyhielo y Hiebeca con 13 colaboradores cada uno, el personal encuestado consideró que la gestión administrativa es deficiente, por lo tanto se concluye que en esta tesis se implementó el modelo de gestión administrativa para realizar de manera eficiente y eficaz los procesos de compra.

García (2012) averiguó referente a la “Evaluación de la calidad y calidez de atención a los usuarios del subcentro de salud El Bosque. Propuesta gerencial de mejoramiento, período 2011”. El autor planteó la hipótesis: Utilizando un esquema gerencial para mejorar las condiciones y el trato de amabilidad que se tiene con los usuarios del hospital “El

Bosque”, los problemas por los cuales los demandantes del centro de salud no se encontraban a gusto son los siguientes: la espera del turno, trato de los empleados, espacio físico reducido, infraestructura, equipamiento y calidad técnica. El modelo SERVQUAL involucra al personal como elemento importante para que el cliente establezca un lazo directo y pueda percibir las actitudes con las que espera ser atendido, sin dejar de lado las condiciones que le brinda el ambiente físico para concretar la adquisición del servicio. El investigador lo que planteó es fortificar el desarrollo de la asistencia al público en un medio o largo plazo, ya que las labores no requerían de un presupuesto monetario, sino de la actitud de servicio de los colaboradores para hacer sentir al cliente como parte de la institución. La muestra estuvo formada por 393 pacientes, utilizaron la técnica de la encuesta de las cuales se concluyó que se acepta la hipótesis para proceder al inicio del programa.

Castilla (2014) en la tesis “Estrategias gerenciales para el mejoramiento de la situación financiera de la ESE Hospital Local de Turbana, Bolívar durante el período 2013”. Las autoras definieron como objetivo general proponer tácticas de dirección para optimizar el escenario en el plano administrativo y financiero del local de Turbana, los problemas que se identificaron son los siguientes: disminución de ingresos, deficiencias en la facturación y en el recobro de facturas emitidas a otras entidades, lo mencionado anteriormente se originó por la falta de procesos y de control de los costos. Las investigadoras mencionaron que es preocupante el alto aumento de los costos operacionales y la tendencia baja de los ingresos; en lo cual se ve reflejado que existe debilidad en los procesos y procedimientos tanto administrativos como asistenciales. En consecuencia se debe tomar como referencia la teoría administrativa de Taylor para trabajar bajo la eficiencia de la producción; es decir, definir los procesos funcionales que debe seguir cada trabajador para lograr los objetivos. En conclusión las autoras establecieron estrategias gerenciales, a través de procesos para minimizar el impacto financiero para la mejora continua.

1.2.2. En el contexto nacional

Roque (2016) en la tesis “Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial San Martín - Chiclayo”. El investigador describió a las Mype como una de las fuentes de empleo para la población y la mayoría de éstas estaba formada por familias emprendedoras. La gran mayoría de Mype carecía de preparación y capacitación; es decir, no contaban con la planeación, organización, dirección y control. En

tanto, se debe efectuar un procedimiento de tácticas de misión funcionaria estableciendo roles a los colaborador para atender de manera adecuada a los usuarios generando la satisfacción de los bienes y de los valores brindados. La muestra estuvo formada por 9 trabajadores de dicha empresa, utilizaron la técnica de la encuesta de las cuales se concluyó que el 64% de los trabajadores se encontraban de acuerdo en que la organización aplique tácticas funcionarias.

Mori (2014) en la indagación “Influencia de la calidad de servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus – Mall de la ciudad de Trujillo”. La autora planteó como propósito fundamental constatar el dominio que se halla entre las condiciones de servicio y el grado de comercialización en las sucursales de cadenas Claro Tottus. El estudio busco identificar las carencias de los usuarios y sus curiosidades con el objetivo de proponer medidas de valor y establecer la excelstitud que los satisfaga, garantizando su lealtad y fidelización. Se concluyó afirmando que se halló influencia entre la calidad de servicio y las ventas.

García (2011) en la tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A – Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, 2011”. El autor identifico que los problemas principales de los clientes en el Banco Ripley son: incremento de quejas, reproches y frustración, creando prejuicio y desconfianza en ellos. Al evaluar la complacencia del consumidor y los elementos de eficacia a través de un modelo econométrico arrojaba como principal factor al binomio saludo-despedida de 1.13 puntos en la relación de deleite, otro factor de alto impacto fue la del personal en el instante de recibir al comprador, este componente suma 1.09 puntos. Se concluyó que las condiciones de disposición de prestación intervienen de forma relevante en la complacencia de los usuarios de Banco Ripley.

Pérez (2014) en la indagación “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC – Chiclayo período Enero y Septiembre 2011 y 2012”. La autora propuso innovar la eficacia de prestación al usuario renovando la compra de insumos, la reestructuración del espacio y ofreciendo una asistencia de excelencia. La organización reconoció que los clientes en la actualidad son más rigurosos, por lo tanto se podría lograr la fidelización de los usuarios por el servicio que se brinda, como consecuencia se afirmó que la predominio de la calidad aumento el ingreso de capital en los resultados económicos y financieros. En este caso la población fueron los 228 usuarios asistentes, utilizaron la técnica de la encuesta de las cuales

se concluyó que la asistencia al usuario en la institución se encuentre en un grado admisible gracias a los procedimientos que se implementaron.

Tisnado (2013) en la pesquisa “Mejoramiento en los procesos administrativos de la UGEL N°01 El Porvenir que contribuya al desarrollo educativo de la jurisdicción en el año 2013”. El estudioso planteó como propósito fijar como contribuiría la mejora en los procesos administrativos para incrementar el nivel de satisfacción del profesional el cual favorezca su crecimiento educativo en la jurisdicción. Para ello se tomó en cuenta las áreas de administración, tesorería, trámite documentario, entre otros; en ellas se pudo observar que se ven perjudicadas por varios factores entre los cuales encontramos: no existe autonomía en las funciones de las áreas de cada sede, la estructura es rígida y burocrática en los procesos, el déficit de los recursos materiales trae como consecuencia el incumplimiento de las actividades. Por lo consiguiente se concluyó que la mejora en los procesos administrativos de UGEL N°01 El Porvenir intervienen de forma auténtica en aumentar el índice de complacencia del profesional de la jurisdicción.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Gestión administrativa

1.3.1.1. Teoría de la administración científica de Taylor

Taylor (2005) orientó su propuesta teórica a los procesos que debían seguir para realizar una faena, trabajaban de manera independiente y de diferentes formas, no buscaban el bien común; es decir, sus actitudes y capacidades no respondían a la tarea que se debía realizar. En consecuencia, Taylor decidió contrarrestar la ineficiencia en la producción estableciendo 4 pautas claras: establecer pautas o procesos para cada tarea para que dé esta manera no se realicen “al ojo”, seleccionar al trabajador, capacitarlo e instruirlo para que desarrolle de manera adecuada su labor, trabajar el equipo para lograr el bien común y dividir el trabajo y las responsabilidades tanto de la gerencia como del área de producción para que se pueda tener un resultado eficiente.

1.3.1.2. Conceptualización de gestión administrativa

Anzola (2002) indica que “Consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control” (p.70).

Fayol (1980) menciona que “La doctrina administrativa tiene como objeto facilitar el gobierno de las empresas, sean industriales, sean militares o de cualquier otra índole; sus principios, sus reglas y sus procedimientos deben, pues responde tanto a las necesidades del ejercicio como a las necesidades de la industria; añade: Administrar es prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar”(p.87).

Stoner, Freeman y Gilbert (2009) la gestión administrativa consiste “en darle forma de manera consciente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de servirlos para alcanzar sus metas” (p.7).

1.3.1.3. Dimensiones de gestión administrativa

A. Planeación

Hitt (2006) define que “la planeación como el cálculo de las condiciones y las circunstancias futuras, y con base en esas estimaciones, tomar decisiones sobre qué trabajo debe realizar el administrador y todos aquellos que están bajo su responsabilidad”(p.25).

Indicadores

1. Planeación estratégica

Hitt (2006) menciona que “la planeación estratégica como la prevención de las acciones estratégicas diseñadas para lograr las metas trazadas a largo plazo para la organización” (p.25).

2. Planeación táctica

Hitt (2006) define que “la planeación táctica como las acciones concretas diseñadas para alcanzar metas y objetivos específicos a más corto plazo” (p.25).

3. Planeación operativa

Hitt (2006) menciona que “la planeación operativa como la identificación de las acciones necesarias para que las unidades de la organización logren sus metas” (p.25).

B. Organización

Hitt (2006) define que “la organización como la implicancia de reunir los recursos de manera sistemática y poner atención a la estructura de relaciones entre los puestos y los individuos” (p.25).

Indicadores

1. Recursos

Martínez (2012) menciona que “los recursos como el conjunto de activos, capacidades, procesos organizativos, información, conocimiento, etc., que una empresa controla y que le permite desarrollar e implantar estrategias creadoras de valor” (p.82).

2. Estructura

Mintzberg (1984) define que “la estructura como el conjunto de las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas” (p.18).

C. Dirección

Hitt (2006) menciona que “la dirección como el proceso de intentar influir en otras personas para alcanzar los objetivos organizacionales, interactuando con ellos de manera eficaz en situaciones colectivas y comunicándose de forma estimulante sobre los esfuerzos para cumplir las tareas” (p.26).

Indicadores

1. Liderazgo

Koestenbaum (1999) define que “el liderazgo como la principal herramienta de acción para poner en práctica los objetivos empresariales” (p.16).

2. Motivación

Lusthaus (2002) menciona que “la motivación constituye una personalidad subyacente de la organización: es lo que impulsa a sus miembros a actuar”.

D. Control

Hitt (2006) define que “el control consiste en regular el trabajo de quienes un administrador es responsable, incluyendo el establecimiento anticipado de estándares de desempeño, supervisión continua y, de manera significativa la evaluación” (p.26).

Indicadores

1. Desempeño

Chiavenato (2000) define que “el desempeño, cómo las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes al logro de los objetivos de la organización” (p.45).

2. Evaluación

Fernández (2005) menciona que “el proceso contextualizado y sistematizado, intencionalmente diseñado y técnicamente fundamentado, de recopilación de información relevante, fiable, y válida, que permita emitir un juicio valorativo en función de los criterios previamente determinados como base para la toma de decisiones” (p.50).

1.3.2. Calidad de Servicio

1.3.2.1. Modelo SERVQUAL

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) evalúan estos factores para determinar el índice de complacencia, a través de los datos de información de los cuales se tomaron en cuenta 5 elementos: La confianza que sienten los clientes hacia la empresa para adquirir el producto o servicio, la respuesta del personal para detectar las inquietudes de los usuarios, la garantía que posee la prestación, la actitud y la amabilidad con la que el personal atiende al comprador y la estructura física en la que se le atienden al cliente; este modelo tiene como objetivo conocer que tan satisfecho se encuentra el cliente para posteriormente contrarrestar las incomodidades que percibe el usuario y poder mejorarlas.

1.3.2.2. Conceptualización de calidad de servicio

Zeithaml, Parasuraman y Berry (2014) “Es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer necesidades expresadas o latente de los clientes” (p.1).

Horovitz (1991) “La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave. Representa al mismo tiempo la medida en que se logra dicha calidad” (p.5).

Karl (1994) “La calidad es la medida en que una cosa o experiencia satisface una necesidad, soluciona un problema o agrega valor para alguien” (p.116).

1.3.2.3. Dimensiones de calidad de servicio

A. Fiabilidad

Carrasco (2013) define que “la Habilidad para realizar el servicio de modo preciso y fiable” (p.7).

Indicadores

1. Compromiso

Medina (2000) menciona que “el compromiso es la fuerza relativa de la identificación de un individuo con y en una organización concreta, y se caracteriza por una fuerte creencia, aceptación e internalización de las metas de la organización, la disposición a esforzarse por la organización y un fuerte deseo de permanecer como miembro de ésta” (p.229).

2. Profesionalismo

Benge (1970) define que “el profesionalismo es el cultivo o utilización de ciertas disciplinas, artes o deportes y, en el caso específico que nos interesa, de estudio y conocimientos especializados para pública utilidad o, propio lucro” (p.204).

B. Capacidad de respuesta

Carrasco (2013) menciona que “la capacidad de respuesta es la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido” (p.7).

Indicadores

1. Satisfacción de necesidades

López y Ruíz (2001) define que “la satisfacción de necesidades tiene como objetivo cumplir los deseos y expectativas que tienen los clientes de los productos o servicios” (p.10).

C. Seguridad

Carrasco (2013) menciona que “la seguridad es el conocimiento y atención mostrados por los empleados y habilidad para generar credibilidad y confianza” (p.7).

Indicadores

1. Garantía

Malagón (2006) menciona que “la garantía es asegurar la calidad de un producto o servicio de modo que el cliente pueda comprarlo con confianza y utilizarlo largo tiempo con confianza y satisfacción” (p.13).

D. Empatía

Carrasco (2013) define que “la empatía es la capacidad de comprender los deseos de los clientes, mediante un proceso de atención individualizada” (p.7).

Indicadores

1. Atención al cliente

Blanco (2001) menciona que “la atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p.6).

E. Elementos tangibles

Carrasco (2013) define que “los elementos intangibles son la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y medios de comunicación” (p.7).

Indicadores

1. Infraestructura

Bid (2000) menciona que “la infraestructura es el conjunto de estructuras e instalaciones, de larga vida útil que constituyen la base sobre la cual se produce la prestación de servicios, considerados necesarios para el desarrollo de fines productivos” (p.75).

2. Personal

Ponce (2002) define que “el personal es la persona que se desempeña en un cargo determinado realizando tareas sobresalientes, desarrolladas en una oficina con cualidades intelectuales y la cual recibe un salario a cambio” (p.20).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?

1.4.2. Problemas específicos

- a) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- b) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- c) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?

- d) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- e) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- f) ¿Cómo estará estructurado un plan de estrategias orientadas a la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación teórica

La justificación teórica de la investigación estuvo fundamentada en la teoría de la administración científica de Taylor y el modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry, los cuales mencionan que para brindarle un servicio de calidad a los clientes el personal debe conocer el campo en el que labora a través del cumplimiento adecuado y correcto de sus funciones, las cuales ayudarán a que la tarea se realice con eficiencia para atender las necesidades de los usuarios. Para ello se debe contar con el personal idóneo y se debe seguir ciertos pasos: seleccionar al trabajador, capacitarlo e instruirlo y presentarle los procesos que se deben efectuar. La percepción que tiene el cliente al distinguir el trato y el desenvolvimiento del personal es fundamental para que este se sienta satisfecho y pueda convertirse en un cliente fiel a la organización. Por lo tanto el trabajo conjunto del personal se va a ver reflejado en la concurrencia de clientes que vayan a adquirir el servicio. Por consiguiente, permitirá que a la empresa ofrecer un servicio de calidad y establecer estrategias de sostenibilidad que permitan que la organización permanezca en el mercado.

1.5.2. Justificación metodológica

La investigación tuvo como instrumento un cuestionario elaborado con 19 ítems bajo la escala de Likert de acuerdo a las dimensiones de las variables con 5 valores: nunca (N), casi

nunca (CN), a veces (AV), casi siempre (CS) y siempre (S); la cual fue realizada a 25 clientes corporativos que adquieren el servicio courier de manera diaria.

La investigación fue de tipo aplicada debido a que realizó una base de datos para la realización de análisis estadísticos, elaborando tablas y figuras para la obtención de los resultados. El nivel de investigación fue descriptivo correlacional ya que se presentará una descripción minuciosa de la realidad problemática de un acontecimiento real en la organización, y es correlacional mediante que el disertación se buscó conocer la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Forwarding Perú S.A.C, Callao 2018, y es de nivel técnica puesto que se aplicó dentro de la organización los conocimientos adquiridos para dar solución a la problemática. El diseño de la investigación fue pre experimental puesto que no habrá manipulación de ninguna de las variables en este estudio.

1.5.3. Justificación práctica

La presente indagación de la gestión administrativa y la calidad de servicio permitieron a la organización dar a conocer los indicadores en donde estaban presenciándose dificultades en la exposición de los procesos de los envíos en las instalaciones y el conocimiento de los puntos donde se ubica la empresa. La empresa debe brindar capacitaciones constantes a los colaboradores para que estos puedan brindar un servicio de calidad y sobre todo que inspire confianza. La organización deberá plantear estrategias de sostenibilidad, considerando que la perceptiva que tienen los clientes acerca del servicio courier es buena, pero se debe seguir trabajando en mejorar y permanecer en el rubro de mensajería.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

HG: Existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

1.6.2. Hipótesis específicas

H₁: Existe relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₂: Existe relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₃: Existe relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₄: Existe relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₅: Existe relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₆: Existe cambios en la organización mediante un plan de estrategias orientadas a la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

a) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

- b) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- c) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- d) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- e) Determinar la relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- f) Proponer un plan de estrategias orientadas a la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de la investigación

2.1.1. Método de investigación

La indagación se realizó con el método hipotético deductivo, puesto que parte de supuestos de investigación con el objetivo de dar explicación a acontecimientos encontrados en la realidad de las cuales el horizonte del estudio se podrá verificar con la veracidad o falsedad de las mismas. Bernal (2006). “el método hipotético–deductivo consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos” (p. 56).

El enfoque utilizado fue el cuantitativo materializado propósito la recolección de datos, acudiendo al análisis estadístico. Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4).

2.1.2. Nivel de la investigación

El nivel de investigación fue descriptivo-correlacional porque buscaba detallar las características de las variables a estudiar y la relación que existe entre la gestión administrativa (variable 1) y la calidad de servicio (variable 2). Salkind (1999) manifiesta que una investigación es correlacional cuando se proporciona indicios de la relación que podría existir entre dos o más variables, y técnica debido a que aplica en la organización los conocimientos adquiridos. Fernández (2000) el nivel técnico incluye el discernimiento relacionado con la vía, uso y creación de los métodos de elaboración y/o de la tecnología asociada a los bienes.

2.1.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue aplicada ya que busco desarrollar alternativas de solución a un problema general en un determinado tiempo y espacio. Tomayo (2015) determinó que “La

investigación lo que nos dice es que todo el conocimiento que vamos obteniendo tiene la finalidad de buscar y consolidar este para luego aplicarlos. Con la investigación técnica, a partir del conocimiento obtenido con la investigación de tipo aplicada se buscará crear productos, procedimientos, estrategias, etc.

2.1.4. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental - transversal, al no manipularse la variable independiente y respecto a su eventualidad, fue transversal, ya que se recogieron datos en un determinado instante y en un período específico, su finalidad fue detallar las variables, y examinar su influencia en un momento único.

Toro y Parra (2006) “Las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no pueden influir sobre ellas porque ya sucedieron al igual que sus efectos” (p.158).

También fue transversal, Toro y Parra (2006) “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.158).

2.2. Variable, Operacionalización

En esta investigación encontraremos dos variables de estudio; la variable independiente “Gestión administrativa” y la variable dependiente “Calidad de servicio”.

2.2.1. Variable

A continuación se presenta en la Tabla 2.2.1.1 las variables a investigar en la presente investigación:

Tabla 2.2.1.1

Variables en estudio

VARIABLES	
Variable 1	Gestión administrativa
Variable 2	Calidad de servicio

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2 Operacionalización de Variables

A continuación se presenta en la Tabla 2.2.2.1 la matriz de operacionalización de variables:

Tabla 2.2.2.1.

Operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICION
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Según Anzola (2002) indica que “Consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control” (p.70).	La variable 1 (Gestión administrativa) se medirá mediante la dimensiones planeación, organización, dirección y control en una encuesta de 9 ítems.	Planeación	Planeación estratégica	1	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				Planeación táctica	2		
				Planeación operativa	3		
			Organización	Recursos	4		
				Estructura	5		
			Dirección	Liderazgo	6		
				Motivación	7		
			Control	Desempeño	8		
				Evaluación	9		
CALIDAD DE SERVICIO	Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (2014), “Es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer necesidades expresadas o latente de los clientes”.	Se elaborará una encuesta con 10 ítems para medir las siguientes dimensiones: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.	Fiabilidad	Compromiso	10	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				Profesionalismo	11		
					12		
			Capacidad de respuesta	Satisfacción de necesidades	13		
					14		
			Seguridad	Garantía	15		
				Atención al cliente	16		
					17		
			Elementos tangibles	Infraestructura	18		
	Personal	19					

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La indagación se llevó a cabo en el distrito del Callao, en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, tomando en cuenta a las personas que se encuentran encargadas de la coordinación de los envíos en las diferentes empresas a las que se les brinda el servicio courier. Carrasco (2005), población “es el conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado, con algunas característica común observable y medible” (p.2).

2.3.2. Muestra

El trabajo de investigación presentó una población pequeña por lo que será censal y estuvo formada por 25 clientes corporativos que asisten a la empresa. Según Vivanco (2005) determina que una muestra censal es un muestreo aleatorio o probabilístico en la que involucra a toda la población a la cual se va a encuestar o a realizar el estudio.

2.3.3. Muestreo

El tipo de muestreo de la investigación es no probabilístico porque no se calculó el tamaño de la muestra representativa de los usuarios .Malhotra (2004) “El investigador puede decidir de manera arbitraria o consciente que elementos incluir en la muestra” (p.320). Las muestras no probabilísticas pueden arrojar buenos estimados de las características de la población, ya que se encuentra basada en el juicio del investigador más que en la conformidad de elegir los elementos de muestra.

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

2.4.1. Técnica de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta dirigida a los usuarios corporativos de la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, con el objetivo de evaluar las respuestas.

Tamayo y Tamayo (2008), “La encuesta es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.” (p.24).

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

Arias (2006) define al “instrumento de recolección de datos como cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital) que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (p.69).

El instrumento a utilizarse para este caso es el cuestionario, como mencionan el autor citado anteriormente, es una herramienta muy popular, además de muy confiable y sencilla para los fines que requerimos. Esto permitirá recolectar la información necesaria de los clientes de la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A. con mayor facilidad.

Tabla 2.4.2.1.

Estructura dimensional de las variables de estudio

Variable	Dimensión	Ítem
Gestión administrativa	Planeación	1- 3
	Organización	4-5
	Dirección	6-7
	Control	8-9
Calidad de servicio	Fiabilidad	10-12
	Capacidad de respuesta	13-14
	Seguridad	15
	Empatía	16-17
	Elementos tangibles	18-19

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, para la encuesta se utilizó una escala gramática de Nunca, Casi Nunca, A veces, Casi Siempre y Siempre, en la tabla 2.4.2.2 se muestra la estructura de forma detallada.

Tabla 2.4.2.2.*Puntuación de Ítems en la escala de Likert*

Puntuación	Denominación	INICIAL
1	Nunca	N
2	Casi Nunca	CS
3	A veces	AV
4	Casi Siempre	CS
5	Siempre	S

Fuente: Namakforoosh (2000, p.518).

2.4.3. Validez

El instrumento de investigación fue sujeto a juicio de los siguientes expertos que a continuación se muestra en la Tabla 2.4.3.1, quienes se encargaron de revisar minuciosamente el contenido del instrumento donde arrojó con el calificativo de aplicable:

Tabla 2.4.3.1*Validación de expertos*

N°	Experto	Calificación Instrumento	Especialidad
Experto 1	MSc. Mairena Fox, Liliana Petronila	Sí cumple	Investigador
Experto 2	Dr. Iván Tantalean Tapia	Sí cumple	Investigador
Experto 3	Dr. Teodoro Carranza Estela	Sí cumple	Investigador

Fuente: Elaboración propia.

2.4.4. Confiabilidad

Para evaluar la confiabilidad del instrumento de investigación, se sometió a la encuesta a una evaluación de medición de la fiabilidad del Alfa de Cronbach.

Sampieri (2010) define que “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales (p. 277).

A continuación, se presenta en la Tabla 2.4.4.1 el resumen de procesamiento de casos a desarrollar en el presente trabajo.

Tabla 2.4.4.1.*Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	25	100,0

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS

A continuación, se presenta en la Tabla 2.4.4.2 para medir el estadístico de fiabilidad y la Tabla 2.4.4.3 para medir los parámetros del coeficiente del alfa de Cronbach que se ejecutó en la presente investigación:

Tabla 2.4.4.2*Estadístico de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,854	25

Fuente: Elaborado en base a los resultados del SPSS**Tabla 2.4.4.3.***Medias para evaluar valores de los coeficientes de 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).

De acuerdo a los parámetros de medición del coeficiente del Alfa de Cronbach según la Tabla 2.4.4.3, el instrumento de medición alcanzó el valor de 0,854 teniendo una fiabilidad de bueno para los datos recogidos a través de las preguntas formuladas.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para la investigación se utilizó el análisis estadístico, donde se procesaron los datos en el programa Excel y SPSS versión 24 representados por tablas y figuras con su respectivas interpretación, llevándose a cabo la prueba de hipótesis. Se empleó el método cuantitativo en

el cual se planteó la estadística descriptiva, aplicando frecuencias y porcentajes para analizar la conducta de las variables. Se utilizó la prueba de normalidad de Shapiro Wilk en donde se pudo conocer que se acepta la hipótesis nula, que si existe relación entre la variable (1) gestión administrativa y la variable (2) calidad de servicio.

2.6. Aspectos éticos

Los juicios éticos que se tomaran en cuenta para la indagación están estipulados de la siguiente manera:

a. Consentimiento informado

A los participantes se les proporcionó información acerca del estudio. Así mismo, se les hizo de su conocimiento el compromiso de confiabilidad, asegurándoles que la información que se brindaría sería utilizada para el desarrollo de la investigación.

b. Confidencialidad

Se le informo a los encuestados acerca de la confiabilidad y protección de identidad como fuente principal de información.

c. Observación participante

La investigación se ejecutó con juicio durante la realización del proceso de recolección de datos, admitiendo la responsabilidad ética y la interacción entre los participantes del estudio.

III. RESULTADOS

3.1. Prueba de normalidad

Para realizar la distribución normal se realiza el cálculo:

Si $n < 30$ entonces se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro Wilk.

H₀: Los datos tienen distribución normal (datos paramétricos).

H₁: Los datos no tienen distribución normal (datos no paramétricos)

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 ejecutó el análisis de los datos con el software estadístico SSPS 24, con una muestra de 25 encuestados el cual presentó el siguiente resultado como se muestra en la tabla 3.1.1

Tabla 3.1.1

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
V1_GESTION ADMINISTRATIVA	,767	25	,000
V2_ CALIDAD DE SERVICIO	,581	25	,000

Fuente: Software estadístico SSPS 24.

Interpretación

Variable: Gestión administrativa

El siguiente cuadro presenta un SIG de 0,000, siendo menor al 0,05; por lo tanto, se acepta la H₁ (hipótesis alterna) rechazando la H₀ (hipótesis nula), por su distribución que no es normal, considerando la prueba no paramétrica (Rho de Spearman).

Variable: Calidad de servicio

El siguiente cuadro presenta un SIG de 0,000, siendo menor al 0,05, por lo tanto se acepta la H1 (hipótesis alterna) rechazando la H0 (hipótesis nula), por su distribución que no es normal, considerando la prueba no paramétrica (Rho de Spearman).

3.2. Análisis de los resultados estadísticos

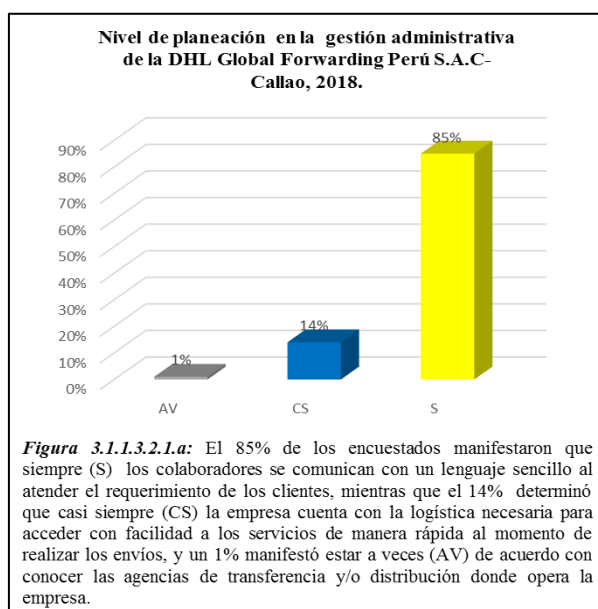
3.2.1. Resultados por dimensión

Tabla 3.2.1.1.a

Nivel de planeación en la gestión administrativa de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
PLANEACIÓN	64	4	1	0	0	25
	85%	14%	1%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.



Análisis

El 85% de los encuestados manifestaron que siempre (S) los colaboradores emplean un lenguaje sencillo para dirigirse a los clientes, facilitando la interacción entre el operador y el usuario para realizar el proceso con rapidez y de forma satisfactoria. Alcaide (2015) nos define que los colaboradores deben ser viables y deben comunicarse adecuadamente con claridad utilizando una expresión

espontánea para ayudar al segmento de interés a facilitar la búsqueda minuciosa sobre las prestaciones, su valor y el buen desempeño de sus labores (p. 61). Es por ello que la relación colaborador-cliente es importante para poder lograr la satisfacción del usuario y motivar el regreso del mismo al establecimiento con la finalidad de fidelizar al cliente a la organización. El 14% de los encuestados manifestó que casi siempre (CS) la empresa cuenta con la logística necesaria para acceder con facilidad a los servicios de manera rápida al momento de realizar los envíos. Arada (2015) señala que el operador logístico utiliza sus propios

métodos, sistemas y recursos para realizar el proceso (p.102). La empresa DHL Global Forwarding S.A.C debería realizar de manera mensual la planificación de sus requerimientos logísticos para poder realizar satisfactoriamente la operación sin ningún contra tiempo para el operador como para el cliente cumpliendo el ciclo de tiempo de la entrega del envío. El 1% de los encuestados manifestaron estar a veces (AV) de acuerdo con el conocimiento de las agencias de transferencia y/o distribución donde opera la organización en un corto plazo, por tal motivo se debe hacer uso de la publicidad a través de volantes, vídeos en internet y redes sociales mostrando de manera simplificada los centros de atención. El punto estratégico dónde se podrían hacer publicidad a través de volantes sería a las afueras de Aduanas y/o alrededores.

Tabla 3.2.1.2.b

Interpretación de los componentes de la brecha de gestión administrativa.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)	EVENTO ESPERADO
1%	A VECES	CORTO PLAZO	1% REGULAR ESFUERZO	0,01

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.1.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la gestión administrativa.

PORCENTAJE	TEORIA																		
100%	Hitt (2006) La planeación implica calcular las condiciones y las circunstancias futuras, y con base en esas estimaciones, tomar decisiones sobre qué trabajo debe realizar el administrador y todos aquellos que están bajo su responsabilidad.																		
ELABORACIÓN DE UN PLAN PUBLICITARIO PARA EL ÀREA DE MARKETING.																			
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="873 478 1064 510">ACTIVIDADES</th> <th data-bbox="1556 478 1904 510">MEDIOS DE VERIFICACION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="504 526 1131 558">1. Elaboración de diseños, spot publicitario y contenido.</td> <td data-bbox="1680 526 1780 558">Diseños</td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 558 1467 742">2. Elaboración de requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> - Volante : tipo de letra, colores, imágenes, calidad de papel y contenido - Vídeos en internet: personajes, cronometraje, espacio, locación, vestimenta, situaciones, entre otros. - Redes sociales : fanpage, nombre, colores, contenido, imágenes, centros de distribución </td> <td data-bbox="1579 646 1881 678">Informe de requerimientos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 742 1467 774">3. Elaboración de presupuesto de publicidad a través de afiches, redes sociales e internet.</td> <td data-bbox="1657 742 1803 774">Presupuesto</td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 774 1064 805">4. Cotización en entidades de publicidad y diseño.</td> <td data-bbox="1601 774 1859 805">Formato de cotización</td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 805 896 837">5. Elección de la mejor propuesta.</td> <td data-bbox="1657 805 1803 837">Evaluación</td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 837 828 869">6. Comentarios del experto.</td> <td data-bbox="1590 837 1870 869">Análisis y requerimientos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 869 806 901">7. Muestra de los diseños.</td> <td data-bbox="1624 869 1836 901">Informe de diseños</td> </tr> <tr> <td data-bbox="504 901 963 933">8. Lanzamiento de la publicidad masiva.</td> <td data-bbox="1668 901 1792 933">Publicidad</td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION	1. Elaboración de diseños, spot publicitario y contenido.	Diseños	2. Elaboración de requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> - Volante : tipo de letra, colores, imágenes, calidad de papel y contenido - Vídeos en internet: personajes, cronometraje, espacio, locación, vestimenta, situaciones, entre otros. - Redes sociales : fanpage, nombre, colores, contenido, imágenes, centros de distribución 	Informe de requerimientos	3. Elaboración de presupuesto de publicidad a través de afiches, redes sociales e internet.	Presupuesto	4. Cotización en entidades de publicidad y diseño.	Formato de cotización	5. Elección de la mejor propuesta.	Evaluación	6. Comentarios del experto.	Análisis y requerimientos	7. Muestra de los diseños.	Informe de diseños	8. Lanzamiento de la publicidad masiva.	Publicidad
ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION																		
1. Elaboración de diseños, spot publicitario y contenido.	Diseños																		
2. Elaboración de requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> - Volante : tipo de letra, colores, imágenes, calidad de papel y contenido - Vídeos en internet: personajes, cronometraje, espacio, locación, vestimenta, situaciones, entre otros. - Redes sociales : fanpage, nombre, colores, contenido, imágenes, centros de distribución 	Informe de requerimientos																		
3. Elaboración de presupuesto de publicidad a través de afiches, redes sociales e internet.	Presupuesto																		
4. Cotización en entidades de publicidad y diseño.	Formato de cotización																		
5. Elección de la mejor propuesta.	Evaluación																		
6. Comentarios del experto.	Análisis y requerimientos																		
7. Muestra de los diseños.	Informe de diseños																		
8. Lanzamiento de la publicidad masiva.	Publicidad																		
1%																			
A VECES																			
14% + 85%																			
CASI SIEMPRE	ALIADOS																		
+																			
SIEMPRE																			

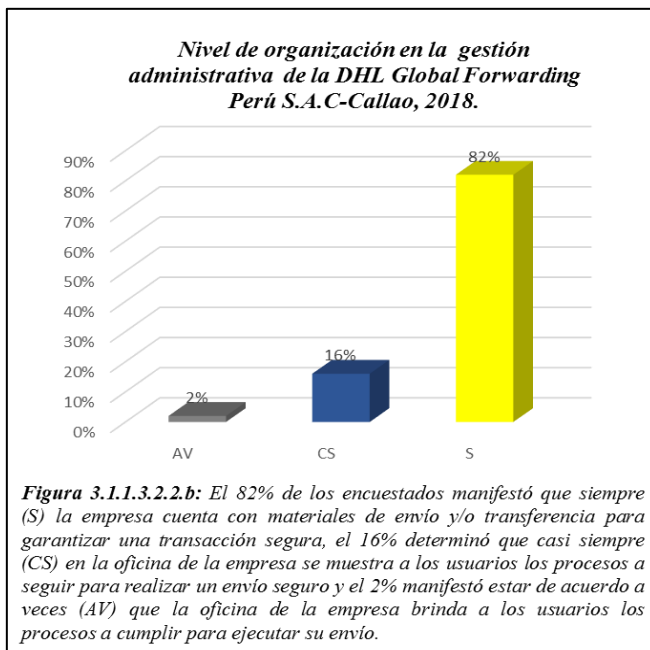
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.2.1.a

Nivel de organización en la gestión administrativa de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
ORGANIZACIÓN	41	8	1	0	0	25
	82%	16%	2%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.



Análisis

El 82% de los encuestados manifestaron que siempre (S) la empresa cuenta con los materiales de envío y/o transferencias para garantizar una transacción segura. Lamata (1998) define a los recursos materiales como aquellos que incluyen desde las áreas materiales, pasando por los artefactos y las materias primas, hasta el presupuesto para lavado y mantenimiento de las

dependencias (p.350). DHL cuenta con los recursos materiales al momento de recepcionar los envíos como por ejemplo: sobres, feel, cintas, papel térmico, pistolas led, computadoras, stickers, lokers de distribución por provincias, entre otros. Asegurándole al cliente el envío seguro de su paquete y/o sobre con las condiciones de seguridad necesarias hacia su destino. Recursos que creemos secundarios son los que le dan confianza y tranquilidad al usuario. EL 16% de los encuestados manifiesta que casi siempre (CS) en la oficina de la empresa se muestra a los usuarios los procesos a seguir para realizar un envío seguro. Es importante, que como recurso visual en las instalaciones se muestren de manera sencilla y gráfica el proceso que debe seguir el cliente desde que inicia el servicio con la recepción del sobre o paquete hasta que es recepcionado por el consignatario para concretar el servicio. Esto contribuirá a que el usuario tenga una visión global del procedimiento a realizarse el cual lo ayudará a orientarse. Así mismo, se evita que el cliente se sienta ajeno a la cultura de la organización. Mientras que el 2% de los encuestados manifestó que a veces (AV) ocurre esto.

Tabla 3.2.2.2.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la gestión administrativa

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
2%	A VECES	CORTO PLAZO	2%	REGULAR ESFUERZO	0,02

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.2.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la gestión administrativa.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Hitt (2006) La organización implica reunir los recursos de manera sistemática y poner atención a la estructura de relaciones entre los puestos y los individuos.	
FORTALECER LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
2%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Invitar a los colaboradores a una reunión para realizar una retroalimentación acerca de los procesos y procedimientos institucionales. 2. Entrega de material informativo con representaciones gráficas. 3. Conversatorio con el jefe a cargo. 4. Explicación de los eslabones de cada actividad. 5. Aplicación del feedback. 6. Impresión del proceso de envío courier. 7. Instalación de la gráfica en la recepción de envíos. 	Carta de invitación
A VECES		Manual de procedimientos
		Lista de asistentes
		Diapositivas
		Examen de rendimiento
		Procesos
		Recurso visual
16% + 82%	ALIADOS	
CASI SIEMPRE		
+		
SIEMPRE		

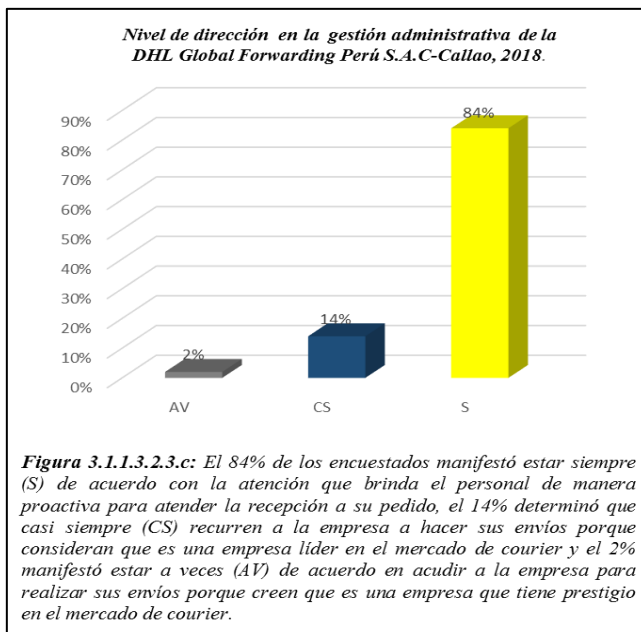
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

Tabla 3.2.3.1.a

Nivel de dirección en la gestión administrativa de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
DIRECCIÓN	42	7	1	0	0	25
	84%	14%	2%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.



Análisis

El 84% de los encuestados manifestaron estar siempre (S) de acuerdo con la atención que brinda el personal de manera proactiva al momento de atender el pedido de los clientes. Prieto (2016) el clima y la cultura proactiva en una empresa es una inversión a largo plazo porque fortalece el arma competitiva (p.20). DHL Global Forwarding ve a la proactividad en sus colaboradores

cuando estos identifican los requerimientos de los clientes de manera rápida y sencilla, lo cual les permite brindar respuestas inmediatas buscando resolver las dudas e interrogantes de los usuarios. Los colaboradores identifican las necesidades y establecen estrategias para dar solución a los inconvenientes que se presentan de forma repentina, logrando satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Por otro lado el 14% de los encuestados manifiesta que casi siempre (CS) recurren a la empresa a hacer sus envíos porque consideran que es una organización reconocida en el mercado de courier. El prestigio que mantiene DHL se debe a los usuarios y al servicio adecuado que reciben por parte de los colaboradores haciendo que se sientan parte de la organización, estableciendo estándares de calidad de servicio, manteniendo contentos a los clientes. Mientras que el 2% de los encuestados manifiestan estar a veces (AV) de acuerdo en acudir a la empresa a realizar sus envíos porque creen que es una empresa que tiene prestigio en el mercado de courier.

Tabla 3.2.3.2.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la gestión administrativa.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
2%	A VECES	CORTO PLAZO	2%	REGULAR ESFUERZO	0,02

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.3.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la gestión administrativa.

PORCENTAJE		TEORIA	
100%		Hitt (2006) Es el proceso de intentar influir en otras personas para alcanzar los objetivos organizacionales, interactuando con ellos de manera eficaz en situaciones colectivas y comunicándose de forma estimulante sobre los esfuerzos para cumplir las tareas.	
FORTALECER LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.			
		ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
2%		1. Inculcar valores en los clientes, mientras más visitas tenga a la organización el cliente podrá adoptar la filosofía institucional.	Concurrencia de órdenes de servicio
		2. Participar en actividades de responsabilidad social.	Programas sociales
		3. Establecer precios competitivos frente a los de la competencia.	Precios promedio
A VECES		4. Diversificación de servicios (envíos de sobres, paquetes y carga).	Tipos de servicio
		5. Generar valor agregado al servicio (Merchandising)	Encuesta de satisfacción
		6. Establecer compromiso con el ambiente.	Campañas de sembrado
14% + 84%			
CASI SIEMPRE		ALIADOS	
+			
SIEMPRE			

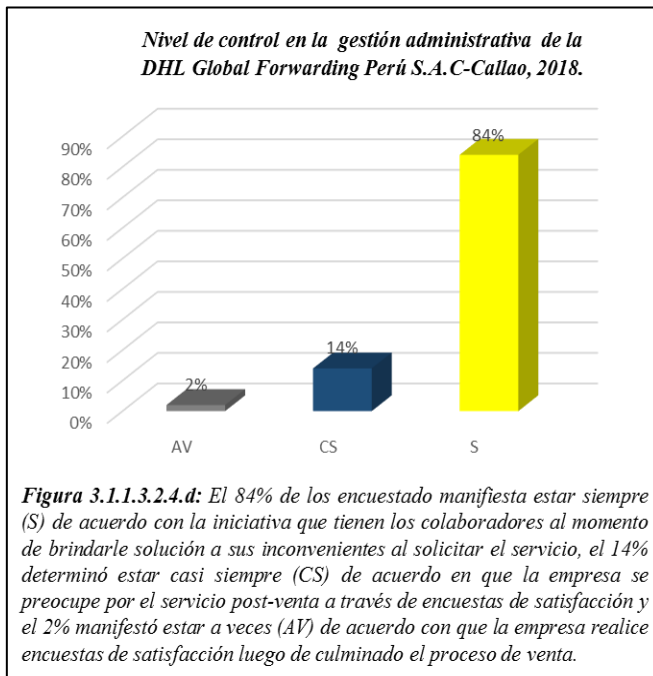
Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

Tabla 3.2.4.1.a

Nivel de control en la gestión administrativa de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
CONTROL	42	7	1	0	0	25
	84%	14%	2%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

El 84% de los encuestados manifiestan estar siempre (S) de acuerdo con la iniciativa que tienen los colaboradores al momento de brindarle solución a sus inconvenientes al solicitar el servicio. Varo (1994) define que se debe implicar al colaborador en la solución de los inconvenientes que le impiden realizar bien sus labores y en la mejora de los métodos más apropiados para optimizar la producción (p.417). DHL

ha entrenado y capacitado al personal para que cuando se presente un problema de inmediato se pueda aplicar un plan de contingencia. Entre los problemas que se pueden presentar en DHL son los siguientes: demora de la salida del envío por vía aérea o terrestre, el clima, confusión de valijas, entre otros. La finalidad de los planes de contingencia y de la respuesta del colaborador es tener como objetivo contrarrestar cualquier inconveniente que pueda perjudicar tanto al cliente como a la empresa. Por otro lado el 14% de los encuestados manifiesta estar casi siempre (CS) de acuerdo en que la empresa se preocupe por el servicio post-venta a través de encuestas de satisfacción, es importante para la organización saber cuan satisfechos se encuentran los clientes, a través de la información que se percibe de las encuestas se puede partir para el planteamiento de estrategias que contribuyan a la fidelización de los clientes. Mientras que el 2% de los encuestados manifestó que a veces (AV) la empresa realiza encuestas de satisfacción luego de culminando el proceso.

Tabla 3.2.4.2.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la gestión administrativa.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
2%	A VECES	CORTO PLAZO	2%	REGULAR ESFUERZO	0,02

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.4.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la gestión administrativa.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Hitt (2006) Consiste en regular el trabajo de quienes un administrador es responsable, incluyendo el establecimiento anticipado de estándares de desempeño, supervisión continua y, de manera significativa la evaluación.	
ESTABLECER UN PLAN TÁCTICO PARA LOGRAR LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO.		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
2%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de necesidades del usuario a través de la encuesta. 2. Dar a conocer el servicio courier a través de una carta de presentación. 3. Presentar la plantilla de tipos de servicio. 4. Presentar el tarifario de precios y/o promociones según el tipo de servicio. 5. Presentar los tipos de transporte: aéreo o terrestre, por cuales se hará el envío. 6. Conformidad del servicio a través de la orden de servicio. 7. Llamada de conformidad de la adquisición del servicio. 	<p>Encuesta</p> <p>Carta de presentación</p> <p>Plantilla</p> <p>Tarifario</p> <p>Plantilla</p> <p>Orden de servicio</p> <p>Llamada telefónica</p>
A VECES		
14% + 84%		
CASI SIEMPRE	ALIADOS	
+		
SIEMPRE		

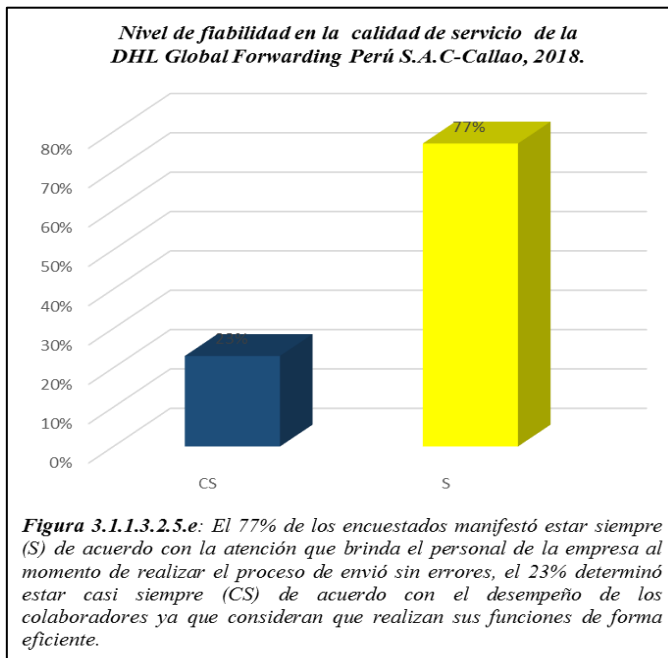
Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

Tabla 3.2.5.1.a

Nivel de fiabilidad en la calidad de servicio de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
FIABILIDAD	58	17	0	0	0	25
	77%	23%	0%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

El 77% de los encuestados manifiestan estar siempre (S) de acuerdo con la atención que brinda el personal de la empresa al momento de realizar el proceso de envío sin errores. Granica (2004) puntualiza que la competencia actual de la organización obliga a reconocer a una petición rigurosa con planes libres de errores. La empresa DHL Global Forwarding ha capacitado de

manera correcta a sus colaboradores en donde cada uno demostró sus habilidades y destrezas para trabajar bajo presión y sobre todo para resolver problemas que se presentan de manera imprevista. Los errores no son habituales en la organización, ya que si ocurriese alguno contrarrestaría mérito al operador y perjudicaría al proceso de envío, ocasionando contratiempos e incumplimiento del servicio. Es por ello que los operarios al atender un requerimiento deben ser cuidadosos al realizar la operación, ya que enmendar el error tomaría tiempo y se ocasionaría un cuello de botella en los turnos de atención. Por otro lado el 23% de los encuestados manifiesta que estar casi siempre (CS) de acuerdo con el desempeño de los colaboradores que realizan sus funciones de forma eficiente, ya que se preocupan por brindar un servicio de excelencia que sobrepase las expectativas del cliente con el objetivo de que el usuario retorne a la organización por un nuevo servicio courier.

Tabla 3.2.5.2.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la calidad de servicio

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
23%	CASI SIEMPRE	MEDIANO PLAZO	23%	REGULAR ESFUERZO	0,23

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.5.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la calidad de servicio.

PORCENTAJE	TEORIA
100%	Carrasco (2013) Habilidad para realizar el servicio de modo preciso y fiable.
REFORZAR LAS HABILIDADES BLANDAS DE LOS COLABORADORES PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.	
	ACTIVIDADES
	MEDIOS DE VERIFICACION
23%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convocar a un taller en habilidades blandas dirigida a los colaboradores para mejorar la atención al cliente. 2. Ejecutar dinámicas situacionales. 3. Planteamiento de casuísticas buscando formas de solucionarlas. 4. Retroalimentación de las actividades que se deben realizar. 5. Meta mensual: Medir el nivel de satisfacción del cliente, a través del desempeño del colaborador por quien fue atendido.
CASI SIEMPRE	
77%	ALIADOS
SIEMPRE	

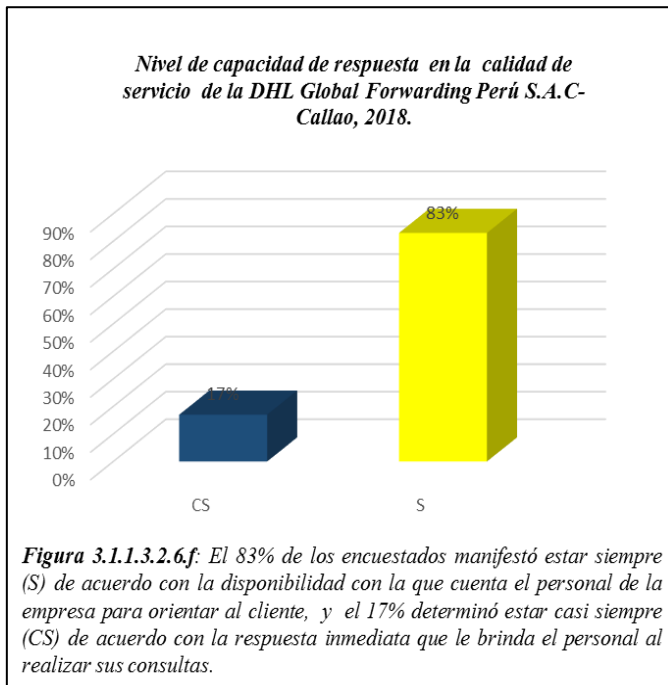
Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

Tabla 3.2.6.1.a

Nivel de capacidad de respuesta en la calidad de servicio de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
CAPACIDAD DE RESPUESTA	62	13	0	0	0	25
	83%	17%	0%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

El 83% de los encuestados manifiestan estar siempre (S) de acuerdo con la disponibilidad con la que cuenta el personal de la empresa para orientar al cliente. Keith (1991) manifiesta que el éxito de las empresas radica en quienes conocen a sus clientes, las que consiguen conservar la capacidad de respuesta y la fiabilidad son capaces de seguir sabiendo lo que quieren los clientes, y como es que la empresa le puede

dar respuesta (p. 65). La empresa DHL Global Forwarding sabe que el punto clave está en conocer al cliente saber que lo mantiene contento y por otro lado que es lo que le disgusta para ello es necesario tener información sobre los usuarios a través de la observación. Los operarios perciben muchos factores en el proceso del requerimiento de envío y pueden discutir a ciencia cierta qué es lo que esperan recibir en la adquisición del servicio. Mientras que el 17% de los encuestados determinó que casi siempre (CS) está de acuerdo con la respuesta inmediata que le brinda el personal al momento de realizar sus consultas. En la actualidad los clientes son cada vez más exigentes por ello se debe cumplir con las expectativas que tienen los usuarios para que estos se sientan a gusto con el servicio que se les brinda.

Tabla 3.2.6.2.b*Interpretación de los componentes de la brecha de calidad de servicio.*

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
17%	CASI SIEMPRE	MEDIANO PLAZO	17%	REGULAR ESFUERZO	0,17

Tabla 3.2.6.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la calidad de servicio.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Carrasco (2013) Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.	
IMPLEMENTACIÓN DEL PROCESO DE VENTA BRINDANDÒLE INFORMACIÓN DETALLADA AL CLIENTE.		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
17%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preguntar al cliente el servicio a requerir a través del llenado de la orden de servicio 2. Mostrarle la cartilla de precios de acuerdo al transporte que se va a requerir. 3. Resolver sus dudas: <ul style="list-style-type: none"> - En cuanto tiempo llegará - Si es un servicio regular o urgente cual es la diferencia de horas en entregarse el envío - Se puede recoger el paquete en garita de la empresa. - Existen cobros adicionales, etc. 4. Concretar el servicio courier expresado en la boleta de venta y/o factura. 5. Informar al cliente si el envío llego sin ningún tipo de problema. 	<p>Orden de servicio Plantilla de precios Anotaciones en la libreta</p> <p>Boleta o factura Cargo de conformidad</p>
CASI SIEMPRE		
83%	ALIADOS	
SIEMPRE		

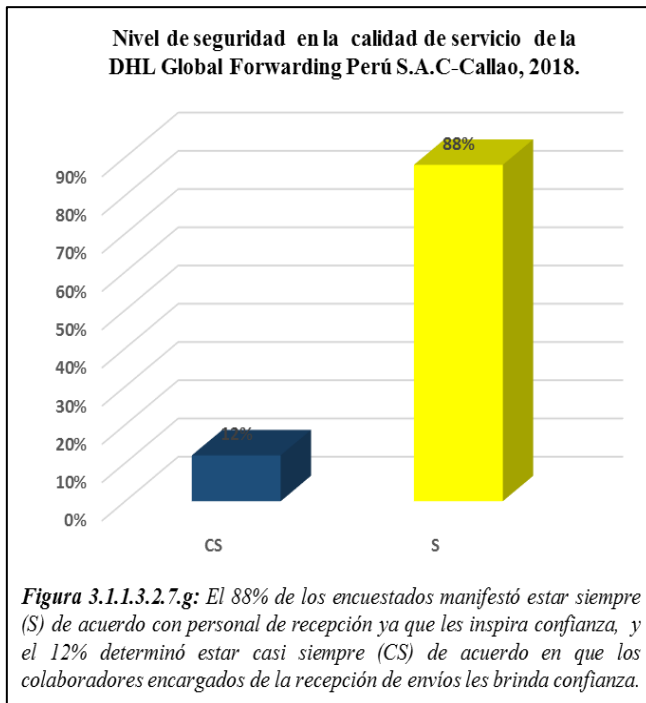
Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

Tabla 3.2.7.1.a

Nivel de seguridad en la calidad de servicio de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
SEGURIDAD	22	3	0	0	0	25
	88%	12%	0%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

El 88% de los encuestados manifestó estar siempre (S) de acuerdo con el personal de recepción ya que les inspira confianza. Cottle (1991) define a la seguridad como una conmoción que tienen los usuarios de que sus inconvenientes están en buenas asistencias, incluyendo el juicio y la actitud de atención que proyecte el colaborador y la capacidad que tenga para generar fe y confianza (p.37). El prestigio que presenta DHL Global

Forwarding le ha permitido dar a sus clientes la seguridad y la confianza frente al servicio que brindan. Lo que los usuarios necesitan es sentirse libres de peligros, riesgos o dudas, necesitan tener la certeza de que su envío llegará sin ningún tipo de problema y sobre todo saber que alguien los cuida y se preocupa por ellos. La identificación del operario tiene mucho que ver con la percepción que se le transmite al cliente, es por ello que los colaboradores se identifican con la vestimenta correspondiente a la institución brindándole al usuario sosiego para confiar en la empresa evitando cualquier tipo de temor al encomendar objetos personales, documentos, entre otras cosas. Mientras que el 12% de los encuestados determinó que casi siempre está de acuerdo en que los colaboradores encargados de la recepción de envíos les brindan confianza.

Tabla 3.2.1.7.b*Interpretación de los componentes de la brecha de la calidad de servicio.*

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
12%	CASI SIEMPRE	MEDIANO PLAZO	12%	REGULAR ESFUERZO	0,12

Tabla 3.2.7.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la calidad de servicio.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Carrasco (2016) Conocimientos y atención mostrados por los empleados y habilidad para generar credibilidad y confianza.	
	ESTABLECER ENTRENAMIENTO A LOS COLABORADORES PARA APLICAR PLANES DE CONTINGENCIA.	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
12%	1. El operador debe saludar con amabilidad al cliente.	Encuesta de satisfacción
	2. El operario debe explicar de forma detallada el proceso del servicio.	Orden de servicio
	3. El operador debe resolver las dudas del cliente con respeto, brindándole la confianza para que haga las preguntas correspondientes sin ningún tipo de temor.	Plantilla de precios y destinos
CASI SIEMPRE	4. El operador debe brindar el folleto de la empresa haciendo énfasis en la señalización de los números telefónicos de atención.	Folletos
	5. El operario debe interactuar con el cliente, con el objetivo de familiarizarlo con el servicio y haciendo de su visita la más agradable.	Encuesta de satisfacción
	6. El operador debe preguntar al cliente la conformidad del servicio.	Boleta de venta
	7. El operario deberá despedirse amablemente.	Encuesta de satisfacción
88%	ALIADOS	
SIEMPRE		

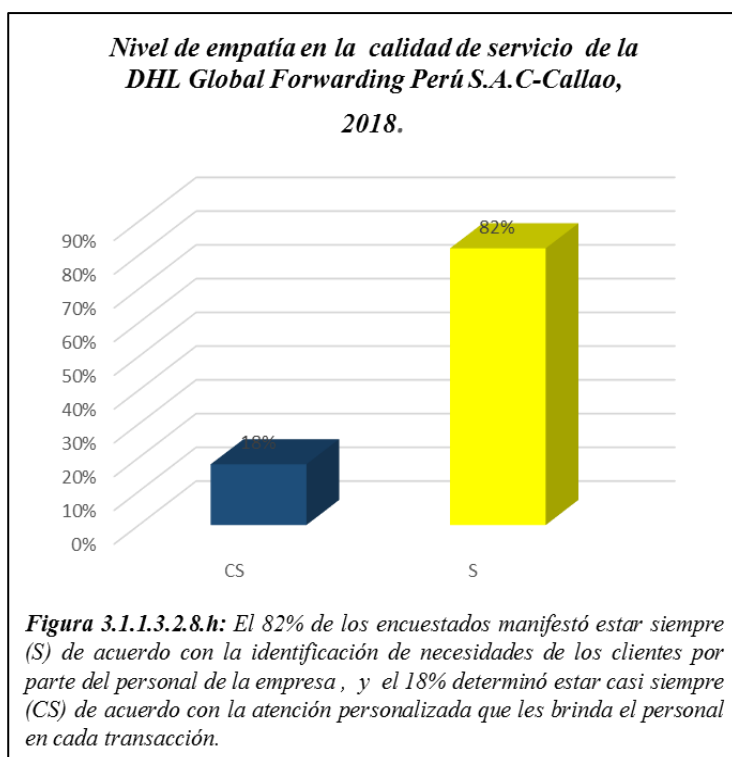
Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

Tabla 3.2.1.8.a

Nivel de empatía en la calidad de servicio de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
EMPATIA	41	9	0	0	0	25
	82%	18%	0%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

El 82% de los encuestados manifiesta estar siempre (S) de acuerdo con la individualización de las carencias de los clientes por parte de la organización. Grande (2005) define que conocer las necesidades de los consumidores y los motivos de compra conduciría a profundizar en sociología o psicología del consumo; las empresas de servicios pueden conocer las necesidades del mercado

basándose en la intuición, aplicando procedimientos de prueba y error, o utilizando técnicas de investigación comercial (p.141). El operador de DHL cuenta con la capacidad de percibir e identificar de manera inmediata la necesidad que posee el cliente, obtiene la habilidad para involucrarse de forma positiva con el requerimiento permitiéndole al usuario expresarse con total tranquilidad sabiendo que el operador entenderá lo que desea recibir. Mientras que el 18% de los encuestados manifiesta que casi siempre (CS) están de acuerdo con la atención personalizada que les brinda el personal en cada transacción. El colaborador no sólo es un miembro más de la institución sino que debe ser instruido para captar la necesidad física y conductual permitiéndose brindar un servicio acorde a la exigencia del cliente. Es importante entender y captar en primera instancia el pedido del cliente para evitar llegar a malos entendidos y que el usuario no se sienta conforme con el servicio.

Tabla 3.2.1.8.b*Interpretación de los componentes de la brecha de la calidad de servicio.*

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
18%	CASI SIEMPRE	MEDIANO PLAZO	18%	REGULAR ESFUERZO	0,18

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta,

Tabla 3.2.1.8.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la calidad de servicio.

PORCENTAJE	TEORIA																		
100%	Carrasco (2013) Capacidad de comprender los deseos de los clientes, mediante un proceso de atención individualizada.																		
EJECUTAR UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL PARA IDENTIFICAR LOS REQUIRIMIENTOS DEL CLIENTE.																			
	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">ACTIVIDADES</th> <th style="text-align: center;">MEDIOS DE VERIFICACION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Convocar a un taller de identificación de necesidades de los clientes, donde se cuente con la participación del área de operaciones y el apoyo de las áreas administrativas.</td> <td>Invitación vía correo electrónico</td> </tr> <tr> <td>2. Temario: Definiciones básicas, tipos de clientes, clasificación de tipo de compras, casuísticas, objetivos, conclusiones.</td> <td>Informe</td> </tr> <tr> <td>3. Desarrollo de dinámica inicial (Conocer los gustos y preferencias de los asistentes).</td> <td>Fotografías, videos</td> </tr> <tr> <td>4. Desarrollo del tema.</td> <td>PPT</td> </tr> <tr> <td>5. Puestas en escena identificando los tipos de consumidores (Racionales, compulsivos, por necesidad, etc.).</td> <td>Fotografías</td> </tr> <tr> <td>6. Planteamiento de objetivos.</td> <td>PPT e informe</td> </tr> <tr> <td>7. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.</td> <td>PPT e informe</td> </tr> <tr> <td>8. Retroalimentación</td> <td>Fotografías</td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION	1. Convocar a un taller de identificación de necesidades de los clientes, donde se cuente con la participación del área de operaciones y el apoyo de las áreas administrativas.	Invitación vía correo electrónico	2. Temario: Definiciones básicas, tipos de clientes, clasificación de tipo de compras, casuísticas, objetivos, conclusiones.	Informe	3. Desarrollo de dinámica inicial (Conocer los gustos y preferencias de los asistentes).	Fotografías, videos	4. Desarrollo del tema.	PPT	5. Puestas en escena identificando los tipos de consumidores (Racionales, compulsivos, por necesidad, etc.).	Fotografías	6. Planteamiento de objetivos.	PPT e informe	7. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.	PPT e informe	8. Retroalimentación	Fotografías
ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION																		
1. Convocar a un taller de identificación de necesidades de los clientes, donde se cuente con la participación del área de operaciones y el apoyo de las áreas administrativas.	Invitación vía correo electrónico																		
2. Temario: Definiciones básicas, tipos de clientes, clasificación de tipo de compras, casuísticas, objetivos, conclusiones.	Informe																		
3. Desarrollo de dinámica inicial (Conocer los gustos y preferencias de los asistentes).	Fotografías, videos																		
4. Desarrollo del tema.	PPT																		
5. Puestas en escena identificando los tipos de consumidores (Racionales, compulsivos, por necesidad, etc.).	Fotografías																		
6. Planteamiento de objetivos.	PPT e informe																		
7. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.	PPT e informe																		
8. Retroalimentación	Fotografías																		
18%																			
CASI SIEMPRE																			
82%	ALIADOS																		
SIEMPRE																			

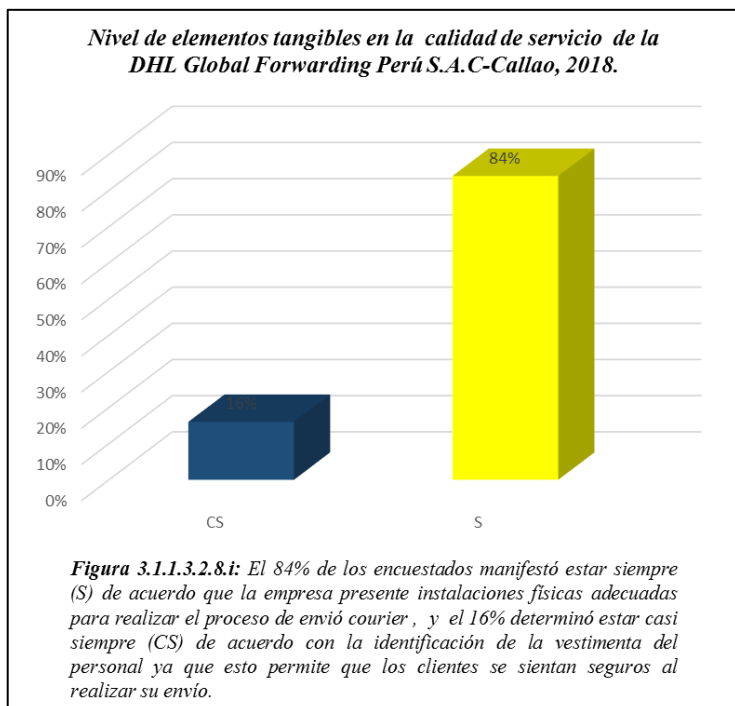
Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

Tabla 3.2.9.1.a

Nivel de elementos tangibles en la calidad de servicio de la DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
ELEMENTOS TANGIBLES	42	8	0	0	0	25
	84%	16%	0%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

El 84% de los encuestados manifiesta estar siempre (S) de acuerdo que la empresa presente instalaciones físicas adecuadas para realizar el proceso de envío courier. Bid (2000) define a las instalaciones físicas como el Conjunto de estructuras de prolongada vida rentable que constituyen la base sobre la cual se produce el servicio, considerado obligatorios para el

progreso de fines productivos (p.20). Las instalaciones físicas tienen relación directa con la productividad de la empresa DHL ya que favorece a la mejora eficaz de las tareas, por otro lado facilitan el trabajo del operador permitiéndole clasificar de manera correcta y adecuada la distribución de los envíos a las diferentes provincias evitando cometer errores y contratiempos. Las estructuras son un elemento tangible que forma parte de la seguridad física tanto del colaborador como del cliente que tiene como objetivo velar por su integridad. Mientras que el 16% manifiesta estar casi siempre (CS) de acuerdo con la identificación de la vestimenta de las personas ya que esto permite los clientes se sientan seguros al realizar el envío con total garantía y confianza.

Tabla 3.2.9.2.b*Interpretación de los componentes de la brecha de la calidad de servicio.*

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
16%	A VECES	MEDIANO PLAZO	16%	REGULAR ESFUERZO	0,16

Tabla 3.2.9.3.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para la sostenibilidad de resultados en la calidad de servicio.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Carrasco (2013) Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y medios de comunicación.	
EJECUTAR UN PROGRAMA DE INSTRUCCIÓN DE VESTIMENTA PARA EL ÀREA OPERATIVA.		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
22%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convocatoria a reunión con los colaboradores de la empresa. 2. Informar que todo el personal deberá usar su vestimenta de identificación haciendo visible el logo de la empresa. 3. El personal debe asegurarse que el cliente reciba su pase de ingreso acompañado de su DNI en físico. 4. El personal debe contar con los materiales físicos esenciales para la realización del servicio: <ul style="list-style-type: none"> - Sticker, cargo térmico, feel, cintas, sobres con el logo de la empresa, boletas, orden de servicio, entre otros. 5. El cliente debe tener visibilidad en la distribución de los lockers clasificados por provincias. 6. La persona encarga de los recojos en instalaciones de las empresas (motorizado) deben presentar su fotocheck para identificase. 	<p>Invitación por correo Lista de asistencia</p> <p style="text-align: center;">Ticket</p> <p>Formato de requerimientos</p> <p style="text-align: center;">Lockers Fotocheck</p>
INDIFERENTES		
30%	ALIADOS	
ACUERDO		

Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

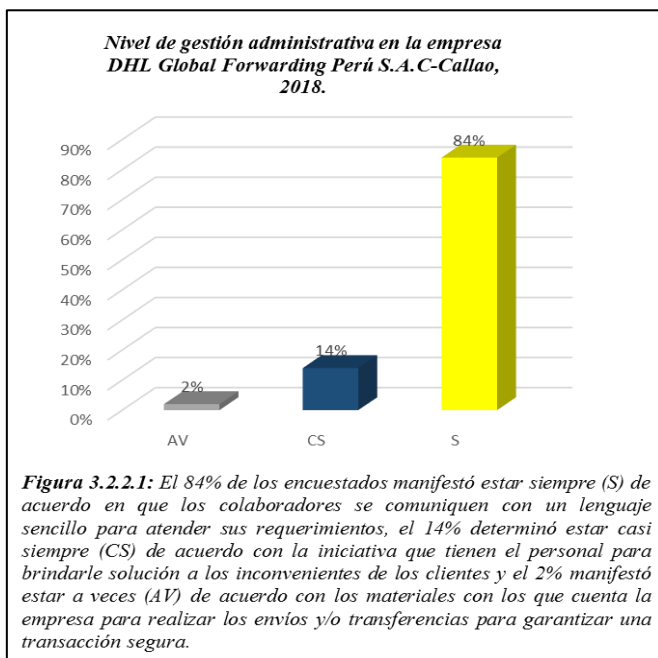
3.2.2. Resultados por variable

Tabla 3.2.2.1

Nivel de gestión administrativa en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	0	0	4	32	189	25
	0%	0%	2%	14%	84%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.



Análisis

El 84% de los encuestados manifestó estar siempre (S) de acuerdo en que los colaboradores se comuniquen con un lenguaje sencillo para atender sus requerimientos, facilitando la interacción entre el operador y el usuario para realizar el proceso con rapidez y de forma satisfactoria. Alcaide (2015) nos define que los colaboradores deben ser viables y deben comunicarse adecuadamente

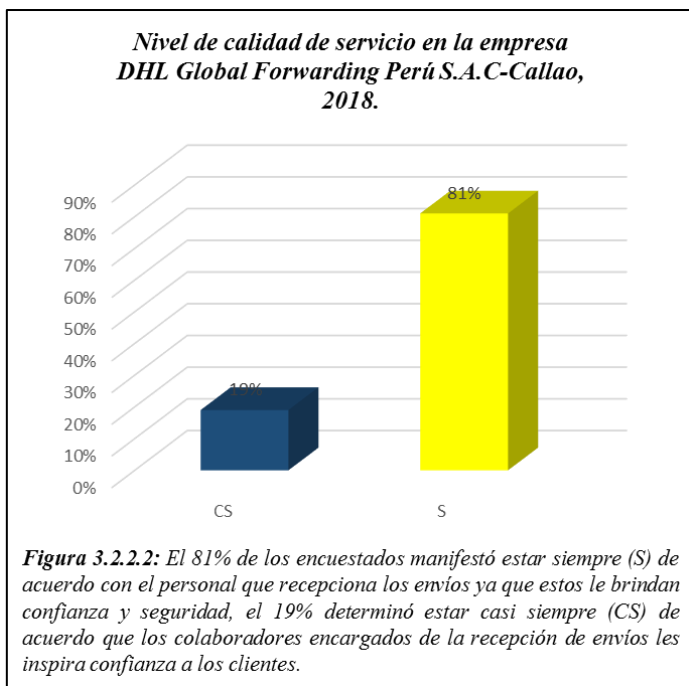
con claridad utilizando una expresión espontánea para ayudar al segmento de interés a facilitar la búsqueda minuciosa sobre las prestaciones, su valor y el buen desempeño de sus labores (p. 61). Es por ello que la relación colaborador-cliente es importante para poder lograr la satisfacción del usuario y motivar el regreso del mismo al establecimiento con la finalidad de fidelizar al cliente a la organización. Por otro lado el 14% de los encuestados determinó estar casi siempre (CS) de acuerdo con la iniciativa que tiene el personal para brindarle solución a sus inconvenientes. DHL ha entrenado y capacitado al personal para que cuando se presente un problema de inmediato se pueda aplicar un plan de contingencia. La finalidad es contrarrestar cualquier inconveniente que pueda perjudicar tanto al cliente como a la empresa. Mientras que el 2% de los encuestados manifestó estar a veces (AV) de acuerdo con los materiales con los que cuenta la empresa DHL para realizar los envíos y/o transferencias para garantizar una transacción segura.

Tabla 3.2.2.2

Nivel de calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A.C-Callao, 2018.

ITEMS	S	CS	AV	CN	N	TOTAL
CALIDAD DE SERVICIO	0	0	0	47	203	25
	0%	0%	0%	19%	81%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

El 81% de los encuestados manifestó estar siempre (S) de acuerdo con el personal que recepciona los envíos ya que estos le brindan confianza y seguridad. Cottle (1991) define a la seguridad como una conmovión que tienen los usuarios de que sus inconvenientes están en buenas asistencias, incluyendo el juicio y la actitud de atención que proyecte el colaborador y la capacidad que

tenga para generar fe y confianza (p.37). El prestigio que presenta DHL Global Forwarding le ha permitido dar a sus clientes la seguridad y la confianza frente al servicio que brindan. Lo que los usuarios necesitan es sentirse libres de peligros, riesgos o dudas, necesitan tener la certeza de que su envío llegará sin ningún tipo de problema y sobre todo saber que alguien los cuida y se preocupa por ellos. La identificación del operario tiene mucho que ver con la percepción que se le transmite al cliente, es por ello que los colaboradores se identifican con la vestimenta correspondiente a la institución brindándole al usuario sosiego para confiar en la empresa evitando cualquier tipo de temor al encomendar objetos personales, documentos, entre otras cosas. Mientras que el 19% de los encuestados determinó estar casi siempre (CS) de acuerdo que los colaboradores encargados de la recepción de envíos les inspira confianza a los clientes.

3.2.3. Resultados de las medidas descriptivas

A continuación en la tabla 3.2.3.1 se determinan los promedios de las variables independiente y dependiente por dimensiones respectivamente.

Tabla 3.2.3.1

Promedios por cada dimensión del test de las variables de investigación

VARIABLE	DIMENSIÓN	Desviación estándar	Promedio	Coficiente Variabilidad
Gestión administrativa	Planeación	0.38	4.84	0.08
	Organización	0.44	4.80	0.09
	Dirección	0.43	4.82	0.09
	Control	0.41	4.82	0.09
	Fiabilidad	0.43	4.77	0.09
Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	0.41	4.80	0.08
	Seguridad	0.33	4.88	0.07
	Empatía	0.39	4.82	0.08
	Elementos tangibles	0.37	4.84	0.08

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

3.2.4. Prueba de hipótesis

1.2.4.1. Prueba de hipótesis general

HG: Existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₀: No existe relación e entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₁: Existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Tabla 3.2.4.1.1.

Cuadro de coeficientes de correlación de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a 0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: *Martínez, 2009*

Presentar la tabla de correlación de variables

Prueba de hipótesis

H₀: R=0; V1 no está relacionada con la V2

H₁: R>0; V1 está relacionada con la V2

Significancia de tabla = 0.05; nivel de aceptación = 95%

Significancia y decisión

Si la Sig.E < Sig.T, entonces se rechaza H_0

Si la Sig.E > Sig.T, entonces se acepta H_0

Tabla 3.2.4.1.2.

Correlación de variables

		Correlaciones		
			Gestión administrativa	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .	,605** ,000
		N	25	25
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,605** ,001	1,000 .
		N	25	25

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

Interpretación:

En la tabla 3.2.4.1.2 del coeficiente de correlación de variables, se observa el valor de 0.605, asumiendo el significado de positiva moderada entre la variable gestión administrativa y la variable calidad de servicio de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman de la tabla 3.2.4.1.1. La significancia asumida es de 0.00 (0.05 de acuerdo a la hipótesis del trabajo) teniendo como resultado el rechazo de la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; por lo tanto, la hipótesis general de trabajo ha quedado demostrada.

3.2.4.2. Prueba de hipótesis específicas

a. Hipótesis Específica (H_{E1})

H_{E1} : Existe relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₀: No existe relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₁: Si existe relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Tabla 3.2.4.1.3

		Correlaciones		
			Gestión administrativa	Fiabilidad
Rho de	Gestión	Coefficiente de correlación	1,000	,481*
Spearman	administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	Calidad de	Coefficiente de correlación	,481*	1,000
	servicio	Sig. (bilateral)	,015	.
		N	25	25

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla 3.2.4.1.3 se observa que existe una correlación de un 0.481 de correlación de Rho de Spearman entre la variable gestión administrativa y la dimensión fiabilidad. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva moderada. La significancia de $p= 0.00$ muestra que p es menor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de los clientes en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

b. Hipótesis Específica (H_{E2})

H_{E2}: Existe relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₀: No existe relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₁: Existe relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Tabla 3.2.4.1.4

		Correlaciones		
			Gestión administrativa	Capacidad de respuesta
Rho de	Gestión	Coeficiente de correlación	1,000	,697**
Spearman	administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	Calidad de	Coeficiente de correlación	,697**	1,000
	servicio	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	25	25

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

Interpretación:

En la tabla 3.2.4.1.4 se observa que existe una correlación de un 0.697 de correlación de Rho de Spearman entre la variable gestión administrativa y la dimensión capacidad de respuesta. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva moderada. La significancia de $p = 0.00$ muestra que p es menor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de los clientes en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

c. Hipótesis Específica (H_{E3})

H_{E3}: Existe relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₀: No existe relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₁: Existe relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Tabla 3.2.4.1.5

Correlaciones				
			Gestión administrativa	Seguridad
Rho de	Gestión	Coefficiente de correlación	1,000	,599**
Spearman	administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	Calidad de	Coefficiente de correlación	,599**	1,000
	servicio	Sig. (bilateral)	,002	.
		N	25	25

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

Interpretación:

En la tabla 3.2.4.1.5 se observa que existe una correlación de un 0.599 de correlación de Rho de Spearman entre la variable gestión administrativa y la dimensión seguridad. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva moderada. La significancia de $p= 0.00$ muestra que p es menor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la seguridad de los clientes en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

d.. Hipótesis Específica (H_{E4})

H_{E4}: Existe relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₀: No existe relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₁: Existe relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Tabla 3.2.4.1.6

		Correlaciones		
			Gestión administrativa	Empatía
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coeficiente de correlación	1,000	,712**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,712**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	25	25

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

Interpretación:

En la tabla 3.2.4.1.6 se observa que existe una correlación de un 0.712 de correlación de Rho de Spearman entre la variable gestión administrativa y la dimensión empatía. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva alta. La significancia de $p=0.00$ muestra que p es menor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la empatía en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

e. Hipótesis Específica (H_{E5})

H_{E1}: Existe relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₀: No existe relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

H₁: Existe relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

Tabla 3.2.4.1.7

Correlaciones			Gestión administrativa	Elementos tangibles
Rho de	Gestión	Coefficiente de correlación	1,000	,652**
Spearman	administrativa	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	Calidad de	Coefficiente de correlación	,652**	1,000
	servicio	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	25	25

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

Interpretación:

En la tabla 3.2.4.1.6 se observa que existe una correlación de un 0.652 de correlación de Rho de Spearman entre la variable gestión administrativa y la dimensión elementos tangibles. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva alta. La significancia de $p= 0.00$ muestra que p es menor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

DISCUSIÓN

Primero, se tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula. Además, ambas variables poseen una correlación de 0.605 lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, por ende el objetivo general queda demostrado. Según García (2012) en su tesis denominada "Evaluación de la calidad y calidez de atención a los usuarios del subcentro de salud El Bosque, en la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, en la Universidad de Guayaquil, Ecuador; estableció la hipótesis: utilizando un esquema gerencial para mejorar las condiciones y el trato de amabilidad que se tiene con los usuarios del hospital "El Bosque", los problemas por los cuales los demandantes del centro de salud no se encontraban a gusto son los siguientes: la espera del turno, trato de los empleados, espacio físico reducido, infraestructura, equipamiento y calidad técnica. Como consecuencia se toma guía el modelo SERVQUAL el cual involucra al personal como elemento importante para que el cliente establezca un lazo directo y pueda percibir las actitudes con las que espera ser atendido, sin dejar de lado las condiciones que le brinda el ambiente físico para concretar la adquisición del servicio. El investigador lo que planteó es fortificar el desarrollo de la asistencia al público en un medio o largo plazo, ya que las labores no requerían de un presupuesto monetario, sino de la actitud de servicio de los colaboradores para hacer sentir al cliente como parte de la institución. La muestra estuvo formada por 393 pacientes, utilizaron la técnica de la encuesta de las cuales se concluyó que se acepta la hipótesis para proceder al inicio del programa. Se coincide con la conclusión de la tesis de García en fortificar el desarrollo de atención al cliente.

La teoría de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) se evalúan estos factores para determinaron medir el índice de complacencia ,a través de los datos de información de los cuales en donde se tomaron en cuenta 5 elementos: La confianza que sienten los clientes hacia la empresa para adquirir el producto o servicio, la respuesta del personal para detectar

las inquietudes de los usuarios, la garantía que posee la prestación, la actitud y la amabilidad con la que el personal atiende al comprador y la estructura física en la que se le atienden al cliente; este modelo tiene como objetivo conocer que tan satisfecho se encuentra el cliente para posteriormente contrarrestar las incomodidades que percibe el usuario y poder mejorarlas.

Segundo, se tuvo como primer objetivo específico determinar la relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula. Además, ambas variables poseen una correlación de 0.481 lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre la gestión administrativa y la fiabilidad en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, por ende el objetivo específico queda demostrado. Según Rojas (2011) en su indagación denominada "Evaluación de la calidad del servicio de transporte a personas en la ciudad de Puerto Montt", en la Escuela Profesional de Ingeniería comercial, Facultad de Ciencias Empresariales, en la Universidad Austral, Chile; estableció la hipótesis: la siguiente hipótesis: el rubro de transporte de personas en Puerto Montt entrega servicio de calidad muy bajo .El principal problema de la investigación es que las once empresas que forman la industria de transporte en Chile no conocen a sus consumidores; es decir, no tienen conocimiento de los gustos, preferencias y formas de transporte que poseen los individuos que en su mayoría son jóvenes universitarios y que su estilo de vida es totalmente apresurado cuando se trata de ir a la escuela, durante la evaluación consideran imprescindible ciertos factores de servicio de calidad: el tiempo de respuesta, estado del vehículo y manejo del chofer los cuales son insatisfechos. La evolución de la calidad del sistema de transporte de personas es un factor importante a evaluar, pues de ello depende el incremento de la demanda, buscando elevar la competitividad dentro del mercado. En conclusión se aceptó la hipótesis donde se manifestó que la entrega de calidad es deficiente en el sistema de transporte de personas. Se coincide con la conclusión de la tesis de Rojas en señalar que la entrega de calidad es deficiente en el sistema de transporte de personas.

La teoría de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) se evalúan estos factores para determinar medir el índice de complacencia ,a través de los datos de información de los cuales en donde se tomaron en cuenta 5 elementos: La confianza que sienten los clientes hacia la empresa para adquirir el producto o servicio, la respuesta del personal para detectar las inquietudes de los usuarios, la garantía que posee la prestación, la actitud y la amabilidad con la que el personal atiende al comprador y la estructura física en la que se le atienden al cliente; este modelo tiene como objetivo conocer que tan satisfecho se encuentra el cliente para posteriormente contrarrestar las incomodidades que percibe el usuario y poder mejorarlas.

Tercero, se tuvo como segundo objetivo específico determinar la relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula. Además, ambas variables poseen una correlación de 0.697 lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, por ende el objetivo específico queda demostrado. Según Rojas (2011) en su pesquisa denominada "Evaluación de la calidad del servicio de transporte a personas en la ciudad de Puerto Montt", en la Escuela Profesional de Ingeniería comercial, Facultad de Ciencias Empresariales, en la Universidad Austral, Chile; estableció la hipótesis: la siguiente hipótesis: el rubro de transporte de personas en Puerto Montt entrega servicio de calidad muy bajo .El principal problema de la investigación es que las once empresas que forman la industria de transporte en Chile no conocen a sus consumidores; es decir, no tienen conocimiento de los gustos, preferencias y formas de transporte que poseen los individuos que en su mayoría son jóvenes universitarios y que su estilo de vida es totalmente apresurado cuando se trata de ir a la escuela, durante la evaluación consideran imprescindible ciertos factores de servicio de calidad: el tiempo de respuesta, estado del vehículo y manejo del chofer los cuales son insatisfechos. La evolución de la calidad del sistema de transporte de personas es un factor importante a evaluar, pues de ello depende el incremento de la demanda, buscando elevar la competitividad dentro del mercado. En conclusión se aceptó la hipótesis

donde se manifestó que la entrega de calidad es deficiente en el sistema de transporte de personas. Se coincide con la conclusión de la tesis de Rojas en señalar que la entrega de calidad es deficiente en el sistema de transporte de personas porque no se les brinda la solución correspondiente a las incomodidades que presentan los usuarios, haciendo que los mismos obtén por otras opciones.

La teoría de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) se evalúan estos factores para determinaron medir el índice de complacencia ,a través de los datos de información de los cuales en donde se tomaron en cuenta 5 elementos: La confianza que sienten los clientes hacia la empresa para adquirir el producto o servicio, la respuesta del personal para detectar las inquietudes de los usuarios, la garantía que posee la prestación, la actitud y la amabilidad con la que el personal atiende al comprador y la estructura física en la que se le atienden al cliente; este modelo tiene como objetivo conocer que tan satisfecho se encuentra el cliente para posteriormente contrarrestar las incomodidades que percibe el usuario y poder mejorarlas.

Cuarto, se tuvo como tercer objetivo específico determinar la relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula. Además, ambas variables poseen una correlación de 0.599 lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre la gestión administrativa y la seguridad en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, por ende el objetivo específico queda demostrado. Según Pérez (2014) en su tesis denominada "La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC – Chiclayo período Enero y Septiembre 2011 y 2012", en la Escuela Profesional de Contabilidad, Facultad de Ciencias Contables, en la Universidad Católica Santa Toribio de Mogrovejo, Perú; la autora propuso innovar la calidad de servicio al cliente renovando la compra de insumos, la reestructuración de los espacios físicos y brindando una prestación de excelencia. La organización reconoció que los clientes en la actualidad son más rigurosos, por lo tanto se podría lograr la fidelización de los usuarios por el servicio que se brinda, como consecuencia se afirmó que la predominio de la calidad aumento el ingreso de

capital en los resultados económicos y financieros. En este caso la población fueron los 228 usuarios asistentes, utilizaron la técnica de la encuesta de las cuales se concluyó que la asistencia al usuario en la institución se encuentre en un grado admisible gracias a los procedimientos que se implementaron. Se coincide con la conclusión de la tesis de Pérez en innovar la calidad de servicio en la compra del usuario, infraestructura y el servicio de excelencia.

La teoría de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) se evalúan estos factores para determinar medir el índice de complacencia ,a través de los datos de información de los cuales en donde se tomaron en cuenta 5 elementos: La confianza que sienten los clientes hacia la empresa para adquirir el producto o servicio, la respuesta del personal para detectar las inquietudes de los usuarios, la garantía que posee la prestación, la actitud y la amabilidad con la que el personal atiende al comprador y la estructura física en la que se le atienden al cliente; este modelo tiene como objetivo conocer que tan satisfecho se encuentra el cliente para posteriormente contrarrestar las incomodidades que percibe el usuario y poder mejorarlas.

Quinto, se tuvo como cuarto objetivo específico determinar la relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula. Además, ambas variables poseen una correlación de 0.712 lo cual indica que es una relación positiva alta. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva alta entre la gestión administrativa y la empatía en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, por ende el objetivo específico queda demostrado. García (2011) en la tesis "Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A – Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, 2011". El autor identifico que los problemas principales de los clientes en el Banco Ripley son: incremento de quejas, reproches y frustración, creando prejuicio y desconfianza en ellos. Al evaluar la complacencia del consumidor y los elementos de eficacia a través de un modelo econométrico arrojaba como principal factor al binomio saludo-despedida de 1.13 puntos en la relación de deleite, otro factor de alto impacto fue la del personal en el instante de recibir al comprador, este componente suma 1.09 puntos. Se concluyó que las condiciones de disposición de prestación

intervienen de forma relevante en la complacencia de los usuarios de Banco Ripley. Se coincide con la conclusión de la tesis de García que las condiciones de calidad son relevantes para satisfacer a los clientes.

La teoría de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) se evalúan estos factores para determinar medir el índice de complacencia ,a través de los datos de información de los cuales en donde se tomaron en cuenta 5 elementos: La confianza que sienten los clientes hacia la empresa para adquirir el producto o servicio, la respuesta del personal para detectar las inquietudes de los usuarios, la garantía que posee la prestación, la actitud y la amabilidad con la que el personal atiende al comprador y la estructura física en la que se le atienden al cliente; este modelo tiene como objetivo conocer que tan satisfecho se encuentra el cliente para posteriormente contrarrestar las incomodidades que percibe el usuario y poder mejorarlas.

Sexto, se tuvo como quinto objetivo específico determinar la relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.000 < 0.05$ ", por ende se rechaza la hipótesis nula. Además, ambas variables poseen una correlación de 0.652 lo cual indica que es una relación positiva alta. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva alta entre la gestión administrativa y los elementos tangibles en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018, por ende el objetivo específico queda demostrado. Según Pérez (2014) en su indagación denominada "La calidad del servicio y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre S.A.C.- Chiclayo", en la Escuela Profesional de Contabilidad en la Universidad Católica Santa Toribio de Mogrovejo, Perú; la autora propuso innovar la disposición de la prestación al usuario renovando la compra de insumos, la reestructuración de los espacios físicos y brindando un asistencia de excelencia. La organización reconoció que los clientes en la actualidad son más rigurosos, por lo tanto se podría lograr la fidelización de los usuarios por el servicio que se brinda, como consecuencia se afirmó que el predominio de la calidad aumento el ingreso del capital en los efectos económicos y financieros. En este caso la población fueron los 228 usuarios asistentes, utilizaron la técnica de la encuesta de las cuales se concluyó que la asistencia al usuario en la institución se encuentre en un grado admisible

gracias a los procedimientos que se implementaron. Se coincide con la conclusión de la tesis de Pérez en innovar la particularidad de la prestación a través de la compra de insumos, espacios físicos y ofreciendo un servicio de excelencia.

La teoría de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) se evalúan estos factores para determinar el nivel de satisfacción, a través de los datos de información de los cuales en donde se tomaron en cuenta 5 elementos: La confianza que sienten los clientes hacia la empresa para adquirir el producto o servicio, la respuesta del personal para detectar las inquietudes de los usuarios, la garantía que posee la prestación, la actitud y la amabilidad con la que el personal atiende al comprador y la estructura física en la que se le atienden al cliente; este modelo tiene como objetivo conocer que tan satisfecho se encuentra el cliente para posteriormente contrarrestar las incomodidades que percibe el usuario y poder mejorarlas.

CONCLUSIONES

Los objetivos planteados y la contrastación de las hipótesis se llegaron a las siguientes conclusiones:

Primero: Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con una significancia de 0,000 menor a la significancia de trabajo 0,005. Además se determinó mediante la prueba de Rho de Spearman un coeficiente de 0.605 confirmando que existe una relación positiva moderada entre las variables.

Segundo: Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la dimensión fiabilidad debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con una significancia de 0,000 menor a la significancia de trabajo 0,005. Además se determinó mediante la prueba de Rho de Spearman un coeficiente de 0.481 confirmando que existe una relación positiva moderada entre las variables.

Tercero: Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la dimensión capacidad de respuesta debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con una significancia de 0,000 menor a la significancia de trabajo 0,005. Además se determinó mediante la prueba de Rho de Spearman un coeficiente de 0.697 confirmando que existe una relación positiva moderada entre las variables.

Cuarto: Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la dimensión seguridad debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con una significancia de 0,000 menor a la significancia de trabajo 0,005. Además se determinó mediante la prueba de Rho de Spearman un coeficiente de 0.599 confirmando que existe una relación positiva moderada entre las variables.

Quinto: Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la dimensión empatía debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con una significancia de 0,000 menor a la significancia de trabajo 0,005.

Además se determinó mediante la prueba de Rho de Spearman un coeficiente de 0.712 confirmando que existe una relación positiva alta entre las variables.

Sexto: Se concluye que existe relación entre la gestión administrativa y la dimensión elementos tangibles debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con una significancia de 0,000 menor a la significancia de trabajo 0,005. Además se determinó mediante la prueba de Rho de Spearman un coeficiente de 0.652 confirmando que existe una relación positiva moderada entre las variables

RECOMENDACIONES

Se plantearon las siguientes recomendaciones con el propósito de que la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, las considere para emplearlas en la organización.

Es por ello que para que la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio se haga más fuerte se deben plantear estrategias de sostenibilidad para obtener excelencia en la satisfacción de necesidades de los clientes, a continuación:

Se recomienda que en la dimensión fiabilidad se entrene a los colaboradores a través de charlas motivacionales desarrollando y repotenciando sus habilidades y destrezas para trabajar bajo presión y sobre todo para resolver problemas que se presenten de manera imprevista, evitando perjudicar el proceso de envío y por consiguiente el incumplimiento del servicio.

Se recomienda que en la dimensión capacidad de respuesta se debe capacitar a los colaboradores de manera periódica para mantenerlos actualizados tanto de precios como de los nuevos clientes que con los que se está trabajando. En consecuencia se debe hacer énfasis en el servicio pos-venta para corroborar que el servicio ha culminado con éxito.

Se recomienda que en la dimensión seguridad se refuerce el sentido de identificación de los operarios, es decir, que en los implementos de vestimenta se vea reflejado que pertenecen a la organización y sea percibido por el cliente para que de esta manera se sienta seguro en el servicio que recibirá.

Se recomienda que en la dimensión empatía se trabaje con los colaboradores y jefes a cargo convocando a reuniones mensuales para identificar las necesidades de los clientes y los inconvenientes que se puedan presentar en las diferentes situaciones. Estableciendo planes de contingencia, pensando como ellos y brindándoles soluciones inmediatas.

Se recomienda que en la dimensión elementos tangibles la distribución y las instalaciones deben estar divididas de manera adecuada, permitiéndole al cliente tener un panorama claro, por otro lado le facilita al operario tener acceso de manera rápida a los lockers con la distribución de los envíos a las diferentes provincias evitando cometer errores y contratiempos.

VII. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

El capítulo comprende detalladamente las características y componente de la propuesta elaborada y la descripción de la aplicación de la metodología para su desarrollo.



**PROPUESTA DE SOSTENIBILIDAD DE LA GESTIÓN
ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE
LA EMPRESA DHL GLOBAL FORWARDING PERU
S.A. , CALLAO 2018**

AUTOR

Castro Abarca, Brithania

ASESORA

MSc. Mairena Fox Petronila Liliana

LIMA – PERÚ

2018 – I

Introducción

La presente propuesta de sostenibilidad de la gestión administrativa y la calidad de servicio de la empresa DHL Global Forwarding S.A., tiene como finalidad plantear estrategias que aseguren la permanencia de la organización en el rubro courier, por ello se ha formulado estrategias, las cuales cumplen con los objetivos de la indagación permitiéndole al gerente de la empresa contar con una herramienta que puede ser utilizada para lograr ventaja competitiva en el sector.

El plan proporcionará al gerente de la organización conocimientos para fortalecer las carencias que presenta la gestión administrativa y la calidad de servicio, así mismo el cumplimiento de los objetivos que favorecerán a la satisfacción de los usuarios.

La propuesta es presentada por medio de un cuadro en el que se ubicarán las dimensiones con sus respectivas estrategias seguidas de los objetivos, actividades a realizar, medios de verificación, descripción de los métodos y actividades para lograr la sostenibilidad en la gestión administrativa y la calidad de servicio con la finalidad de reforzar el vínculo con los clientes y mejorar el servicio creando ventaja competitiva a la prestación.

7.1. Objetivos de la propuesta

- A. Proporcionar al gerente, la implementación de los procesos y procedimientos para realizar de manera rápida y sencilla la atención al cliente, así mismo las estrategias para mejorar los puntos débiles y la supervisión, ejecución de las actividades.
- B. Apoyar a los colaboradores con talleres, entrenamiento, programas para el desarrollo de sus habilidades blandas y sobre todo para que aprendan a identificar las necesidades de los clientes.
- C. Cumplir con las expectativas de los colaboradores al ofrecer procesos que les permitan realizar su labor de manera eficiente y eficaz.
- D. Facilitar a la organización objeto de estudio estrategias expresadas a través de actividades que le permitan mejorar la calidad en el servicio.

7.2. Estructura de la propuesta de sostenibilidad de la gestión administrativa y la calidad de servicio para mejorar la prestación en la empresa DHL Global Forwarding S.A.

Se presenta un cuadro en donde se indicará el desarrollo de las dimensiones que estarán involucradas. Así mismo se reflejarán los objetivos orientados con sus respectivas actividades, las cuales tienen cuatro columnas que se describen a continuación:

1. La columna de las dimensiones se refiere al desarrollo del marco teórico de las variables en estudio: gestión administrativa y calidad de servicio
2. La columna de estrategias - teoría, se refieren a todo el proceso de nuestra investigación, es el sustento en el que gira para el desarrollo de la investigación.

3. La columna de los objetivos - actividades se refiere a las acciones directas que se van a ejecutar y ser desarrolladas tanto los empleados de la empresa DHL Global Forwarding S.A., sino también para los miembros de la gerencia.

4. La columna de los medios de verificación es la evidencia que se obtiene después de ejecutar cada uno de los objetivos con sus respectivas actividades y como se van medir.

TABLA 5.2.1

Estructura de la Propuesta

VARIABLE	DIMENSIÓN	TEORÍA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS OPERATIVOS/ ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	PLANEACIÓN	Hitt (2006) La planeación implica calcular las condiciones y las circunstancias futuras, y con base en esas estimaciones, tomar decisiones sobre qué trabajo debe realizar el administrador y todos aquellos que están bajo su responsabilidad.	ELABORACIÓN DE UN PLAN PUBLICITARIO PARA EL ÀREA DE MARKETING.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de diseños, spot publicitario y contenido. 2. Elaboración de requerimientos: <ul style="list-style-type: none"> - Volante: tipo de letra, colores, imágenes, calidad de papel y contenido - Vídeos en internet: personajes, cronometraje, espacio, locación, vestimenta, situaciones, entre otros. - Redes sociales: fanpage, nombre, colores, contenido, imágenes, centros de distribución 3. Elaboración de presupuesto de publicidad a través de afiches, redes sociales e internet. 4. Cotización en entidades de publicidad y diseño. 5. Elección de la mejor propuesta. 6. Comentarios del experto. 7. Muestra de los diseños. 8. Lanzamiento de la publicidad masiva. 	<p>Diseños</p> <p>Informe de requerimientos</p> <p>Presupuesto</p> <p>Formato de cotización</p> <p>Evaluación</p> <p>Análisis y requerimientos</p> <p>Informe de diseños</p> <p>Publicidad</p>
	ORGANIZACIÓN	Hitt (2006) La organización implica reunir los recursos de manera sistemática y poner atención a la estructura de relaciones entre los puestos y los individuos.	FORTALECER LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Invitar a los colaboradores a una reunión para realizar una retroalimentación acerca de los procesos y procedimientos institucionales. 2. Entrega de material informativo con representaciones gráficas. 3. Conversatorio con el jefe a cargo. 4. Explicación de los eslabones de cada actividad. 5. Aplicación del feedback. 6. Impresión del proceso de envío courier. 7. Instalación de la gráfica en la recepción de envíos. 	<p>Carta de invitación</p> <p>Manual de procedimientos</p> <p>Lista de asistentes</p> <p>Diapositivas</p> <p>Examen de rendimiento</p> <p>Procesos</p> <p>Recurso visual</p>

	DIRECCIÓN	Hitt (2006) Es el proceso de intentar influir en otras personas para alcanzar los objetivos organizacionales, interactuando con ellos de manera eficaz en situaciones colectivas y comunicándose de forma estimulante sobre los esfuerzos para cumplir las tareas.	FORTALECER LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inculcar valores en los clientes, mientras más visitas tenga a la organización el cliente podrá adoptar la filosofía institucional. 2. Participar en actividades de responsabilidad social. 3. Establecer precios competitivos frente a los de la competencia. 4. Diversificación de servicios (envíos de sobres, paquetes y carga). 5. Generar valor agregado al servicio (Merchandising) 6. Establecer compromiso con el ambiente. 	<p>Concurrencia de órdenes de servicio</p> <p>Programas sociales</p> <p>Precios promedio</p> <p>Tipos de servicio</p> <p>Encuesta de satisfacción</p> <p>Campañas de sembrado</p>
	CONTROL	Hitt (2006) Consiste en regular el trabajo de quienes un administrador es responsable, incluyendo el establecimiento anticipado de estándares de desempeño, supervisión continua y, de manera significativa la evaluación.	ESTABLECER UN PLAN TÁCTICO PARA LOGRAR LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de necesidades del usuario a través de la encuesta. 2. Dar a conocer el servicio courier a través de una carta de presentación. 3. Presentar la plantilla de tipos de servicio. 4. Presentar el tarifario de precios y/o promociones según el tipo de servicio. 5. Presentar los tipos de transporte: aéreo o terrestre, por cuales se hará el envío. 7. Conformidad del servicio a través de la orden de servicio. 8. Llamada de conformidad de la adquisición del servicio. 	<p>Encuesta</p> <p>Carta de presentación</p> <p>Plantilla Tarifario</p> <p>Plantilla</p> <p>Orden de servicio</p> <p>Llamada telefónica</p>
	FIABILIDAD	Carrasco (2013) Habilidad para realizar el servicio de modo preciso y fiable.	REFORZAR LAS HABILIDADES BLANDAS DE LOS COLABORADORES PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convocar a un taller en habilidades blandas dirigida a los colaboradores para mejorar la atención al cliente. 2. Ejecutar dinámicas situacionales. 4. Planteamiento de casuísticas buscando formas de solucionarlas. 5. Retroalimentación de las actividades que se deben realizar. 6. Meta mensual: Medir el nivel de satisfacción del cliente, a través del desempeño del colaborador por quien fue atendido. 	<p>Invitación al taller</p> <p>Lista de asistencia</p> <p>Planes de contingencia</p> <p>Dinámicas del taller</p> <p>Encuesta</p>
		Carrasco (2013) Disposición y voluntad para ayudar a los		1. Preguntar al cliente el servicio a requerir a través del llenado de la orden de servicio	Orden de servicio

CALIDAD DE SERVICIO	CAPACIDAD DE RESPUESTA	usuarios y proporcionar un servicio rápido.	IMPLEMENTACIÓN DEL PROCESO DE VENTA BRINDÁNDOLE INFORMACIÓN DETALLADA AL CLIENTE.	<p>2. Mostrarle la cartilla de precios de acuerdo al transporte que se va a requerir.</p> <p>3. Resolver sus dudas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -En cuanto tiempo llegará -Si es un servicio regular o urgente cual es la diferencia de horas en entregarse el envío -Se puede recoger el paquete en garita de la empresa. <p>Existen cobros adicionales, etc.</p> <p>4. Concretar el servicio courier expresado en la boleta de venta y/o factura.</p> <p>5. Informar al cliente si el envío llego sin ningún tipo de problema.</p>	<p>Plantilla de precios</p> <p>Anotaciones en la libreta</p> <p>Boleta o factura</p> <p>Cargo de conformidad</p>
	SEGURIDAD	Carrasco (2016) Conocimientos y atención mostrados por los empleados y habilidad para generar credibilidad y confianza.	ESTABLECER ENTRENAMIENTO A LOS COLABORADORES PARA APLICAR PLANES DE CONTINGENCIA.	<p>1. El operador debe saludar con amabilidad al cliente.</p> <p>2. El operario debe explicar de forma detallada el proceso del servicio.</p> <p>3. El operador debe resolver las dudas del cliente con respeto, brindándole la confianza para que haga las preguntas correspondientes sin ningún tipo de temor.</p> <p>4. El operador debe brindar el folleto de la empresa haciendo énfasis en la señalización de los números telefónicos de atención.</p> <p>5. El operario debe interactuar con el cliente, con el objetivo de familiarizarlo con el servicio y haciendo de su visita la más agradable.</p> <p>6. El operador debe preguntar al cliente la conformidad del servicio.</p> <p>7. El operario deberá despedirse amablemente.</p>	<p>Encuesta de satisfacción</p> <p>Orden de servicio</p> <p>Plantilla de precios y destinos</p> <p>Folletos</p> <p>Encuesta de satisfacción</p> <p>Boleta de venta</p> <p>Encuesta de satisfacción</p>
		Carrasco (2013) Capacidad de comprender los deseos de los clientes,			<p>1. Convocar a un taller de identificación de necesidades de los clientes, donde se cuente con la participación del área de operaciones y el apoyo de las áreas administrativas.</p>

	EMPATÍA	mediante un proceso de atención individualizada.	EJECUTAR UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL PARA IDENTIFICAR LOS REQUIRIMIENTOS DEL CLIENTE.	<p>2.Temario: Definiciones básicas, tipos de clientes, clasificación de tipo de compras, casuísticas, objetivos, conclusiones.</p> <p>3. Desarrollo de dinámica inicial (Conocer los gustos y preferencias de los asistentes).</p> <p>4. Desarrollo del tema.</p> <p>5.Puestas en escena identificando los tipos de consumidores (Racionales, compulsivos, por necesidad, etc.).</p> <p>6. Planteamiento de objetivos.</p> <p>7. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.</p> <p>8.Retroalimentación</p>	<p>electrónico</p> <p>Informe</p> <p>Fotografías, vídeos PPT</p> <p>Fotografías PPT e informe PPT e informe Fotografías</p>
	ELEMENTOS INTANGIBLES	Carrasco (2013) Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y medios de comunicación.	EJECUTAR UN PROGRAMA DE INSTRUCCIÓN DE VESTIMENTA PARA EL ÀREA OPERATIVA.	<p>1. Convocatoria a reunión con los colaboradores de la empresa.</p> <p>2.Informar que todo el personal deberá usar su vestimenta de identificación haciendo visible el logo de la empresa.</p> <p>3. El personal debe asegurarse que el cliente reciba su pase de ingreso acompañado de su DNI en físico.</p> <p>4. El personal debe contar con los materiales físicos esenciales para la realización del servicio: sticker, cargo térmico, feel, cintas, sobres con el logo de la empresa, boletas, orden de servicio, entre otros.</p> <p>5. El cliente debe tener visibilidad en la distribución de los lockers clasificados por provincias.</p> <p>6. La persona encarga de los recojos en instalaciones de las empresas (motorizado) deben presentar su fotocheck para identificase.</p>	<p>Invitación por correo</p> <p>Lista de asistencia</p> <p>Ticket</p> <p>Formato de requerimientos</p> <p>Lockers</p> <p>Fotocheck</p>

Fuente: Elaboración propia

5.3. Actividades desarrolladas para el cambio

ACTIVIDAD N° 1

I. Datos informativos

1.1. **Empresa** : DHL Global Forwarding Perú S.A

1.2. **Área** : Operaciones

1.3. **Ejecutores** : Empresa

II. Datos de la actividad

2.1. **Actividad** :

Establecer un plan táctico para lograr la excelencia en el servicio.

2.2. **Objetivos** :

- A. Identificación de necesidades del consumidor a través de la encuesta.
- B. Dar a conocer el servicio courier a través de una carta de presentación.
- C. Presentar la plantilla de tipos de servicio.
- D. Presentar el tarifario de precios y/o promociones según el tipo de servicio.
- E. Presentar los tipos de transporte: aéreo o terrestre, por cuales se hará el envío.
- F. Conformidad del servicio a través de la orden de servicio.
- G. Llamada de conformidad de la adquisición del servicio.

III. Procesos de la actividad

A. Identificación de necesidades del usuario a través de la encuesta.

1. Introducción

La persona a cargo propondrá realizar una lluvia de ideas para identificar de manera general las necesidades que presentan los clientes

2. Contenido

Luego de dar la parte introductoria, se procederá a presentar el contenido de la reunión, iniciando con las posibles preguntas que se les plantearán a los clientes para conocer sus necesidades de manera más detallada.

ENCUESTA

En el siguiente listado de afirmaciones seleccione la opción que mejor describa la situación.

No existen respuestas correctas ni incorrectas, tan solo se quiere conocer su opinión. Marque:

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">1</div> Nunca	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">2</div> Casi Nunca	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">3</div> A veces	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">4</div> Casi Siempre	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">5</div> Siempre
--	---	--	---	--

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Conoce las agencias de transferencia/distribución donde opera la empresa					
2	La empresa cuenta con la logística necesaria para acceder con facilidad a los servicios de manera rápida para realizar los envíos					
3	Los colaboradores se comunican con un lenguaje sencillo para atender su requerimiento de envío.					
4	La empresa cuenta con los materiales de envío y/o transferencias (sobres, feel, sellos de seguridad, cinta de seguridad) para garantizar una transacción segura					
5	En la oficina de la empresa se muestra a los usuarios los procesos a seguir para realizar un envío seguro					
6	Recurre a la empresa DHL para hacer sus envíos, porque es la empresa líder en el mercado de courier.					
7	El personal que lo atiende es proactivo al momento de atender su pedido.					
8	Los colaboradores muestran iniciativa para brindarle solución a sus inconvenientes					
9	La empresa realiza encuestas de satisfacción al cliente luego de brindado el servicio					
10	Cuando la empresa se compromete a realizar algo en cierto tiempo lo hace					
11	El personal de la empresa está entrenado para desempeñar sus funciones de forma eficiente					
12	El personal de atención al cliente procura realizar las transacciones sin errores.					
13	Existe total disponibilidad del personal de la empresa para ayudar al cliente					
14	El personal de la empresa da respuesta rápida a la consulta de los clientes.					
15	El personal asignado para la recepción de envíos inspira confianza					
16	La atención es personalizada en las transacciones que realiza cada cliente.					
17	El personal de la empresa comprende la necesidad de sus clientes					
18	Las instalaciones físicas de la organización para el proceso de envío están habilitadas para el servicio.					
19	El personal de la organización cuenta con vestimenta que lo identifique.					

Gracias por su colaboración!

B. Dar a conocer el servicio courier a través de una carta de presentación.



“Año del Diálogo y Reconciliación Nacional”

Lunes 02 de Julio del 2018

Sres.:

VISUAL GAMUT S.A.

Presente.-

Somos la empresa DHL Global Forwarding S.A. de paquetería integrada desde el año 2002 líder en el mercado, somos un equipo internacional unidos por la pasión por la logística. Todos nuestros servicios cuentan con un tiempo definido de entrega puerta a puerta, de documentos y paquetes con origen o destino en prácticamente todos los países del mundo. Ya sea que sus envíos se entreguen a primera hora, mediodía o al final de la jornada laboral, nuestros servicios ofrecen una total visibilidad durante el proceso, que le permite saber siempre en dónde están sus envíos.

Brindamos servicios nacionales y locales, contando con personal altamente calificado para entregar sus envíos de manera rápida y sencilla.

Así mismo, queremos aprovechar para manifestarle que estamos a su disposición para servirle. Por tal motivo, estaremos a su disposición para resolver sus dudas y necesidades.

Sin otro particular, nos despedimos de usted, agradeciendo su disposición para atender esta carta.

Fuente: elaboración propia.

C. Presentar la plantilla de tipos de servicio.

Tabla 5.2.2. Formato de tipos de servicio.

SERVICIO	TIEMPOS
Regular	Dentro de las 48 h
Urgente	Dentro de las 24 h
Especial	Dentro de las 3h siguientes de solicitado el servicio
Valorado	Dentro de las 24 h (dependiendo el destino)
Frágil	Dentro de las 24 h (dependiendo el destino)

Fuente: elaboración propia.

D. Presentar el tarifario de precios y/o promociones según el tipo de servicio.

Tabla 5.2.3. Formato de tarifas.

Servicio	Detalle	Lima Metropolitana	Alrededores	Rural	Provincias Ciudades Principales	Provincias Zonas de Tránsito	Provincias Zonas Alejadas
		1 día	2 días	2 días	de 2 a 3 días	de 3 a 4 días	de 4 a 5 días
Sobres	Regular (Entrega o salida de documentos en 48 horas)	S/. 4.00	S/. 5.00	S/. 6.00	S/. 9.00	S/. 14.00	S/. 18.00
	Urgente (Entrega o salida de documentos el día de recojo)	S/. 14.00	S/. 18.00	S/. 20.00	S/. 18.00	S/. 24.00	NA
	Retorno de cargo	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 4.50	S/. 8.00	NA
Paquetería	Regular (Entrega de paquetería en 48 horas)	S/. 6.00	S/. 7.00	S/. 9.00	S/. 12.00	S/. 16.00	S/. 20.00
	Urgente (Entrega o salida de paquetería el día de recojo)	S/. 15.00	S/. 20.00	S/. 22.00	S/. 22.00	S/. 30.00	NA
	Retorno de cargo	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 4.50	S/. 8.00	NA
	Kg. Adicional	S/. 1.20	S/. 1.20	S/. 1.20	S/. 2.50	S/. 4.50	S/. 7.00
Notificaciones y Revistas	Regular (Entrega de documentos y facturas en 48 horas)	S/. 5.00	S/. 6.00	S/. 6.50	S/. 10.00	NA	NA
	Urgente (Entrega o salida de Notificaciones el día de recojo)	S/. 18.00	S/. 20.00	S/. 23.00	S/. 20.00	NA	NA
	Retorno de cargo	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 4.50	NA	NA
Extras	Servicio de Habilitado (Embolado, ensobrado, etiquetado).	S/. 0.50	S/. 0.50	S/. 0.50	S/. 0.50 X kg		
Lima Metropolitana	Barranco, Breña, Callao, Cercado de Lima, Chorrillos, Jesús María, La Perla, La Victoria, La Punta, Lince, Los Olivos, Magdalena, Miraflores, Pueblo Libre, Rímac, San Martín de Porres, Santa Anita, San Borja, San Isidro, San Luis, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo, El Agustino.						
Alrededores	Ate, Carabaylo, Chaclacayo, Comas, San Juan de Miraflores, San Juan de Lurigancho, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo, La Molina, Independencia.						
Rural	Ancón, Chosica, Cieneguilla, Lurín, Playas, Pucallpa, Puente Piedra, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María de Huachipa, Santa Rosa, Pachacamac, Ventanilla.						
Ciudades Principales	Toda ciudad principal, capital o cercanas.						
Zonas Tránsito	Toda ciudad o distrito que se transita desde la ciudad capital, principal o cercana, no lejana, caserío o muy accidentada.						

Fuente: elaboración propia.

- Las tarifas no incluye IGV.
- La tarifa de paquetería base es hasta 1 Kg.
- Los servicios o entregas de trámite especial es según cotización.
- Los envíos o cargas masivas, serán cotizados según encargo.
- Creación de remitos individuales para el seguimiento en línea, retorno de cargos u otros.
- Asignación de una analista de soporte.
- Los tiempo de entrega se contabilizaran al día siguiente después del recojo.
- Dos visitas por entrega, asegurando su efectividad.
- Recojo en oficina o domicilio.
- Informe o consolidado de entregas y motivados, parcial, mensual o final.
- Por daños o pérdidas de paquetería la indemnización es hasta 8 veces por el valor de la tarifa base + exceso.
- Tratamiento exclusivo.

E. Presentar los tipos de transporte: aéreo o terrestre, por cuales se hará el envío.

Tabla 5.2.4. Formato de tarifas según el medio de transporte.

SERVICIO	PROVINCIAS	TAMAÑO	ZONA	TIPO DE SERVICIO	TARIFA
NACIONAL	TUMBES	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 350.00
	TALARA	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 350.00
	SULLANA	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 270.00
	PIURA	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 270.00
	CHICLAYO	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 220.00
	TRUJILLO	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 220.00
	CHIMBOTE	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 85.00
	HUACHO	GRANDE	cercanas	AEREO	S/. 85.00
	HUARAL	GRANDE	cercanas	AEREO	S/. 85.00
	BARRANCA	GRANDE	cercanas	TERRESTRE	S/. 85.00
	CHINCHA	GRANDE	cercanas	TERRESTRE	S/. 85.00
	ICA	GRANDE	cercanas	TERRESTRE	S/. 85.00
	CAÑETE	GRANDE	cercanas	TERRESTRE	S/. 85.00
	CAJAMARCA	GRANDE	alejadas	TERRESTRE	S/. 285.00
	AREQUIPA	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 270.00
	MOQUEGUA	GRANDE	alejadas	TERRESTRE	S/. 220.00
	TACNA	GRANDE	alejadas	TERRESTRE	S/. 220.00
	HUANCAYO	GRANDE	alejadas	TERRESTRE	S/. 85.00
	PUNO	GRANDE	alejadas	TERRESTRE	S/. 250.00
	AYACUCHO	GRANDE	cercanas	TERRESTRE	S/. 250.00
HUANUCO	GRANDE	cercanas	TERRESTRE	S/. 250.00	
PUCALLPA	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 300.00	
MADRE DE DIOS	GRANDE	alejadas	AEREO	S/. 300.00	

Fuente: elaboración propia.

F. Adquisición del servicio

Tipo de servicio		Envío por destino		Presentación		Forma de pago	
SERVICIO	MARCA CON UNA X	DESTINO	MARCA CON UNA X	FORMATO	CANTIDAD	MARCA CON UNA X	
Regular		Local		Sobres		Contado	
Urgente		Nacional		Paquetes		Crédito	
Especial		Internacional		Bultos		Collect	
Valorado				Cajas		Otros	
Frágil							
Observaciones							
Servicios complementarios							
SERVICIO	MARCA CON UNA X						
Habilitado							
Cargo adjunto							
		Nombres y Firma DHL		Nombres y Firma CLIENTE			

Fuente: elaboración propia.

G. Llamada de conformidad de la adquisición del servicio.

El operario encargado de la recepción del servicio, se comunicará con el cliente para darle la conformidad de su envío.

IV. Medios y materiales

- Papel Boom
- Lapiceros
- Fotocopias
- Hojas membretadas
- Programa Microsoft Word
- Programa Excel
- Programa Power Point
- Formatos de órdenes de servicio
- Tarifarios
- Plantillas de precios

V. Presupuesto

A continuación se presenta la tabla 5.2.5.

Tabla 5.2.5. Elaboración del presupuesto de la actividad

Estrategia 1				
Establecer un plan táctico para lograr la excelencia en el servicio				
Objetivo				
Mejorar la calidad de servicio hacia los clientes y establecer procesos y procedimientos que agilicen la atención rápida y sencilla.				
Justificación				
El establecimiento de un plan táctico es fundamental para lograr la excelencia en el servicio que se les brinda a los usuarios cumpliendo con las expectativas que tienen hacia la empresa, utilizando procesos y procedimientos sencillos que permitan atender de manera rápida y sencilla al cliente brindando un servicio eficiente y eficaz.				
Plazo de ejecución	Del 09 al 30 Julio del 2018			
Actividades	Cronograma de ejecución			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	
1. Identificación de necesidades de los clientes	X			
2. Establecimiento de procesos y procedimientos del servicio (tarifas, tipos de servicio, órdenes de servicio)		X		
3. Conformidad del servicio			X	
Presupuesto	Cantidad	Unidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Materiales				
Papel Boom	50	Unidad	0.10	5
Lápíceros	5	Unidad	2	10
Fotocopias	50	Unidad	0.10	5
Hojas membretadas	50	Unidad	4	90
Formatos de órdenes de servicio	1	Unidad	45	45
Tarifarios	1	Unidad	2	2
Plantillas de precios	1	Unidad	2	2
TOTAL				S/. 159.00

Fuente: Elaboración propia.

ACTIVIDAD N° 2

I. Datos informativos

1.1. Empresa : DHL Global Forwarding Perú S.A

1.2. Área : Operaciones

1.3. Ejecutores : Empresa

II. Datos de la actividad

2.1. Actividad :

Reforzar las habilidades blandas de los colaboradores para mejorar la atención al cliente.

2.2. Objetivos :

A. Convocar a un taller en habilidades blandas dirigida a los colaboradores para mejorar la atención al cliente.

B. Ejecutar dinámicas situacionales.

C. Planteamiento de casuísticas buscando formas de solucionarlas.

D. Retroalimentación de las actividades que se deben realizar.

E. Meta mensual: Medir el nivel de satisfacción del cliente, a través del desempeño del colaborador por quien fue atendido.

III. Procesos de la actividad

A. Convocar a un taller en habilidades blandas dirigida a los colaboradores para mejorar la atención al cliente.

Fwd: Dhl

Para mí

Buenas días sres. del área de operaciones, el motivo de mi correo es para comunicarles que el día 12 del presente se estará realizando un taller título: **Desarrollando mis habilidades blandas para el cuál se necesita de su estricta asistencia.**

Confirmando por favor su asistencia a través de este correo.

Atte.



1. Introducción

El personal a cargo se encargará de plantear la invitación a los colaboradores del área de operaciones para confirmar su asistencia al taller.

2. Contenido

Luego de dar la parte introductoria, se procederá a presentar el contenido del desarrollo del taller iniciando con una frase introductoria:

“Las habilidades blandas distinguen a un profesional con capacidad de liderazgo de otro que no la tiene”.

B. Ejecutar dinámicas situacionales.

Se presentó un sketch simplificando 2 formas de atender al usuario:


Sketch N°01:

El cliente se apersona al establecimiento y el trato del operario es deficiente, no se muestra de manera amable, responde de manera grosera a las preguntas, trata de manera despectiva al cliente y en consecuencia brinda un servicio pésimo.

Sketch N°02:

El cliente se apersona al establecimiento y el trato del operario es bueno, da la bienvenida al cliente al área, le pregunta sobre el requerimiento que necesita, le brinda información sobre el tipo de servicio, las tarifas y el tiempo de morará en llegar su envío, inicia el proceso de apertura del envío, realiza el llenado de la orden de servicio, coloca el sobre en el locker correspondiente, el usuario recibe su comprobante de pago y se despide amablemente del cliente.

C. Importancia de las habilidades blandas en las empresas



The infographic is divided into two main sections. On the left, there is a stylized brain composed of various colorful icons representing different soft skills: a graduation cap, a lightbulb, a gear, a person, a globe, a leaf, a magnifying glass, a person with a speech bubble, a person with a gear, a person with a leaf, a person with a gear, a person with a leaf, a person with a gear, a person with a leaf. On the right, there is a word cloud with the word 'ESCUCHAR' (Listen) as the largest and most prominent word. Other words include 'APRENDIZAJE' (Learning), 'SOCIAL', 'PACIENCIA' (Patience), 'PÚBLICOS' (Public), 'COMPARTIR' (Share), 'MEDIA', 'ADAPTARSE' (Adapt), 'COMUNICACIÓN' (Communication), 'TRABAJAR EN EQUIPO' (Work in teams), 'RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS' (Problem solving), 'GESTIÓN DEL TIEMPO' (Time management), 'GESTIÓN DEL CAMBIO' (Change management), 'MANEJO DE STRESS' (Stress management), 'LIDERAZGO' (Leadership), 'COMUNICACIÓN EFECTIVA' (Effective communication), 'TRABAJAR EN EQUIPO' (Work in teams), 'RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS' (Problem solving), 'GESTIÓN DEL TIEMPO' (Time management), 'GESTIÓN DEL CAMBIO' (Change management), 'MANEJO DE STRESS' (Stress management), 'LIDERAZGO' (Leadership), 'COMUNICACIÓN EFECTIVA' (Effective communication).

Las habilidades blandas o Soft Skills son los atributos o capacidades que le permiten a una persona desempeñarse en su trabajo de manera efectiva. Estas habilidades apuntan al lado emocional, interpersonal y a cómo se desenvuelve el personal en una empresa. En este plano entran temáticas como: trabajo en equipo, resolución de problemas, gestión efectiva del tiempo, gestión del cambio, manejo de stress, liderazgo, comunicación efectiva, entre otros.

D. Retroalimentación de las actividades que se deben realizar.



Ejemplos de habilidades blandas:

- Ética.
- Responsabilidad.
- Buena comunicación.
- Saber escuchar y participar activamente.
- Tolerancia al trabajo bajo presión.
- Adaptación al cambio.
- La resolución de problemas de forma rápida y por iniciativa propia.
- Tener seguridad en sí mismo.
- Asertividad.

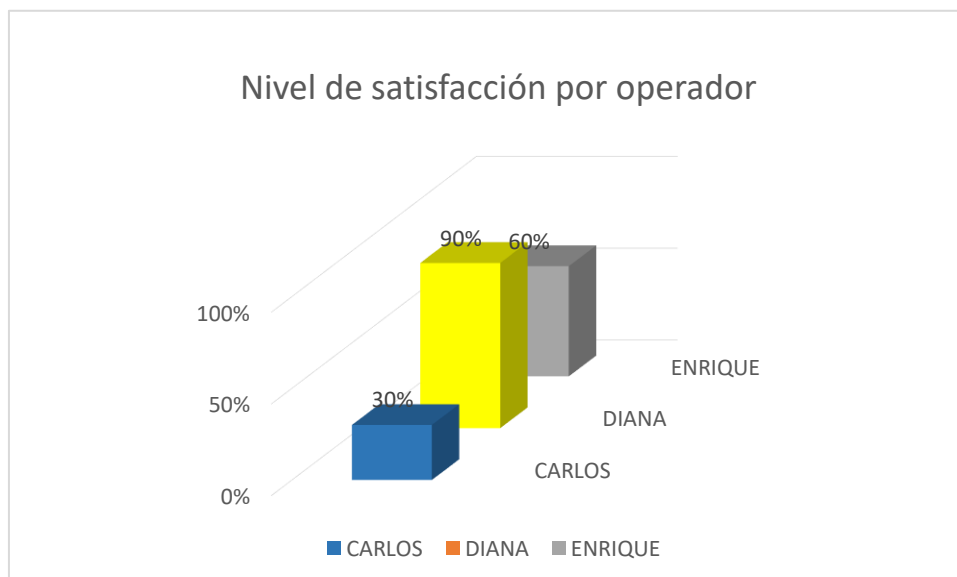
E. Meta mensual: Medir el nivel de satisfacción del cliente, a través del desempeño del colaborador por quien fue atendido.

Tabla 5.3.1. Nivel de desempeño por colaborador.

OPERADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN
CARLOS	30%
DIANA	90%
ENRIQUE	60%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5.1. Nivel de satisfacción del operador



Fuente: Elaboración propia.

IV. Medios y materiales

- a) Papel Boom
- b) Lapiceros
- c) PPT
- d) Programa Excel
- e) Programa Power Point

V. Presupuesto

A continuación se presenta la tabla 5.3.2

TABLA 5.3.2. Elaboración del presupuesto de la actividad

Estrategia 1				
Reforzar las habilidades blandas de los colaboradores para mejorar la atención al cliente				
Objetivo				
Fortalecer las habilidades blandas de los colaboradores del área de operaciones para mejorar la atención del usuario buscando lograr su confianza y seguridad.				
Justificación				
Trabajar las habilidades blandas como: la comunicación, saber escuchar y participar activamente, resolver los problemas de manera rápida y por iniciativa propia contribuirán a que el cliente sienta la fiabilidad de adquirir el servicio.				
Plazo de ejecución	Del 19 al 20 de Julio del 2018			
Actividades	Cronograma de ejecución			
	Día 1	Día 2	Día 3	
1. Invitación de los colaboradores al taller de habilidades blandas	X			
2. Desarrollo del taller		X		
3. Medición del nivel de satisfacción			X	
Presupuesto	Cantidad	Unidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Materiales				
Papel Boom	15	Unidad	0.10	1.5
Lápiceros	15	Unidad	2	30
PPT	1	Unidad		
SUBTOTAL				S/. 31.50
Recurso humano				
Especialista	3	Horas	100	300
SUBTOTAL				S/. 300.00
Refrigerio				50
SUBTOTAL				S/.50.00
TOTAL				S/.381.50

Fuente: Elaboración propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abello, R. (2012). *8 pasos hacia la calidad en el servicio*. (3ra Ed.). Publidisa
- Aguelo, A. (2010). *Conocimientos básicos para la buena gestión empresarial*. Artículo periodístico. Recuperado de <https://www.emprendices.co/conocimientos-basicos-para-la-buena-gestion-empresarial/>
- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes*. Madrid.
- Arada, M. (2015). *Optimización de la cadena de suministros*. España.
- Arias (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la Metodología Científica*. (6ta Ed.). Caracas
- Castilla, G. (2014). *Estrategias gerenciales para el mejoramiento de la situación financiera de la Ese Hospital Local de Turbana, Bolívar durante el período 2013* (Tesis de especialización, Universidad de Cartagena). Recuperado de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2795/1/TESIS%201.pdf>
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría de la administración*. (7ma Ed.). México: Printed in Mexico.
- Díaz, J. (2015). *Gestión administrativa. La confianza en el lugar de trabajo*. Artículo científico. Recuperado de <https://www.grin.com/document/305892>
- Editorial Vértice (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. (1ra Ed.). España: Printed in Spain
- Fayol, H. (1916). *Administración Industrial y General*. (10ma Ed.). Argentina.
- Fernández, S., Hernández C. y Baptista (1997). *Investigación en Administración en America Latina*. (1ra Ed.). Colombia.

- Flores, J. (2018). *Apoyo organizacional percibido y compromiso organizacional en una empresa privada de Lima, Perú*. Artículo científico. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S207721612018000100001&script=sci_arttext&tlng=es
- Flores, S. (2015). *Proceso administrativo y gestión empresarial en Coproabas Jinotega 2015* (Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua). Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>
- García, J (2012). *Evaluación de la calidad y calidez de atención a los usuarios del subcentro de salud El Bosque. Propuesta gerencial de mejoramiento, período 2011* (Tesis de magister, Universidad de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1037/1/tesis%20de%20Maestria%20en%20gerencia%20de%20salud%20%20dr.%20jorge%20garcia.pdf>
- García, L. (2011). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A – Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, 2011*. (Tesis de título, Universidad Nacional de Trujillo). Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia_g.pdf?sequence=1
- Grande, I. (2005). *Marketing de los servicios*. España
- Guerras, L. y Navas, J. (2015). *La dirección estratégica de la empresa*. (5ta Ed.). España: Printed in Spain.
- Hitt, A. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Kotter, J. Porter, M. Drucker,P. (2011). *Lo esencial en la Gestión Empresarial* (1ra Ed.). Publishing.

- Lamata, F. (1998). *Manual de administración y gestión sanitaria*. España.
- Lusthaus, Ch. (2002). *Evaluación organizacional: marco para mejorar el desempeño*. Canadá.
- Malagón, L. (2006). *Garantía de calidad en salud*. (3ra. Ed.). Bogotá: Editorial médica
- Martínez, C. (2012). *Gestión empresarial: administración y planificación del tiempo*. (1ra Ed.). Madrid.
- Medina, M. (2000). *Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio*. España: Printed in Spain.
- Miranda, M. (2010). *Situación de la calidad de agua para consumo en hogares de niños menores de cinco años en Perú, 2007-2010*. Artículo científico. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1726-46342010000400003&script=sci_arttext&tlng=en
- Mori Rafael,V y Zavaleta Cuevas,L (2014). *Influencia de la calidad de servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus – Mall de la ciudad de Trujillo 2014*. (Tesis de licenciado, Universidad Privada Antenor Orrego). Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaoep/349/1/VELA_RAFAEL_CALIDAD_SERVICIO_CLIENTE_VENTAS.pdf
- Moya, C. (2014). *Gestión de Calidad*. (1ra Ed.). Jaén: Alcalá la Real.
- Naresh, K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. (4ta Ed.). México: Pearson Educación
- Pardinas, F. (1969). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. México.

Pérez Ríos, C (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC – Chiclayo período Enero y Septiembre 2011 y 2012*. (Tesis de investigación, Universidad Católica Santa Toribio de Mogrovejo). Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/203/1/TL_Perez_Rios_CynthiaKatterine.pdf

Prieto, J (2016). *Gerencia proactiva: más allá de la visión empresarial*. Bogotá.

Quintero, M. (2015). *Gestión administrativa para el control de los procesos de compra de las empresas fabricantes y distribuidoras de hielo del Municipio de Maracaibo 2015* (Tesis de licenciado, Universidad Rafael Urdaneta). Recuperado de <http://200.35.84.131/portal/bases/marc/texto/3301-15-09131.pdf>

Robbins, S. (2005). *Administración*. (8va Ed.). México: Pearson Educación.

Rodríguez, E. (2003). *Metodología de la investigación*. (5ta Ed.). México.

Rodríguez, M. (2016). *La gestión administrativa y la calidad del servicio*. Artículo científico. Recuperado de <https://es.linkedin.com/pulse/la-gesti%C3%B3n-administrativa-y-calidad-del-servicio-rodriguez-portella>

Rojas, A. y Ebner, V. (2011). *Evaluación de la calidad del servicio de transporte a personas en la ciudad de Puerto Montt 2011* (Tesis de licenciado, Universidad Austral de Chile). Recuperado de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2011/bpmfer741e/doc/bpmfer741e.pdf>

Roque Bonilla, J. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial San Martín - Chiclayo 2016* (Tesis de licenciado, Universidad Señor de Sipán).

- Ruíz, C (2016). *Acreditación universitaria en las carreras de odontología en el Perú*. Artículo científico. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1019-43552016000200005&script=sci_arttext&tlng=pt
- Salas, J. (2017). *Influencia del marketing relacional en los resultados organizacionales de instituciones educativas privadas de Lima metropolitana (Perú)*. Artículo científico. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2313-29572017000100007&script=sci_arttext&tlng=en
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall
- Sánchez, M. (2016). *Medición de la calidad de servicio, como estrategia de competitividad en las organizaciones*. Artículo periodístico. Recuperado en <http://revistas.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/2617/4607>
- Sampieri (2010). *Fundamentos de metodología de la investigación*. (1ra Ed.). Publisher: McGraw-Hill.
- Saussuare, C. (2016). *El uso del Smartphone como herramienta para la búsqueda de información en los estudiantes de pregrado de educación de una universidad de Lima Metropolitana*. Artículo científico. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S101994032016000200002&script=sci_arttext
- Silva, C. (2015). *La gestión universitaria en auditoría interna a estados financieros*. Artículo científico. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202015000200014&script=sci_arttext&tlng=en
- Silva, R. (2013). *Sistema de gestión digital para mejorar los procesos administrativos de instituciones de educación superior: caso de estudio en la Universidad Autónoma Metropolitana*. Artículo científico. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3333/333328170006/>

Tamayo y Tamayo (2008). *Investigación científica*. (4ta Ed.). México: Limusa

Tisnado, J. (2013). *Mejoramiento en los procesos administrativos de la UGEL N°01 El Porvenir que contribuya al desarrollo educativo de la jurisdicción en el año 2013*. (Tesis de licenciado, Universidad Privada Antenor Orrego). Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/208/1/TISNADO_JORGE_MEJORAMIENTO_PROCESOS_ADMINISTRATIVOS.pdf

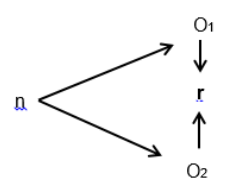
Uribe, E. (2013). *Gerencia del servicio: Alternativa para la competitividad*. (2da Ed.). Ediciones de la U.

Varo, Jaime. (1993). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios: un modelo de gestión hospitalaria*. España.

Velasco, J. (2010). *Gestión de la calidad: Mejora continua y sistemas de gestión*. (2da Ed.). España: Printed in Spain.

Ventura, J. (2009). *Análisis estratégico de la empresa*. (1ra Ed.). España: Printed in Spain

ANEXO A
MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DHL GLOBAL FORWARDING PERÚ S.A, CALLAO, 2018.						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACION Y MUESTRA
GENERAL: ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?	GENERAL: Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.	GENERAL: Existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018	VARIABLE 1: Gestión administrativa	PLANEACIÓN	La investigación es hipotético - deductivo	Clientes de DHL Global Forwarding Perú.
				ORGANIZACIÓN		
				DIRECCIÓN		
				CONTROL	ENFOQUE Cuantitativo	
ESPECIFICOS: a) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018? b) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018? c) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018? d) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018? e) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?	ESPECIFICOS a) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. b) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. c) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. d) Determinar la relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. e) Determinar la relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.	ESPECIFICOS: a) Existe relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. b) Existe relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. c) Existe relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. d) Existe relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018. e) Existe relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.	VARIABLE 2: Calidad de servicio	FIABILIDAD	TIPO Aplicada	TÉCNICAS Encuesta con escala tipo Likert
				CAPACIDAD DE RESPUESTA	NIVEL Descriptivo - correlacional	
				SEGURIDAD		
				EMPATÍA		
				ELEMENTOS TANGIBLES	DISEÑO No experimental y de corte transversal 	INSTRUMENTOS Cuestionario de 19 items

ANEXO B
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS DE LA INSTITUCIÓN				EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	
INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ALCANCE	VALIDADO	FECHA DE VALIDACIÓN
Indicador 1	Elaboración del Plan de Mejora Continua	Elaboración del Plan de Mejora Continua	Elaboración del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los objetivos del Plan de Mejora Continua	Definición de los objetivos del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de las acciones del Plan de Mejora Continua	Definición de las acciones del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los responsables del Plan de Mejora Continua	Definición de los responsables del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los plazos del Plan de Mejora Continua	Definición de los plazos del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los indicadores del Plan de Mejora Continua	Definición de los indicadores del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los métodos del Plan de Mejora Continua	Definición de los métodos del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los instrumentos del Plan de Mejora Continua	Definición de los instrumentos del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos humanos del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos humanos del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos materiales del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos materiales del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos financieros del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos financieros del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos tecnológicos del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos tecnológicos del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos de infraestructura del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos de infraestructura del Plan de Mejora Continua	✓	
Indicador 2	Ejecución del Plan de Mejora Continua	Ejecución del Plan de Mejora Continua	Ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los objetivos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los objetivos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de las acciones de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de las acciones de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los responsables de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los responsables de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los plazos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los plazos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los indicadores de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los indicadores de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los métodos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los métodos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los instrumentos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los instrumentos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos humanos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos humanos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos materiales de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos materiales de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos financieros de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos financieros de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos tecnológicos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos tecnológicos de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	
		Definición de los recursos de infraestructura de la ejecución del Plan de Mejora Continua	Definición de los recursos de infraestructura de la ejecución del Plan de Mejora Continua	✓	

Elaborado por: [Firma] / [Nombre] / [Cargo] / [Fecha]

MATRIZ DE VALORACION DEL RENDIMIENTO DE OPERACIONES DE TIPO FINANCIERO

Título de la actividad: Valoración de la rentabilidad y la calidad de servicio en las operaciones de tipo financiero		Apellidos y nombres de los evaluados: Castro, Álvaro (Jefe de Área)		Nombre del evaluado: Álvaro Castro		FECHA DE EVALUACION: 10-07-18	
CATEGORIA	INDICADORES	DESCRIPCION	INDICADORES	NOTA	SEÑALES	NO CALIFICAR	INDICACION DEL EFECTIVO
Gestión administrativa	Ejecución	Planificación	Elaboración de planes de trabajo	✓			
		Organización	Asignación de recursos	✓			
		Directiva	Definición de políticas	✓			
		Control	Seguimiento de resultados	✓			
		Relación	Trabajo en equipo	✓			
		Comunicación	Reportes de gestión	✓			
		Administración	Mantenimiento de registros	✓			
		Seguridad	Protección de datos	✓			
		Calidad de servicio	Atención al cliente	✓			
		Comunicación	Trabajo en equipo	✓			
<p>Nota: 10-07-18</p> <p>Firma del evaluado: </p>							

Formulario de Evaluación de Rendimiento y Calidad de Servicio en Operaciones de Tipo Financiero

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIONES DE DATOS					
Escala de calificación: Logro de los indicadores que le cubren el nivel de logro en la empresa (Muy Baja, Baja, Regular, Buena, Muy Buena)					
Apellidos y nombre del evaluador: <u>Carolina Estela Zepeda</u>					
Nombre del evaluado: <u>Carolina Estela Zepeda</u>					
VALORACIÓN	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS	OPINIONES DEL EXPERTO	
				ACERTOS	COMENTARIOS/RECOMENDACIONES
Evaluación administrativa	Pasos de la evaluación	Definición de objetivos	Se define el alcance de la evaluación y se establecen los objetivos de la misma.	/	
		Selección de indicadores	Se seleccionan los indicadores que se van a evaluar y se definen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
		Definición de la muestra	Se define la muestra de la población que se va a evaluar y se establecen los criterios de selección.	/	
Evaluación de resultados	Pasos de la evaluación	Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	
		Definición de los indicadores	Se definen los indicadores que se van a evaluar y se establecen los criterios de evaluación.	/	

Fecha: 10.07.19

Nombre del evaluador: Carolina Estela Zepeda

Lima, 19 Junio del 2018

Estimado Mg./ Dr.:

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 utilizarse en la investigación denominada “La gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018”. 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

Brithania Castro Abarca

“La gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018”

1. Problema

1.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?

1.2. Problemas específicos

- a) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- b) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- c) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- d) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- e) ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?
- f) ¿Cómo estará estructurado un plan de estrategias orientadas a la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018?

2. Hipótesis

2.1. Hipótesis general

Existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

2.2. Hipótesis específicas

- a) Existe relación entre la gestión administrativa y la fiabilidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- b) Existe relación entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- c) Existe relación entre la gestión administrativa y la seguridad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- d) Existe relación entre la gestión administrativa y la empatía de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.
- e) Existe relación entre la gestión administrativa y los elementos tangibles de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018
- f) Existe cambios en la organización mediante un plan de estrategias orientadas a la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa DHL Global Forwarding Perú S.A, Callao, 2018.

LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DHL FORWARDING PERÚ S.A.

En el siguiente listado de afirmaciones seleccione la opción que mejor describa la situación.
No existen respuestas correctas ni incorrectas, tan solo se quiere conocer su opinión. Marque:

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">1</div> Nunca	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">2</div> Casi Nunca	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">3</div> A veces	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">4</div> Casi Siempre	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">5</div> Siempre
--	---	--	---	--

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Conoce las agencias de transferencia/distribución donde opera la empresa					
2	La empresa cuenta con la logística necesaria para acceder con facilidad a los servicios de manera rápida para realizar los envíos					
3	Los colaboradores se comunican con un lenguaje sencillo para atender su requerimiento de envío.					
4	La empresa cuenta con los materiales de envío y/o transferencias (sobres, feel, sellos de seguridad, cinta de seguridad) para garantizar una transacción segura					
5	En la oficina de la empresa se muestra a los usuarios los procesos a seguir para realizar un envío seguro					
6	Recurre a la empresa DHL para hacer sus envíos, porque es la empresa líder en el mercado de courier.					
7	El personal que lo atiende es proactivo al momento de atender su pedido.					
8	Los colaboradores muestran iniciativa para brindarle solución a sus inconvenientes					
9	La empresa realiza encuestas de satisfacción al cliente luego de brindado el servicio					
10	Cuando la empresa se compromete a realizar algo en cierto tiempo lo hace					
11	El personal de la empresa está entrenado para desempeñar sus funciones de forma eficiente					
12	El personal de atención al cliente procura realizar las transacciones sin errores.					
13	Existe total disponibilidad del personal de la empresa para ayudar al cliente					
14	El personal de la empresa da respuesta rápida a la consulta de los clientes.					
15	El personal asignado para la recepción de envíos inspira confianza					
16	La atención es personalizada en las transacciones que realiza cada cliente.					
17	El personal de la empresa comprende la necesidad de sus clientes					
18	Las instalaciones físicas de la organización para el proceso de envío están habilitadas para el servicio.					
19	El personal de la organización cuenta con vestimenta que lo identifique.					

Gracias por su colaboración!

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
---	--	---

ANEXO C

ACTA DE ORIGINALIDAD - TURNITIN

Yo, **MSC. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Lima sede Lima Norte, revisora de la tesis titulada **“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DHL GLOBAL FORWARDING PERÚ S.A, CALLAO, 2018”**, de la estudiante **BRITHANIA CASTRO ABARCA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **15%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La 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, 02 de Julio del 2018.

MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

DNI: 016631152


DOCENTE DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Feedback Studio - Mozilla Firefox
https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&u=1055284503&s=1&o=984778892

feedback studio BRITHANIA_CASTRO_ABARCA_TESIS_2018.docx /0 21 de 25



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO
EN LA EMPRESA DHL GLOBAL FORWARDING PERÚ S.A,
CALLAO, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA
Castro Abarca Brithania

ASESORA
MSc. Mairena Fox Petronila Liliana

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Gestión de organizaciones

LIMA - PERU

2018

Resumen de coincidencias

15 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

15	1	Entregado a Universida...	3 %
		Trabajo del estudiante	
	2	repositorio.une.edu.pe	2 %
		Fuente de Internet	
	3	repositorio.uigv.edu.pe	1 %
		Fuente de Internet	
	4	repositorio.uladech.ed...	1 %
		Fuente de Internet	
	5	repositorio.uncp.edu.pe	1 %
		Fuente de Internet	
	6	repositorio.unsa.edu.pe	1 %
		Fuente de Internet	
	7	Entregado a Universida...	<1 %
		Trabajo del estudiante	
	8	repositorio.unheval.edu...	<1 %
		Fuente de Internet	
	9	documents.mx	<1 %
		Fuente de Internet	
	10	docplayer.es	<1 %
		Fuente de Internet	
	11	Entregado a Universida...	<1 %
		Trabajo del estudiante	

Página: 1 de 134 Número de palabras: 27223 Text-only Report | High Resolution Apagado