



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La gestión administrativa y las ventas en la empresa de calzados Qwapa,
Callao, año 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Rumiche Tume, Cindy Lisbet (ORCID: 0000-0002-1374-0855)

ASESOR:

Mg. Dios Zarate, Luis Enrique (ORCID: 0000-0003-0176-0047)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

CALLAO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi padre que a pesar de nuestra distancia física por motivos de su trabajo ha estado apoyándome siempre.

A mis hermanos Henry y Heidy por confiar siempre en mí, y gracias a mi Joaquín ¡te amo mi amor! por entender que mediante el proceso de elaboración de esta tesis, fue necesario realizar sacrificios como momentos a su lado, y otras situaciones que demandaban tiempo, tiempo del cual el dueño eran él.

AGRADECIMIENTO

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo merecen reconocimiento especial, mi Madre y mi Padre que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Asimismo, agradezco infinitamente a mis hermanos y a mi hijo que con sus palabras me hacían sentir orgullosa de lo que soy y de lo que les puedo enseñar. Ojalá algún día yo me convierta en su fuerza para que puedan seguir avanzando en su camino.

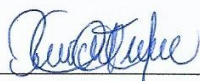
También quiero agradecer a cada uno de nuestros maestros, que nos han brindado su apoyo en este largo camino y en especial a nuestro asesor por este informe de tesis que es fruto de mucho esfuerzo y perseverancia.

PÁGINA DEL JURADO

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Cindy Rumiche Tume identificado con el DNI N° 45553072, 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 Académica Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica. Asimismo, 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 información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.



Cindy Rumiche Tume
DNI N° 45553072

ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice.....	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	12
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	12
2.2 Operacionalización de variables	12
2.3 Población, muestra y muestreo	13
2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
2.5 Métodos de análisis de datos.....	17
2.6 Aspectos éticos.....	17
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN	32
V. CONCLUSIONES	33
VI. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS	35
ANEXOS.....	39

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de Operacionalización de Variables, véase en Anexo 5	12
Tabla 2. <i>Distribución de la población</i>	13
Tabla 3 Validez de contenido por juicio de expertos véase en anexo 8	16
Tabla 4 Confiabilidad de prueba piloto – Alfa de Cron Bach véase en anexo 9	16
Tabla 5. Niveles de percepción de la gestión administrativa véase en anexo 10.....	19
Tabla 6. Niveles de percepción de las dimensiones de gestión administrativa véase en anexo 11 ...	19
Tabla 7. Niveles de percepción de ventas véase en anexo 12.....	20
Tabla 8. Niveles de percepción de las dimensiones de ventas véase en anexo 13.....	21
Tabla 9. <i>Tabla cruzada GESTION ADMINISTRATIVA *VENTAS</i>	22
Tabla 10. <i>Pruebas de chi-cuadrado</i>	23
Tabla 11. <i>Tabla cruzada VENTAS *PLANEACIÓN</i>	24
Tabla 12. <i>Pruebas de chi-cuadrado</i>	25
Tabla 13. <i>Tabla cruzada VENTAS *ORGANIZACIÓN</i>	26
Tabla 14. <i>Pruebas de chi-cuadrado</i>	27
Tabla 15. <i>Tabla cruzada VENTAS *DIRECCIÓN</i>	28
Tabla 16. <i>Pruebas de chi-cuadrado</i>	29
Tabla 17. <i>Tabla cruzada VENTAS *CONTROL</i>	30
Tabla 18. <i>Pruebas de chi-cuadrado</i>	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Niveles de percepción de la gestión administrativa	19
Ilustración 2 Niveles de percepción de las dimensiones de la variable independiente	20
Ilustración 3 Niveles de percepción de ventas.....	20
Ilustración 4 Niveles de percepción de las dimensiones de la variable dependiente	21

RESUMEN

El siguiente informe de tesis define la relación entre la gestión administrativa y las ventas, en la empresa de calzados Qwapa, año 2019.

Se ejecutó una encuesta a 110 clientes como muestra para poder llegar al objetivo que queremos.

Este informe de tesis es cuantitativo, se utilizó el diseño no experimental de corte transversal, de tipo descriptivo, aleatorio simple.

Se utilizó el instrumento cuestionario y la técnica fue la encuesta bajo la escala ordinal y es medido con Likert, apoyándome con los clientes que realizaron sus compras en el mes de Julio del año 2019, teniendo como muestra 86 clientes que ingrese al sistema SPSS25 aplicado el método de alfa de CronBach lográndose el valor para mi variable independiente Gestión Administrativa de 0,793 y para la variable dependiente Ventas de 0,814, y se efectuó la prueba de χ^2 , donde se tuvo como conclusión la determinación que existe una relación entre gestión administrativa y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Según los resultados obtenidos rechazaron la Hipótesis nula (H_0) y se aceptó la Hipótesis Alterna (H_1) concluyendo así que la gestión administrativa se relaciona significativamente de forma positiva considerable ($X^2=87, 110a$) con las ventas.

Palabra claves: Gestión Administrativa, Ventas, Calzado

ABSTRACT

The following thesis report defines the relationship between administrative management and sales, in the footwear company Qwapa, year 2019.

A survey of 110 clients was executed as a sample in order to reach the objective we want.

For this thesis report is quantitative, the non-experimental cross-sectional, descriptive, simple random design was used.

The questionnaire instrument was used and the technique was the survey under the ordinal scale and is measured with Likert, supporting me with the customers who made their purchases in the month of July of the year 2019, having as sample 86 clients that enter the SPSS25 system applied the Cronbach alpha method achieving the value for my independent variable Administrative Management of 0.793 and for the dependent variable Sales of 0.814, and the chi2 test was carried out, where it was concluded that, if there is a relationship between administrative management and sales, in the footwear company Qwapa, 2019.

According to the results obtained, they rejected the Null Hypothesis (Ho) and the Alternate Hypothesis (Hi) was accepted, concluding that the administrative management is significantly significantly related to sales.

Keywords: Administrative Management, Sales, Footwear

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el mundo, la administración ha tomado gran relevancia para todas las organizaciones y empresas pues gracias a ello se logra obtener el dominio en cualquier entidad social ya que la dependencia de estos es de forma directa e indirecta, porque necesitan administrar de manera eficiente los colaboradores y suministros que tienen. Es por ello, que actualmente están las empresas enfocadas a contratar personal idóneo y están dando más valor al elemento humano para el desarrollo y crecimiento de sus organizaciones.

Actualmente, en el Perú, el aumento de las Micro y Pequeña Empresas (MYPES) ha incitado al desarrollo de una mayor fuente de empleo y en mayor parte, las empresas familiares. Pese a que se dan distintas circunstancias para su progreso y desarrollo, la mayor parte de MYPE carecen en el cumplimiento de su misión, pues a menudo los colaboradores carecen de capacitación y disposición adecuada, lo que conllevará a no tener un correcto manejo en cuanto a planeación, distribución, control y dirección en la organización.

La gerencia de una empresa y la de sus productos no se deben considerar únicamente como fuente de bienes y servicios, sino como la dirección de una entidad que se encarga de proveer satisfacciones y crear nuevos clientes. Por tal motivo, es imprescindible aludir que todos deben considerar el uso de instrumentos mercadológicas que les faciliten aludir sus objetivos y metas concerniente a las ventas, así también la colaboración en el mercado y la recuperación de la inversión que efectúan, pero, en primer lugar, la satisfacción del cliente, la cual se ve reflejada en sus expectativas y satisfacción de sus necesidades. La administración de hoy en día obliga a las empresas a optimizar en todas sus áreas y a reconocer la eficiencia con la que una entidad es administrada, principalmente como el factor individual más importante en su éxito que se verá reflejado a largo plazo.

Actualmente, el problema en la Empresa de Calzado QWAPA es la ausencia de la misión y visión, una organización deficiente, en cuanto se refiere a funciones y atributos de cada área y trabajador, falta de capacitaciones al personal, de planificación e implementación de los procesos de seguimiento, control y medición. La falta de tener definidas las políticas, procedimientos y responsabilidades tanto de gerencias como del personal asalariado, quienes son los principales actores y que a su vez están comprometidos dentro de los procedimientos administrativos.

La finalidad del proyecto es que las gerencias tomen conciencia sobre los procesos administrativos y generen un plan de continua mejora, para que así puedan lograr los objetivos de ventas planteados como objetivos, con los indicadores y rentabilidad deseada. Asimismo, orientar a una administración y organización con éxito, las cuales pueden ser tanto externas como internas, con el objetivo de que la empresa siga creciendo y que con el pasar de los años sea una de las compañías nacionales con un nivel de ventas satisfactorio y prometedor.

Arias (2014), la investigación planteó como objetivo general analizar la gestión administrativa reflejado en la rentabilidad financiera, la autora realizó una investigación del tipo exploratoria, descriptiva y correlacional, con enfoque cuantitativo, se pudo contrastar la hipótesis y llegar así las conclusiones que la evaluación de desempeño no es la óptima y que a su vez afecta a la rentabilidad de la empresa.

Otacoma (2015), el objetivo del presente informe fue el de estudiar los procesos administrativos y forma de organización ante la necesidad de una reestructuración, el tipo de estudio fue exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo, como conclusión señaló que obtuvo respuestas significantes, diferentes y ventajosas sobre la demanda observada, gracias a que se impulsaron nuevas técnicas de ventas, permitiendo el desarrollo de almacenes.

Coque (2016), su objetivo fue identificar las consecuencias que tiene la gestión de administración con el fin de determinar acciones para que se desarrolle la rentabilidad, el tipo descriptiva transversal y de diseño no experimental, tuvo un enfoque predominantemente cualitativo, sin embargo, también se presencié el enfoque cuantitativo debido al análisis de datos sobre las variables del estudio, concluyendo que en la empresa existe una gestión administrativa insuficiente que afecta de manera directa al descenso de las ventas de la empresa.

Moya - Upiachihua (2016), tuvo el objetivo de resolver toda relación referente al desarrollo de las gestiones administrativas en base al esfuerzo realizado del equipo de ventas, todo el estudio fue de modalidad descriptiva aplicando la encuesta en base al instrumento y

con una serie de preguntas plasmadas en el cuestionario con medición de escala Likert, teniendo como conclusión las relaciones que existen con respecto a las gestiones administrativas y el esfuerzo del conjunto de equipo de ventas, y como pueden realizar sinergia para lograr el objetivo, enfocándose principalmente en el examen de destrezas interviniendo muchos factores externos y factores internos.

Roque (2016), su meta primordial es plantear estrategias de gestiones administrativas para incrementar toda el aspecto del servicio y la calidad brindada e identificar los niveles del proceso en la mype, realizó una estudio de manera descriptiva transversal y de tipo no experimental como diseño; la metodología es inductiva – deductiva, con lo cual llegaron a la conclusión de que los niveles de la parte administrativa como gestión es medio dado a que el 64% de los trabajadores indican que debe aplicarse estrategias de gestión administrativa.

Pucllas (2018), tuvo como objetivo general, establecer cómo estratégicamente la gestión se relaciona con el nivel de ventas, el autor realizó una investigación de tipo descriptiva transversal y de diseño no experimental; una de las conclusiones más importantes halladas por el autor del presente trabajo, es que crear la ventaja como un sistema integrado, que resulte complicado de imitar, pues se ven las partes, pero es incapaz de descifrarse en su totalidad.

Teoría científica de Gestión Administrativos

Los autores (Hellriegel, Jackson, & Slocum, 2005) plantean que “Administración se refiere a las tareas y actividades implicadas en la dirección de una organización o una de sus unidades: planeación, organización, dirección y control.”

Según (Koontz, O' Donnel y Weihrich, 1990) “trabajo y esfuerzo para mantener un entorno laboral donde los colaboradores trabajen en función a los objetivos y metas planteadas por la organización”

Según (Amat, 1992) “la gestión es el poder desarrollar las funciones básicas: Planear, Organizar, Dirigir y Controlar.”

Según (Chiavenato, 2006), la gestión es una “disciplina que busca el cumplimiento de objetivos a través de la coordinación del personal para trabajar en ello con una estructura definida”

La expresión gestión se asocia al vínculo de funciones que tendrán que realizar para obtener los propósitos en el tiempo y en plazo determinado, orientado a lo planificado que considero que una buena gestión se consigue exclusivamente a través del atrevimiento y compromiso.

Es trascendental acentuar que gestión y administración no son similares, pero efectivamente son implementos conjuntos y su discrepancia , entre tanto que en la gestión se pone en desplaza todo lo que se ha planificado para un solo objetivo.

Según (Anzola, 2002) la administración comprende el trabajo que con esfuerzo por parte de los colaboradores lograrán alcanzar las metas y objetivos desempeñando sus labores de la mano con la planeación, organización, dirección y control.

Para (Chiavenato, 2006) la administración “incluye planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los materiales para cumplir los objetivos empresariales.”

Según (Hernández, 2006) la administración “es una profesión que buscar generar la mayor eficiencia y eficacia de los trabajadores para obtener buenos beneficios en relación con los recursos que se encuentran con disponibilidad: de recursos financieros, de tecnología y recursos humanos.”

La gestión administrativa incluye la mejora de una cadena de labores que permite desarrollar adecuadamente sus bienes económicos o materiales y es de gran significancia ya que de eso depende la superación o frustración que pueda asumir una sociedad, tomando en estudio sus 4 funciones: el planeamiento, el organizar, direccionar y controlar

Dimensiones de la Administración y su Gestión

Chiavenato considera que son 4 las etapas principales: Planeación, Organización, Dirección y Control, las cuales detallaremos en este informe de investigación.

Planeación: Para (Anzola, 1993) Principalmente se planea objetivos de forma ordenada y de acuerdo a lo que la empresa busca lograr. Planear hoy lo que se tiene que hacer mañana, podríamos responder estas preguntas: ¿Qué hacer?, ¿Cómo hacerlo?, ¿Dónde hacerlo?, ¿Quién lo hace?, ¿Cuándo lo hace? Y ¿Por qué lo hace? (p.14)

La planeación es la etapa principal e inicial del proceso, pues en esta etapa se definen los objetivos. Sin una buena planificación difícilmente se podrá llegar a cumplir algún objetivo.

Tipos de planes Según (Koontz et al., 2012), se clasifican en: misión, objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos.

Las cuales son elegidas dos y las describiremos a continuación.

a) Objetivos: Es lo que planteamos lograr a corto, mediano o largo plazo y son de gran significancia para la empresa. Los objetivos deben ser claros, deben tener una definición concisa, eliminando cualquier tipo de desorganización; además que deben ser realistas, validando el entorno de la institución.

b) Estrategias: Se busca una actividad para mantener y crear ventajas potenciales, ya que aquellas características son la diferencia que tiene una empresa sobre otras, y le facilita la capacidad de lograr un beneficio sobre ella.

Organización: Para (Anzola, 1993) “busca coordinar a los colaboradores y los recursos encaminados al objetivo principal de la empresa, para lo cual es necesario asignar funciones, y las relaciones entre el personal” (p.14).

Características principales:

- Las empresas se enfrentan a constantes cambios, y provoca la transformación en la organización.
- Brinda los métodos y herramientas necesarias para ejercer de forma eficiente las actividades.

Dirección: Para (Anzola, 1993) “debemos definir, guiar e influir sobre nuestro personal para cerciorarnos que estén cumpliendo con sus actividades encaminadas al logro de objetivos” (p.14).

Para (Chiavenato, 2006) “para los cargos y funciones se deben asignar personas idóneas y deben ser entrenadas, motivadas y guiadas para que tengan buenos resultados para la empresa” (p.150).

La dirección es el complemento entre los emprendimientos aceptablemente restringidos, competentes reglas o control de ejercicio. El encargado de efectuar esta señal

debe relatar con la inteligencia de experimentar e indicar a los acompañantes, cumpliendo los objetivos de la compañía.

Elementos de dirección (Anzola, 1993) considera 3: Liderazgo, Motivación y Comunicación.

Escogiendo dos para este informe.

a) Motivación: Estado donde el personal se mantiene y se comporta encaminado con lo que desea lograr. Para que una empresa funcione de tradición formidable debe estar muy motivada, la empresa puede entregar motivaciones como los galardones, buen espacio gremial, enaltecimientos, agradecimientos, capacitaciones, etc.

b) Comunicación: (Anzola, 1993) Las estructuraciones no pueden aparecer sin cablegrama, es necesario tener comunicación con los compañeros para estar sincronizados con las actividades que todos realizar. Esto imposibilita conciliar el compromiso, por lo cual la estructuración se derrumbará. (p.82)

Control: Para (Anzola, 1993) “referido a la supervisión del personal y a los resultados que se obtienen para cumplir los objetivos planteados” (p.14).

Para (Chiavenato, 2006) “la intención del control es defender que los resultados de lo anteriormente planteado, organizado y dirigido se relacionen a los objetivos colocados” (p.151).

En esta etapa final calibraremos, calcularemos y suprimiremos el desempeño de los empleados para prometer que las diligencias y exigencias oficiales vayan de acuerdo con los objetivos de la sucursal.

Teoría científica de Ventas

García (2011) las ventas se refieren a la manera en que uno se acerca al mercado, cual meta es distribuir lo que se tiene como producción, en vez de generar lo que él desea el mercado. (p. 12).

Las ventas como concepto se enfoca su atención hacia entregar lo que puede producir (artículos, bienes, innovación etc.). Y para esto enfoca las tareas que le puedan permitir enardecer a sus modelos de manera que elijan la alternativa a favor.

Las ventas y su dirección

Progreso de filial de logísticas, determinación de objetivos, factura y examen de anteproyectos de ventas, que proporcionen una plaza en el mercado con los clientes. Se debe gestionar un personal de ventas que se encuentre organizado, acostumbrado y motivado para obtener en todo instante la máxima inteligencia de enajenar. (García, 2011).

Los líderes deben de percatarse de que uno de los principales fondos de sus tareas está ciertamente en sus grupos de posada y en el ingenio y el conocer de las cabezas que lo adiestran. Es por ello, el entorchado de supervisión de liquidaciones se forma en representación de clave que permita el cambio e impulso de toda misión.

La representación del superior de las ventas se basa en apropiarse logros magníficos que refieren de la arreglada conspiración el cual un atrezo formado por individuos normales. Es decir, un buen patriarca de ventas no es nada más uno de los mejores negociantes, a oportunidades es precisamente lo contrario, sin embargo, claro está, debe ser un buen comerciante y debe retener proporcionadamente el empleo desde en el interior.

El cometido del regente de tabernas requiere que sea llevada a liñuelo por un líder, alguien que tenga legados de principal, que sea eficiente de originar un medio ambiente cultural, que plantee metas eficientes para ejecutar el elenco haga seguimiento en la inalcanzable empero, pero con reto comercial.

Las ventas y los tipos

Todas las ventas cuentan con una clasificación con criterios diferenciados los cuales son:

a) Desde el fabricante y su punto de vista se distinguen 2:

1. Ventas dirigidas: Usan su personal energía de ventas. Los encargados de ventas de la delegación son comprensibles de emplear y motivar.
2. Ventas indirectas: Se usan empleados terceros. Los representantes deben conocer el mercado y tener una buena cartera de clientes. A estos se les retribución comisión y no honorarios y desembolsos.

Ventas y sus técnicas

Diplomacia de bordonar las definiciones de un bien y/o servicio, en finales de provechos y utilidades para que compre lo ofrecido. Esto implica un crecimiento proyectado, ordenado, latente y analítico para rendimiento acierto del comprador como del comerciante.

Debemos saber:

1. Que hacer en la entrevista y los 15 iniciales minutos
2. La demostración y como realizarla de conocedor
3. Conocer las cualidades y defectos de los bienes que se ofrecen
4. Exámenes de manera escrita y oral de todos los valores y características

Problema general

- ¿De qué manera se relaciona la gestión administrativa con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?

Problemas específicos

- ¿De qué manera se relaciona la planeación con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?
- ¿De qué manera se relaciona la organización con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?
- ¿De qué manera se relaciona la dirección con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?
- ¿De qué manera se relaciona el control con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?

Este informe de tesis nos sirve para determinar si existe relación significativa entre la gestión administrativa y las ventas en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019. Así como los factores que determinan cada variable y el grado de correlación existente en ellas.

Justificación teórica, pretendemos contribuir a tener un mayor y amplio conocimiento y dar referencias sobre las variables de la gestión administrativa y ventas, siendo importante conocer la relación entre ellas para la toma de decisiones y plantear mejora de procesos, pues esto nos permite definir reestructuración en los procesos de la administración con la finalidad de incrementar los volúmenes sobre las ventas de la empresa.

Justificación metodológica, se utilizó el método de investigación científica con técnicas, procedimientos, problemática, marco teórico, resultados, conclusiones y recomendaciones; se elaboró un instrumento de medición, el cual es un cuestionario para ambas variables, y una vez realizado será sometido a análisis con el software de análisis estadístico SPSS.

Justificación práctica, tiene como objetivo brindar conocimiento en pro a todo el mundo empresarial y a la propia empresa seleccionada para el desarrollo de la tesis, y con los resultados se podrá mejorar la toma de decisiones y también la gestión administrativa para que así la empresa logre tener mejores resultados en las ventas.

Justificación de relevancia social, esta propuesta ayudará a mejorar la gestión administrativa, donde intervienen procesos y elementos básicos para una correcta gestión administrativa, los mismos que mejorarán el nivel de ventas y por consiguiente también la rentabilidad en la empresa.

Hipótesis general

Hipótesis Nula (Ho): La gestión administrativa y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): La gestión administrativa y las ventas se relacionan significativamente en la compañía de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis específicas

- Hipótesis específica 1

Hipótesis Nula (Ho): La planeación y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alternativa (Ha): La planeación y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

- Hipótesis específica 2

Hipótesis Nula (Ho): La organización y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alternativa (Ha): La organización y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

- Hipótesis específica 3

Hipótesis Nula (Ho): La dirección y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alternativa (Ha): La dirección y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

- Hipótesis específica 4

Hipótesis Nula (Ho): El control y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alternativa (Ha): El control y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Objetivo general

- Determinar la relación de la gestión administrativa con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Objetivos específicos

- Determinar la relación de la planeación con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.
- Determinar la relación de la organización con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.
- Determinar la relación de la dirección con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.
- Determinar la relación del control con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

Para el estudio de nuestra exploración se ha aplicado el método descriptivo, el cual tiene una estructura de un diseño aplicado, y este contiene procedimientos y técnicas que son precisas para la recolección de datos y análisis de la información que se requiere para comprobar la hipótesis planteada y el análisis del objetivo de estudio.

Nuestro estudio es tipo aplicada. Sustentado por Zorrilla (1985), quien la define como “La investigación básica denominada también dinámica pues intenta comparar la realidad con lo teórico y estudia problemas concretos” (p. 43).

Asimismo, la investigación es de tipo descriptiva, y para Alfaro, (2012), este diseño está referido a las particularidades internas y externas dentro de un determinado espacio y tiempo (p.19), además es correlacional, y Hernández et al. (2010) nos indica que estas determinan la relación entre dos o más variables. (p.78).

El enfoque cuantitativo estudia la asociación o relación entre las variables y nos ayuda a la interpretación de los resultados obtenidos.

Se utilizó el método inductivo y deductivo, esto permitió reconocer los problemas y relaciones a través de análisis, comparación y procesamiento de la información obtenida de la muestra.

El tema presentado es no experimental como diseño de corte transversal, observamos la variable y luego la analizamos, Kerlinger (1983) nos dice que “La investigación no experimental o también llamada *ex-post-facto* es aquella investigación en la que no se manipulan las variables y son asignadas aleatoriamente” (p. 116)

2.2 Operacionalización de variables

Variable independiente: Gestión Administrativa

Variable dependiente: Ventas

Tabla 1. *Cuadro de Operacionalización de Variables*, véase en Anexo 5

2.3 Población, muestra y muestreo

Población

Como refieren Hernández et al. (2014) Es el grupo de todas las personas que coinciden con serie de características específicas.

Para llevar a cabo la presente investigación, la población va será formada por 110 los clientes de la empresa del mes de Julio del año 2019.

Tabla 2. *Distribución de la población*

Nº	Empresa de Calzado Qwapa	Nº de clientes
1	Clientes	110
	Total	110

Fuente: Elaboración propia

Muestra

Según Hernández et al. (2014), la muestra es un subconjunto de la población en el cual se recolectan los datos que deben ser significativos de la población. En este estudio, la muestra se delimitó y fue representativa de la población a fin de que los resultados se puedan generalizar.

La muestra es una parte del total de la población, sobre la cual se efectuarán y se aplicará el instrumento para medir las variables. La determinamos de la siguiente manera:

$$n = \frac{N.Z^2.p.q}{(N-1).E^2 + Z^2.p.q}$$

Dónde:

N = Total de la población; el cual se determinó realizando una estimación de clientes que asisten para comprar en la empresa semanalmente.

Z= 1.96 (si la seguridad es del 95%)

n= Tamaño de muestra.

p= Proporción de la variable de estudio, usualmente cuando no se conoce información o no existe una prueba piloto sobre la población se asume el valor p=0,5.

q= 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)

E = Margen de error (en la investigación se usó un 5%).

$$n= \frac{(110(1.96)^2 (0.5) (0.5))}{((0.05)^2 (149)+ (1.96)^2 (0.5) (0.5))}$$

Se determinó la muestra de 86 personas.

- Unidad de análisis: Cliente final de la empresa de calzado Qwapa, Callao, 2019.
- Criterios de inclusión: Son todos los Cliente final que compren productos en la empresa de calzado Qwapa en el mes de julio, Callao, 2019.
- Criterios de exclusión: no se tomará en cuenta a los usuarios que no tienen mucha frecuencia en la empresa de calzado Qwapa, Callao, 2019

Muestreo

Es un procedimiento de selección apoyado en el libre comportamiento del siniestro. Es el sistema de muestreo más fundamental y es referencia de las demás índoles de diseño (Vivanco, 2005, p.69)

En esta investigación, teniendo en cuenta que el muestreo es el procedimiento para seleccionar la muestra, se realizó el muestreo de la técnica de aleatorio simple, aquel donde se realiza una selección aleatoria del primer elemento, y seguido se seleccionan los demás elementos utilizando intervalos hasta llegar el tamaño de la muestra deseado.

2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

Utilizamos la encuesta para formularle las preguntas a la muestra calculada, se ha definido las preguntas considerando que puedan responder con la escala de Likert.

Según Malhotra (2004) la encuesta: Es un cuestionario de forma estructurada que se aplica a la muestra y se realiza con el fin de recolectar información específica de los colaboradores. (p.321)

Instrumento

Utilizamos el cuestionario que consta de 24 preguntas a las variables gestión administrativa y Ventas, las cuales fueron seccionadas de acuerdo con la primera variable 12 preguntas y para la segunda variable 12 preguntas.

Según refiere Malhotra (2004) Es un papel informativo que contiene preguntas de manera organizada relacionadas a los Kpi de las variables y que nos ayudará a interpretar nuestros resultados” (p. 322).

Véase *Ficha Técnica de Gestión Administrativa* en anexo 6

Véase *Ficha Técnica de Ventas* en anexo 7

Validez

La validez fue realizada con el juicio de especialistas, y determinarán si presenta una validez significativa, encontrando Pertinencia, Relevancia y claridad.

Kerlinger (1979) indica que “La validez es un aspecto más complejo que debe lograrse en todo instrumento de medición que se aplique”. (p. 138)

Tabla 3 Validez de contenido por juicio de expertos véase en anexo 8

Confiabilidad

Utilizamos el alfa de Cron Bach para determinar la fiabilidad del instrumento según los niveles.

Hernández, Fernández y Batista (1998) nos dicen que “La confiabilidad se refiere al grado en que su aplicación de un instrumento repetida al mismo sujeto produce iguales resultados”. (p.21)

Esta prueba se ejecutó, usando el sistema de estadística SPSS.

Se presentarán los números que se toman para identificar la referencia para poder mostrar el valor de confiabilidad como coeficiente

- Mayor a $>.9$ es excelente
- Mayor a $>.8$ es bueno
- Mayor a $>.7$ es aceptable
- Mayor a $>.6$ es cuestionable
- Mayor a $>.5$ es pobre
- Menor a $<.5$ es inaceptable

Tabla 4 Confiabilidad de prueba piloto – Alfa de Cron Bach véase en anexo 9

Se efectuó la confiabilidad del instrumento con el método de Alfa de Cron Bach, se ingresaron los datos recabados al estadístico SPSS 25, luego de tomada la muestra, que corresponde a 10 clientes finales de la empresa de calzado Qwapa.

De acuerdo a la estadística para la variable “Gestión Administrativa” confirma la confiabilidad de la prueba debido a que arrojó un valor de 0.793; es decir el grado de fiabilidad del instrumento es aceptable.

De acuerdo a la estadística para la variable “Ventas” confirma la confiabilidad de la prueba debido a que arrojó un valor de 0.814; es decir el grado de fiabilidad del instrumento es bueno.

2.5 Métodos de análisis de datos

Para el transcurso de la actual labor se usó la descripción como método, estadístico y analítico, comprendiendo que la descomposición de números es la norma que permite en el análisis de los eventos y el rendimiento de toda expresión en cantidades con el límite de conseguir afirmación recibida y que sea confiable. Y se procesarán los datos mediante el programa estadístico SPSS 25 y Microsoft Excel.

(Hernández et al., 2010) “el análisis se inicia con idealizaciones basadas en las hipótesis. Una vez recolectados los datos numerales, éstos se transfieren a una matriz, la cual se analiza a través de medios estadísticos” (p.14).

El análisis e explicación de los resultados estadísticos se realizó a través de la estadística descriptiva hallando el coeficiente de Chi cuadrado de Pearson.

Se empleó gráficos estadísticos para poseer un mejor análisis al instante de precisar los cuadros estadísticos.

2.6 Aspectos éticos

El informe ha hecho referencia al creador de toda la asesoría el cual se haya ingresado de otros, para el alimento de la presente averiguación. De la misma manera ha custodiado con las necesidades de la exploración y no ha modificado cualquier dato obtenido.

Respecto a la gestión de la tesis se estimó a los postulados de la civilización basada en la persona humana y su respeto, investigación de la veracidad, equidad, de manera solidaria,

cumpliendo los votos, sinceridad, cometida intelectual, razón y legalidad, persecuciones de la grandeza, casta en el ministerio, liderazgo colegial y tecnológico, posición innovadora, objetividad épica, labor en grupo, capacitación perseverante, información efectiva, fomento y puesta en circulación de la civilización, autonomía y comprensión, problema con el progreso del país.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis Descriptivo

Tabla 5. *Niveles de percepción de la gestión administrativa véase en anexo 10*

En la tabla 7, se observa que el 10,5% de los compradores encuestados de la compañía de calzado Qwapa obtienen un nivel de gestión administrativa es regular, mientras que el 68,6% es bueno y el 20,9% indica que es excelente.

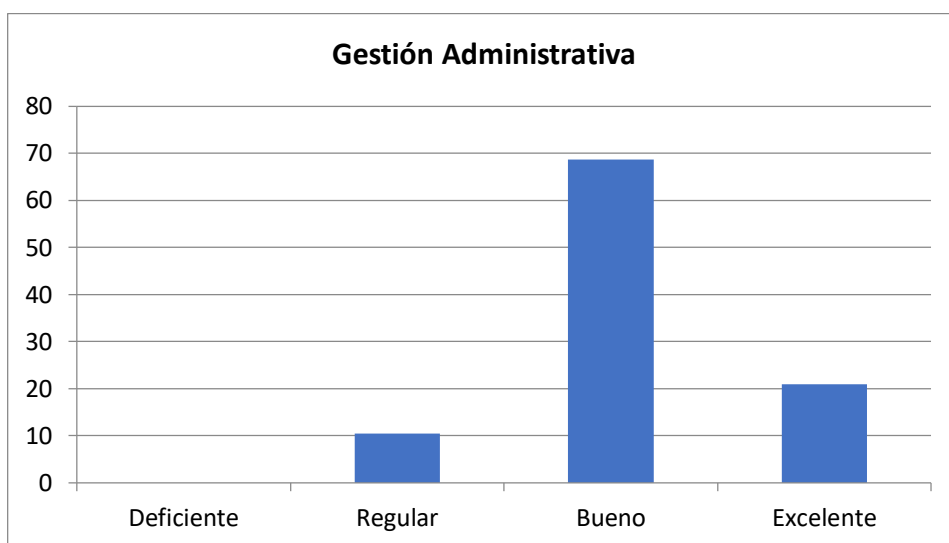


Ilustración 1 Niveles de percepción de la gestión administrativa

Tabla 6. *Niveles de percepción de las dimensiones de gestión administrativa véase en anexo 11*

En la tabla N°8 y la figura 1 se observa que el 22,1% de la muestra de estudio, en relación a la dimensión planeación se encuentran en el nivel regular, el 57 % en bueno y el 20,9% en excelente. Asimismo, en relación a la dimensión organización el 19,8% se encuentra en el nivel regular, el 60,5% en bueno y el 19,8% en excelente. Igualmente, en relación a la dimensión dirección el 23,3 % se encuentra en el nivel regular, el 52,3 % en bueno y el 24,4 % en excelente. Del mismo modo, en relación a la dimensión control el 16,3% se encuentra en el nivel regular, el 60,5% en bueno y el 8,8 % en excelente.

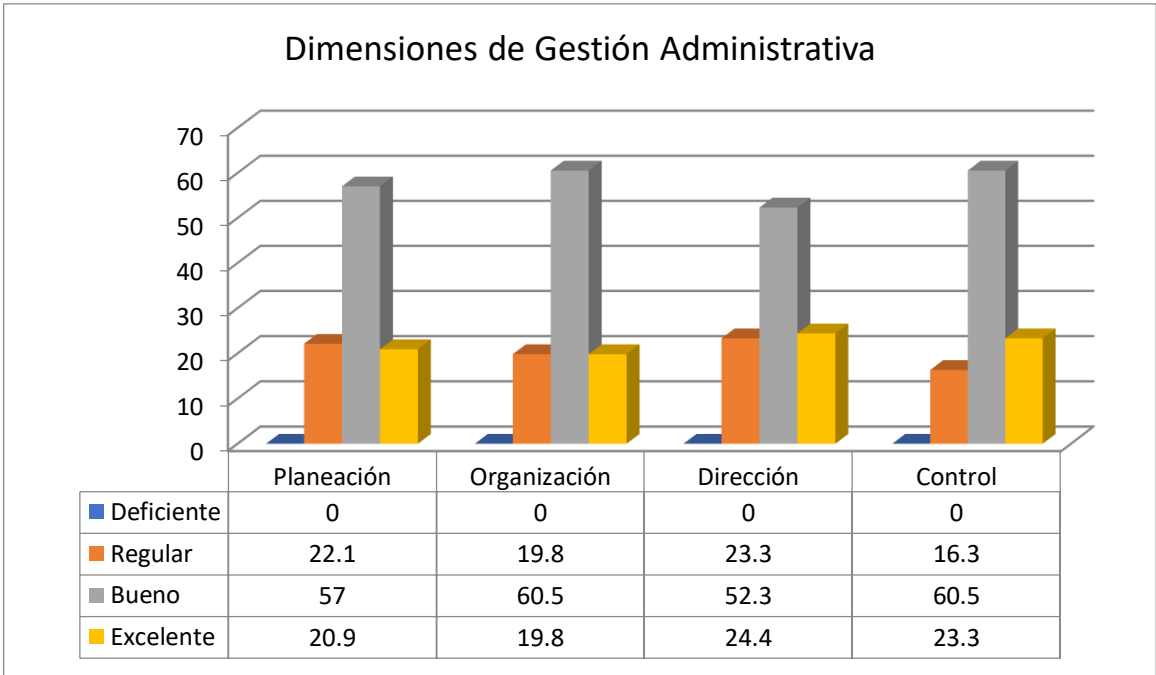


Ilustración 2 Niveles de percepción de las dimensiones de la variable independiente

Tabla 7. Niveles de percepción de ventas véase en anexo 12

En la tabla 9, se puede observar que el 10,5% de los compradores de la compañía de calzado Qwapa obtienen un nivel de ventas es muy insatisfecho, el 80,2% está satisfecho y el 9,3% está muy satisfecho.

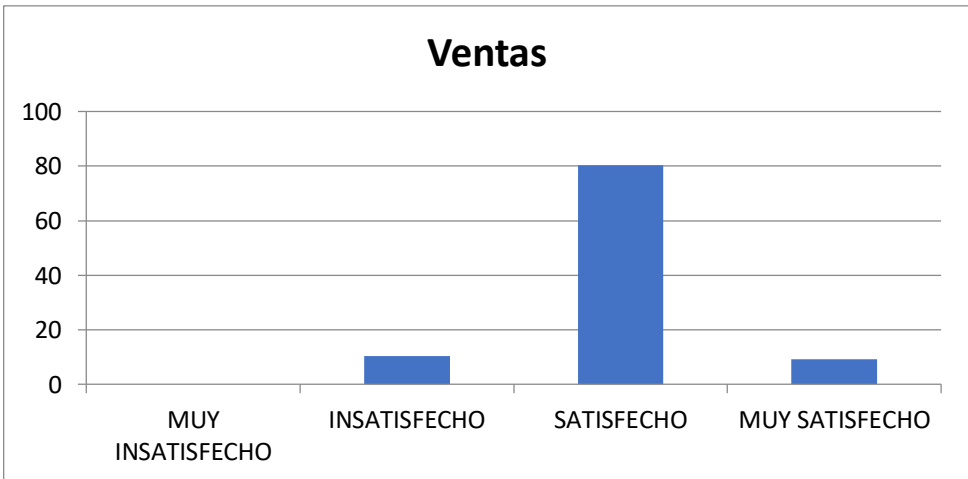


Ilustración 3 Niveles de percepción de ventas

Tabla 8. Niveles de percepción de las dimensiones de ventas véase en anexo 13

En la tabla N°10 y la figura 4 se observa que el 17,4% de la muestra de estudio, en relación a la dimensión dirección de ventas se encuentran en el nivel insatisfecho, el 61,6 % en satisfecho y el 20,9% en muy insatisfecho. Asimismo, en relación a la dimensión tipos de venta el 16,3% se encuentra en el nivel insatisfecho, el 64% en el nivel satisfecho y el 19,8% en muy satisfecho. Igualmente, en relación a la dimensión técnica de ventas el 14% se encuentra en el nivel insatisfecho, el 73,3 % en satisfecho y el 12,8 % en muy satisfecho.

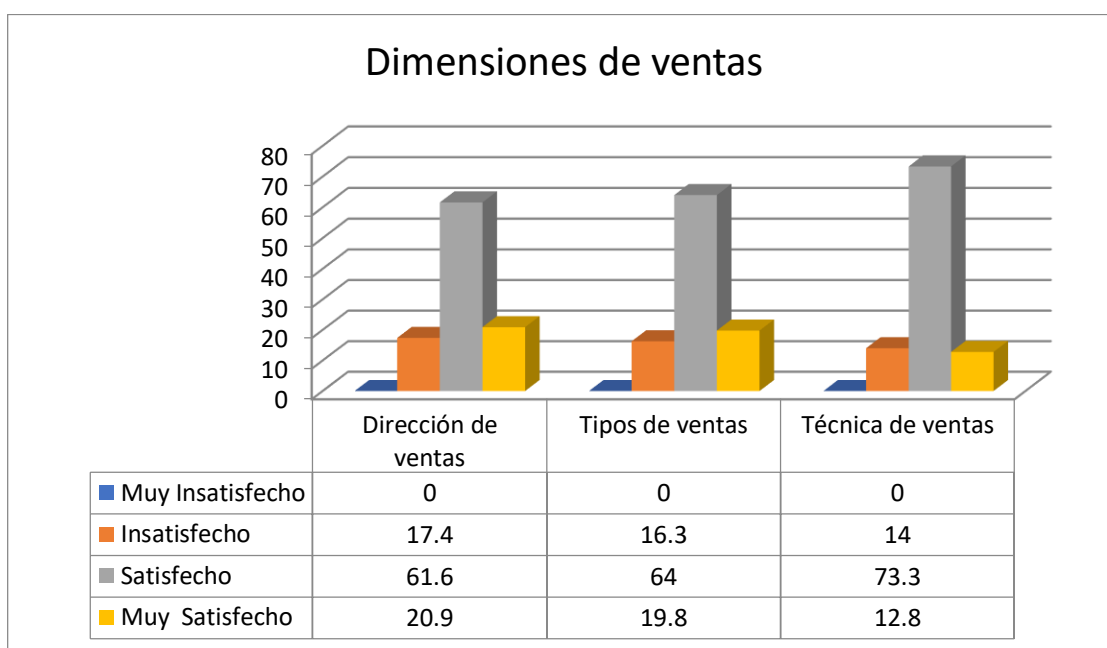


Ilustración 4 Niveles de percepción de las dimensiones de la variable dependiente

3.2. Prueba de Hipótesis General

Tabla 9. *Tabla cruzada GESTION ADMINISTRATIVA *VENTAS*

			VENTAS			
			Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
GESTION ADMINISTRATIVA	Regular	% GESTION ADMINISTRATIVA	9	0	0	9
			100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Bueno	% GESTION ADMINISTRATIVA	0	54	5	59
			0,0%	91,5%	8,5%	100,0%
	Excelente	% GESTION ADMINISTRATIVA	0	15	3	18
			0,0%	83,3%	16,7%	100,0%
Total		% GESTION ADMINISTRATIVA	9	69	8	86
			10,5%	80,2%	9,3%	100,0%

En la tabla 11, podemos afirmar que el 100% de la variable gestión administrativa en el nivel "Regular" y el 100% están en el nivel "Insatisfecho" de la variable ventas. Del 100% de la gestión Administrativa en el nivel "Bueno" corresponde el 91.5% al nivel "Satisfecho", el 8.5% al nivel "Muy satisfecho" de las Ventas. Del 100% de gestión administrativa en el nivel "Excelente" corresponde al 83.3% al nivel "Satisfecho" y 16.7% al nivel "Muy Satisfecho" de la variable Ventas.

Contrastación de la hipótesis nula respecto a la alterna

Hipótesis Nula (Ho): La gestión administrativa y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado Qwapa en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): La gestión administrativa y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado Qwapa en el distrito del Callao en el año 2019.

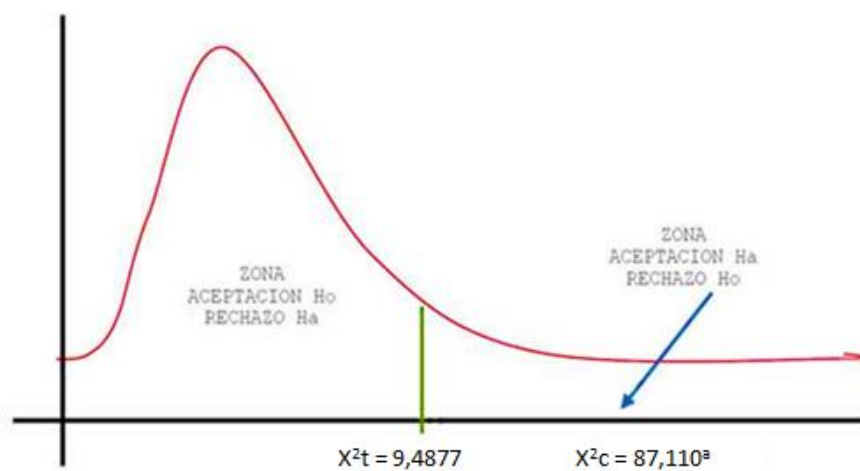
El juicio considerado para validar la hipótesis se precia así:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se admite la hipótesis alterna y se desestima la hipótesis nula, en caso adverso que el X^2_t sea superior que X^2_c se admite la hipótesis nula y se desestima la hipótesis alterna

Tabla 10. *Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	87,110 ^a	4	,000
N de casos válidos	86		

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es, 84.



Existencia: El valor de Chi Cuadrado calculado es $X^2_c=87, 110a$ y el valor teórico es $X^2_t=9,4877$, con el 95% de nivel de aceptación y 4 grados de libertad, entonces cumple la relación de orden $X^2_c < X^2_t$. En efecto se rechaza la hipótesis nula H_0 y se acepta la hipótesis alterna H_a . Se concluye que si existe relación directa entre la Gestión Administrativa y Ventas.

Tabla 11. *Tabla cruzada VENTAS *PLANEACIÓN*

		PLANEACIÓN			Total
		Regular	Bueno	Excelente	
VENTAS	Insatisfecho	6	3	0	9
	% VENTAS	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
	Satisfecho	13	40	16	69
	% VENTAS	18,8%	58,0%	23,2%	100,0%
	Muy satisfecho	0	6	2	8
	% VENTAS	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
Total		19	49	18	86
% VENTAS		22,1%	57,0%	20,9%	100,0%

En la tabla 13, podemos afirmar que del 100% de la variable venta en el nivel "Insatisfecho", el 66,7% está en el nivel "Regular" y el 33,3% está en el nivel "Bueno" de la dimensión de planeación.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Satisfecho" corresponde el 18,8% al nivel "Regular", el 58% al nivel "Bueno" y el 23,2% al nivel "Excelente" de la dimensión de planeación.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Muy Satisfecho" corresponde al 75% al nivel "Bueno" y 25% al nivel "Excelente" de la dimensión de planeación.

Contrastación de la hipótesis nula respecto a la alterna

Hipótesis Nula (Ho): La planeación y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): La planeación y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

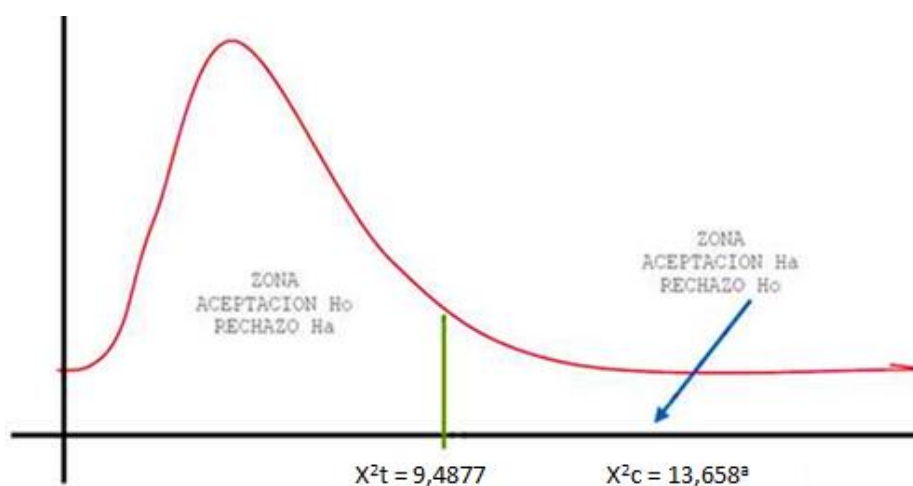
El juicio considerado para validar la hipótesis se precia así:

Si el X^2c es superior que el X^2t se admite la hipótesis alterna y se desestima la hipótesis nula, en caso adverso que el X^2t sea superior que X^2c se admite la hipótesis nula y se desestima la hipótesis alterna

Tabla 12. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación (bilateral) asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	13,658 ^a	4	,008
N de casos válidos	86		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,67.



Existencia: El valor de Chi Cuadrado calculado es $X^2c=13,658ª$ y el valor teórico es $X^2t=9,4877$, con el 95% de nivel de aceptación y 4 grados de libertad, entonces cumple la relación de orden $X^2c < X^2t$. En efecto se rechaza la hipótesis nula H_0 y se acepta la hipótesis alterna H_a . Se concluye que si existe relación directa entre las ventas y la planeación.

Tabla 13. *Tabla cruzada VENTAS *ORGANIZACIÓN*

		ORGANIZACIÓN				
		Regular	Bueno	Excelente	Total	
VENTAS	Insatisfecho	9	0	0	9	
	% VENTAS	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	Satisfecho	8	47	14	69	
	% VENTAS	11,6%	68,1%	20,3%	100,0%	
	Muy satisfecho	0	5	3	8	
	% VENTAS	0,0%	62,5%	37,5%	100,0%	
Total		17	52	17	86	
		% VENTAS	19,8%	60,5%	19,8%	100,0%

En la tabla 15, podemos afirmar que del 100% de la variable venta en el nivel "Insatisfecho", el 100% está en el nivel "Regular" de la dimensión de organización.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Satisfecho" corresponde el 11,6% al nivel "Regular", el 68,1% al nivel "Bueno" y el 20,3% al nivel "Excelente" de la dimensión de organización.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Muy Satisfecho" corresponde al 62,5% al nivel "Bueno" y 37,5% al nivel "Excelente" de la dimensión de organización.

Contrastación de la hipótesis nula respecto a la alterna

Hipótesis Nula (Ho): La organización y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): La organización y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

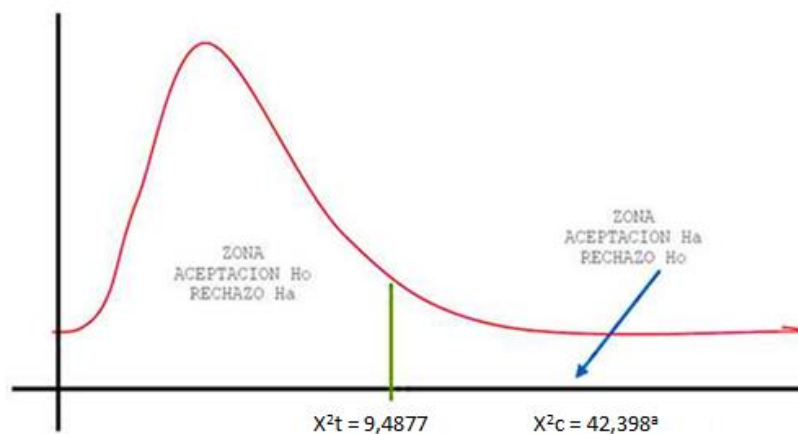
El juicio considerado para validar la hipótesis se precia así:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se admite la hipótesis alterna y se desestima la hipótesis nula, en caso adverso que el X^2_t sea superior que X^2_c se admite la hipótesis nula y se desestima la hipótesis alterna

Tabla 14. *Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación (bilateral)	asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	42,398 ^a	4	,000	
N de casos válidos	86			

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,58.



Existencia: El valor de Chi Cuadrado calculado es $X^2_c=42,398^a$ y el valor teórico es $X^2_t=9,4877$, con el 95% de nivel de aceptación y 4 grados de libertad, entonces cumple la relación de orden $X^2_c < X^2_t$. En efecto se rechaza la hipótesis nula H_0 y se acepta la hipótesis alterna H_a . Se concluye que si existe relación directa entre las ventas y la organización.

Tabla 15. *Tabla cruzada VENTAS *DIRECCIÓN*

		DIRECCIÓN			Total
		Regular	Bueno	Excelente	
VENTAS	Insatisfecho	7	2	0	9
	% VENTAS	77,8%	22,2%	0,0%	100,0%
	Satisfecho	13	42	14	69
	% VENTAS	18,8%	60,9%	20,3%	100,0%
	Muy	0	1	7	8
	satisfecho % VENTAS	0,0%	12,5%	87,5%	100,0%
Total		20	45	21	86
% VENTAS		23,3%	52,3%	24,4%	100,0%

En la tabla 17, podemos afirmar que del 100% de la variable venta en el nivel "Insatisfecho", el 77,8% está en el nivel "Regular" y el 22,2% está en el nivel "Bueno" de la dimensión de dirección.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Satisfecho" corresponde el 18,8% al nivel "Regular", el 60,9% al nivel "Bueno" y el 20,3% al nivel "Excelente" de la dimensión de dirección.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Muy Satisfecho" corresponde al 12,5% al nivel "Bueno" y 87,5% al nivel "Excelente" de la dimensión de dirección.

Contrastación de la hipótesis nula respecto a la alterna

Hipótesis Nula (Ho): La dirección y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): La dirección y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

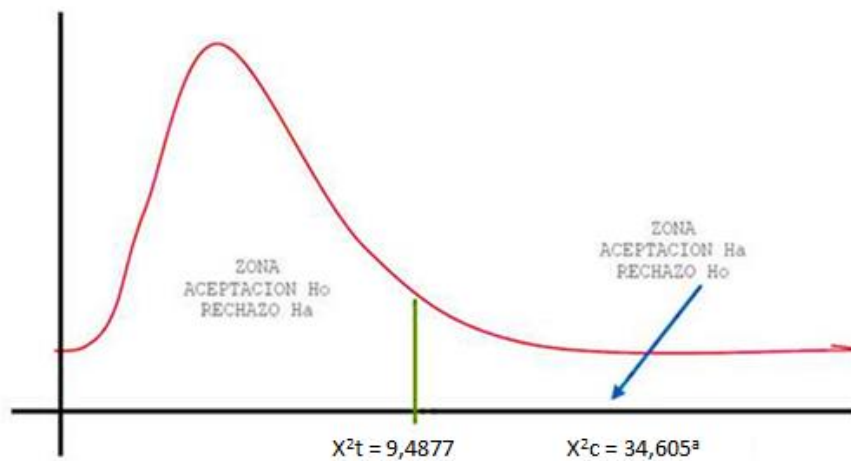
El juicio considerado para validar la hipótesis se precia así:

Si el X^2_c es superior que el X^2_t se admite la hipótesis alterna y se desestima la hipótesis nula, en caso adverso que el X^2_t sea superior que X^2_c se admite la hipótesis nula y se desestima la hipótesis alterna

Tabla 16. *Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	34,605 ^a	4	,000
N de casos válidos	86		

a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,86.



Existencia: El valor de Chi Cuadrado calculado es $X^2_c=34,605^a$ y el valor teórico es $X^2_t=9,4877$, con el 95% de nivel de aceptación y 4 grados de libertad, entonces cumple la relación de orden $X^2_c < X^2_t$. En efecto se rechaza la hipótesis nula H_0 y se acepta la hipótesis alterna H_a . Se concluye que si existe relación directa entre las ventas y la dirección.

Tabla 17. *Tabla cruzada VENTAS *CONTROL*

		CONTROL				
		Regular	Bueno	Excelente	Total	
VENTAS	Insatisfecho	7	2	0	9	
	% VENTAS	77,8%	22,2%	0,0%	100,0%	
	Satisfecho	7	45	17	69	
	% VENTAS	10,1%	65,2%	24,6%	100,0%	
	Muy	0	5	3	8	
	satisfecho % VENTAS	0,0%	62,5%	37,5%	100,0%	
Total		14	52	20	86	
		% VENTAS	16,3%	60,5%	23,3%	100,0%

En la tabla 19, podemos afirmar que del 100% de la variable venta en el nivel "Insatisfecho", el 77,8% está en el nivel "Regular" y el 22,2% está en el nivel "Bueno" de la dimensión de control.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Satisfecho" corresponde el 10,1% al nivel "Regular", el 65,2% al nivel "Bueno" y el 24,6% al nivel "Excelente" de la dimensión de control.

Del 100% de la variable venta en el nivel "Muy Satisfecho" corresponde al 62,5% al nivel "Bueno" y 37,5% al nivel "Excelente" de la dimensión de control.

Contrastación de la hipótesis nula respecto a la alterna

Hipótesis Nula (Ho): El control y las ventas no se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

Hipótesis Alterna (Ha): El control y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.

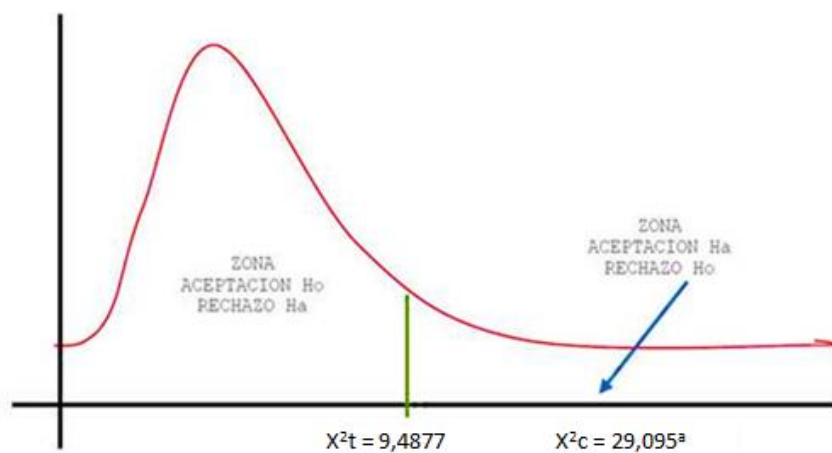
El juicio considerado para validar la hipótesis se precia así:

Si el X^2c es superior que el X^2t se admite la hipótesis alterna y se desestima la hipótesis nula, en caso adverso que el X^2t sea superior que X^2c se admite la hipótesis nula y se desestima la hipótesis alterna

Tabla 18. *Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación (bilateral)	asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	29,095 ^a	4	,000	
N de casos válidos	86			

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,30.



Existencia: El valor de Chi Cuadrado calculado es $X^2c=29,095^a$ y el valor teórico es $X^2t=9,4877$, con el 95% de nivel de aceptación y 4 grados de libertad, entonces cumple la relación de orden $X^2c < X^2t$. En efecto se rechaza la hipótesis nula H_0 y se acepta la hipótesis alterna H_a . Se concluye que si existe relación directa entre las ventas y el control.

IV. DISCUSIÓN

Sobre la hipótesis general, donde se sostiene que la gestión administrativa y las ventas se relacionan significativamente. Confirmándose de acuerdo al coeficiente de chi cuadrado ($X^2_c=87,110a$), donde existe un nivel de significancia real menor que el teórico ($X^2_t=9,4877$). Esto demuestra que existe una correlación positiva considerable y significativa, lo que permite sugerir que, a una mejor gestión administrativa, será mejor las ventas.

El hallazgo se confirma con la tesis de Upiachihua y Moya (2016), en la cual se mostró que existe una relación entre la gestión administrativa y el desempeño de la fuerza de ventas de una empresa debe estar basada en el logro de su objetivo.

Igualmente, en la tesis de Coque (2016), en la cual se muestra que en la empresa existe una deficiente gestión administrativa que afecta directamente a la disminución de ventas de la empresa Megamicro.

Asimismo, Arias (2014), en la cual se comprobó que las personas encargadas de la administración de la empresa no aplican indicadores de gestión que permitan medir los objetivos y estrategias a largo plazo y que los mismos se encuentren bien estructurados para su aplicación.

Discusiones Específicas véase en Anexo 13

V. CONCLUSIONES

Se determinó que existe una relación entre gestión administrativa y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Según los resultados se concluye que la gestión administrativa se relaciona significativamente de forma positiva, considerable ($X^2=87,110a$) con las ventas.

Conclusiones Específicas véase en Anexo 14

VI. RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda tener objetivos institucionales precisos ligados a un tiempo determinado sea corto, mediano o largo plazo; además de tener una calidad en el servicio de atención con un trato personalizado hacia ellos. Se deben plantear estrategias para que se agilicen las entregas que se solicitan virtualmente, se pueden incorporar mejoras tecnológicas y así reducir tiempos.

2.- Se recomienda seguir fortaleciendo a su personal y a sus instalaciones para que los clientes se sientan cómodos al comprar sus productos; se recomienda seleccionar con mayor transparencia y equidad al personal

3.- Se recomienda que la institución siempre tenga en cuenta de la importancia que tiene la motivación, ya que un trabajador motivado realiza sus labores de manera productiva y gracias a ella se logra alcanzar resultados favorables, debe tener capacitaciones que le permiten a los colaboradores aumentar su conocimiento y así brindar un mejor servicio

4.- Se recomienda seguir fortaleciendo el sistema de supervisión y control con el fin de mejorar la eficiencia del servicio al usuario, respondiendo rápidamente a las solicitudes y quejas sin hacer esperar demasiado tiempo al usuario.

REFERENCIAS

- ABCM (2018). *Learn the importance of administrative management to business*. Tomado de: myabcm.com.
- Amat. (1992). *El control de Gestión: una perspectiva de dirección*. Barcelona: EDICIONES GESTIÓN
- Anzola Rojas, S. (1993). *Administración de pequeñas empresas*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA DE MEXICO, S.A DE C.V.
- Arias Gamboa, M. (2014). *La Gestión Administrativa y su impacto en la Rentabilidad Financiera de la empresa SEISMICCORP SERVICE S.A.* (Tesis de posgrado para obtener el título de Grado Académico de Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional en la Universidad Técnica de Ambato - Ecuador). Recuperado de <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/8014>
- Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., Jacob S., Robert F, "Production and Operations Administration, Manufacturing and Services" Octava edición, Ed, McGraw Hill – Irwin, Colombia.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Coque Arboleda, D. (2016). *La gestión administrativa y su impacto en la Rentabilidad de la empresa Megamicro S.A. de la ciudad de Ambato*. (Tesis para optar Grado Académico de Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional en la Universidad Técnica de Ambato - Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/22863/1/T3604M.pdf>
- Dess, Gregory (2010) *Strategic management*. México: Ediciones Mcgraw Hill Editores.
- Doebelin E,O, Control systems principles and design, John Wiley & Sons, New Jersey, EE,UU,
- Fayol, H. (1971). *Administración industrial y general*. (1ª. Ed.) en español. México: Editorial Herrero Hermanos S.A
- Fayol H. (2003). *Administración Industrial y General*. Edigrama Ltda.

- Finch, James, Freeman, Edward y Gilbert, Daniel (1996) *Administration*. México: *Pearson Educación*.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. (3 ed.) México D.F McGraw-Hill
- Garofalo, G. (2000). *Guía práctica para ventas y mercadotecnia*. (1ª ed.) México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Hellriegel, Don Jackson, Susan y Slocum, John (2005) *Administration a competency based approach*. (11 ed.). Thomson Learning.
- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. MCGRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Hernández, S. (2006). *Introducción a la Administración*. Teoría General Administrativa: Origen, Evolución y Vanguardia. Cuarta Edición. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Hill Charles y Jones, Gareth (2009) *Administración Estratégica*.
- Hitt, Michael (2006) *Business Administration*
- Kerlinger, F. (1983). *Investigación del Comportamiento. Técnicas y Metodología*. (2ª. ed.) México: Ed. Interamericana.
- Koontz, O' Donnel y Weihrich. (1990). *Elementos de Administración*. Tercera Edición. MCGRAW-HILL.
- Koontz, Weihrich y Cannice. (2012). *Administración, una perspectiva global y empresarial*. Decimocuarta edición. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.
- KRAJEWSKI L, y RITZMAN L, "Operations Management, Strategy and analysis", Quinta edición, Ed, Prentice Hall.
- Luna (2015). *Proceso administrativo*. (2da edición). México: editorial Patria, S.A
- Malhotra N., K. (2004). *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*. México: Pearson –Prentice may
- Managers-Net (2018). *Administrative management*. Tomado de: managers-net.com.

- Martner, G. (2004). *Planificación y presupuesto por programa*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=UiedefaK9_4C&pg=PA323&dq=los+programas+en+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjBqYbHrsDNAhVGTSYKHaROAIQ6AEIMTAB#v=onepage&q=los%20programas%20en%20una%20empresa&f=false
- McCarthy Jerome, J. (1960). *"Basic Marketing. A Managerial Approach*. (6th ed.) Ill: Irwin
- Mejía, M. (2015). Historia de las Ventas. [Mensaje en un blog] Recuperado de <https://mercadeocreativo.wordpress.com/el-vendedor-exitoso/historia-de-las-ventas/>
- Money Matters (2018). *Administrative Management Functions of Modern Office*. Account Learning. Tomado de: accountlearning.com.
- My MBA Guide (2018). *Administrative or Management Functions of an Office*. Tomado de: mymbaguide.com.
- Otacomá Asencio, V. (2015). *Estudio de los procesos administrativos y forma de organización en la Empresa Solaint S.A. ante las necesidades de una reestructuración en el Año 2015*. (Tesis de Grado previo a la obtención del Título de Contadora Pública Autorizada en la Universidad de Guayaquil - Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10616/1/TESIS%20%20VANESSA%20XIOMARA%20OTACOMA%20ASENCIO.pdf>
- Puellas Navarro, R. (2018). *La gestión estratégica y su influencia en el nivel de ventas en la empresa AMOBLAMIENTOS INTEGRALES PERÚ S.A.C., LIMA 2016*. (Tesis de posgrado para obtener el título de Administración y Gestión de empresas en la Universidad Peruana de Las Américas – Perú). (Acceso el 28 de abril del 2019)
- Reyes, A. (2000). *Administración de Empresas: teoría y práctica*. México: Limusa, noriega editores.
- Ríos Sánchez, K. (2014). *Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana 2012-2013*. (Tesis para la obtención del título profesional de Contador Público en la Universidad San Martín de Porres - Perú). (Acceso el 15 de mayo del 2019)
- Riquelme, M. (2018). *Historia De La Administración (Definición Y Evolución)*.

Recuperado de <https://www.webyempresas.com/historia-de-la-administracion/>

Romero, R. (2016). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L

Roque Bonilla, J. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la Atención al cliente en la Mype Comercial “San Martín” – Chiclayo*. (Tesis para optar por el título profesional de Licenciado en Administración de empresas de la Universidad Señor de Sipán Trujillo – Perú). (Acceso el 08 de mayo del 2019)

Rosenberg, Jerry (1999) *Administration and Finance Dictionary*. Grupo Editorial OCEANO.

Salén, H. (1999). *La promoción de ventas o el nuevo poder comercial*. (1° ed.) Madrid: Díaz de Santos.

Stanton, W. (1984). *Fundamentos de mercadotecnia*. (3ra.ed.) México: McGraw-Hill

Van Vliet (2011). *Five Functions of Management (Fayol)*. Toolshero. Tomado de: toolshero.com.

Zorrilla, S. (1985). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. (2ª. ed.) México: Océano.

ANEXOS

Anexo I Matriz de Consistencia

"La gestión administrativa y las ventas en la Empresa de calzados QWAPA, Callao, año 2019"					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General ¿De qué manera se relaciona la gestión administrativa con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?	Objetivo General Determinar la relación de la gestión administrativa con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	Hipótesis General La gestión administrativa y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	Variable 1: Gestión administrativa		Tipo de Investigación *Aplicada Nivel de investigación *Descriptivo Diseño *No experimental Método *Cuantitativo Técnica de recolección de información *Cuestionario Instrumento *Encuesta Fuentes *Bibliográficas
			Dimensiones	Indicadores	
			Planeación	Objetivos Institucionales	
Estrategias					
Organización	Ubicación				
	Gestión de Recursos Humanos				
Dirección	Comunicación				
	Motivación				
Control	Nivel de desempeño laboral				
	Interés				
Problemas específicos ¿De qué manera se relaciona la planeación con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?	Objetivos específicos Determinar la relación de la planeación con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	Hipótesis Específicas La planeación y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	Variable 2: Ventas		
			Dimensiones	Indicadores	
¿De qué manera se relaciona la organización con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?	Determinar la relación de la organización con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	La organización y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	Dirección de Ventas	Gestión de ventas	
				Capacidad de venta	
¿De qué manera se relaciona la dirección con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?	Determinar la relación de la dirección con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	La dirección y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	Tipos de ventas	Ventas directas	
				Ventas indirectas	
¿De qué manera se relaciona el control con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019?	Determinar la relación del control con las ventas de la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	El control y las ventas se relacionan significativamente en la empresa de calzado QWAPA en el distrito del Callao en el año 2019.	Técnicas de ventas	Habilidades	
				Conocimiento del producto	
				Orientación del producto	

Anexo 2 Instrumentos

CUESTIONARIO – Gestión Administrativa

El cuestionario presente es parte de mi informe de tesis, su aplicación será de utilidad para mi investigación en torno a medir la gestión administrativa en la empresa de calzado Qwapa, Callao, año 2019, por ello solicito su colaboración.

Marque con un aspa "X" la respuesta que considere acertada con su punto de vista, según las siguientes alternativas. Estas serán confidenciales y anónimas.

DATOS ESPECÍFICOS	
1	Muy en Desacuerdo
2	En Desacuerdo
3	Ni De acuerdo/Ni en Desacuerdo
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

Nº	ÍTEM	1	2	3	4	5
1	Como califica ustedes los objetivos institucionales planteados por la empresa de calzado Qwapa?					
2	Cómo considera usted las estrategias que aplica la empresa de calzado Qwapa?					
3	La empresa de calzado Qwapa tiene una estructura organizacional definida?					
4	Cómo califica usted la ubicación de la tienda de la empresa de calzado Qwapa?					
5	Cómo define usted el proceso de selección del personal desarrollado por la empresa de calzado Qwapa?					
6	Cómo evalúa usted la delegación de funciones llevadas a cabo en la empresa de calzado Qwapa?					
7	Cómo califica usted los instrumentos de gestión que regulan las actividades administrativas empresa de calzado Qwapa?					
8	En qué medida califica usted la comunicación que existe entre el personal y el cliente que acude a la empresa de calzado Qwapa?					
9	Como califica usted el grado de motivación que tiene el personal al momento de brindar el servicio en la empresa de calzado Qwapa?					
10	De qué manera califica usted el nivel de desempeño laboral de los trabajadores en la empresa de calzado Qwapa?					
11	Cómo califica usted el interés que muestra la empresa de calzado Qwapa por atender sus quejas y sugerencias?					
12	La empresa cubre sus necesidades de servicio con la atención brindada?					

CUESTIONARIO - Ventas

El cuestionario presente es parte de mi informe de tesis, su aplicación será de utilidad para mi investigación en torno a medir la gestión administrativa en la empresa de calzado Qwapa, Callao, año 2019, por ello solicito su colaboración.

Marque con un aspa "X" la respuesta que considere acertada con su punto de vista, según las siguientes alternativas. Estas serán confidenciales y anónimas.

DATOS ESPECÍFICOS	
1	Muy en Desacuerdo
2	En Desacuerdo
3	Ni De acuerdo/Ni en Desacuerdo
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

Nº	ÍTEM	1	2	3	4	5
1	Considera usted que la empresa establece estrategias, objetivos y control en sus planes de ventas?					
2	La actual gestión de ventas proporciona a la empresa un adecuado posicionamiento en el sector?					
3	El personal conoce el potencial de venta de la empresa?					
4	La empresa cuenta con adecuadas promociones de ventas?					
5	Está usted de acuerdo que la empresa le vende directamente el producto al consumidor final?					
6	Considera necesario que la empresa utiliza intermediarios en sus ventas?					
7	Considera necesario el uso de las redes sociales para incrementar el volumen de ventas?					
8	Considera que la fuerza de ventas está capacitada para atender a las necesidades de los clientes?					
9	La fuerza de ventas de la empresa está motivada para realizar sus funciones comerciales?					
10	Existe una buena relación de la empresa con sus clientes?					
11	La fuerza de ventas cuenta con las técnicas necesarias para motivar la decisión de compra del cliente?					
12	La fuerza de ventas orienta adecuadamente sobre los productos a los clientes de la empresa?					

Anexo 3 Validación de instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS								
Título de la investigación: LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE CALZADOS QWAPA, CALLAO, 2019								
Apellidos y nombres del investigador: Koontz (2012) - Rumiche Tume, Cindy (Adaptación)								
Apellidos y nombres del experto: MG. MEJIA GUERRERO, HANS								
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPL E	NO CUMPL E	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
Gestión Administrativa	Planeación	Objetivos Institucionales	Como califica usted los objetivos institucionales planteados por la empresa de calzado Qwapa?	Ordinal (1ptos) Muy en desacuerdo (2ptos) En desacuerdo (3ptos) Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4ptos) De acuerdo (5pto) Muy de acuerdo	/			
		Estrategias	Cómo considera usted las estrategias que aplica la empresa de calzado Qwapa? La empresa de calzado Qwapa tiene una estructura organizacional definida?		/			
	Organización	Ubicación	¿Cómo califica usted la ubicación de la tienda de la empresa de calzado Qwapa?		/			
		Gestión de Recursos Humanos	Cómo define usted el proceso de selección del personal desarrollado por la empresa de calzado Qwapa?		/			
			Cómo evalúa usted la delegación de funciones llevadas a cabo en la empresa de calzado Qwapa? Cómo califica usted los instrumentos de gestión que regulan las actividades administrativas empresa de calzado Qwapa?		/			
	Dirección	Comunicación	En que medida califica usted la comunicación que existe entre el personal y el cliente que acude a la empresa de calzado Qwapa?		/			
		Motivación	Como califica usted el grado de motivacion que tiene el personal al momento de brindar el servicio de la empresa de calzado Qwapa?		/			
	Control	Nivel de desempeño	De qué manera califica usted el nivel de desempeño laboral de los trabajadores en la empresa de calzado Qwapa?		/			
		Interes	Cómo califica usted el interés que muestra la empresa de calzado Qwapa por atender sus quejas y sugerencias?		/			
			La empresa cubre sus necesidades de servicio con la atención brindada?		/			
	Firma del experto				Fecha: 20/06/2019			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS								
Título de la investigación: LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE CALZADOS QWAPA, CALLAO, 2019								
Apellidos y nombres del investigador: García (2011) - Rumiche Tume, Cindy (Adaptación)								
Apellidos y nombres del experto: MG. MEJIA GUERRERO, HANS								
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
VENTAS	Dirección de Ventas	Gestión de ventas	Considera usted que la empresa establece estrategias, objetivos y control en sus planes de ventas?	Ordinal (1ptos) Muy en desacuerdo (2ptos) En desacuerdo (3ptos) Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4ptos) De acuerdo (5pto) Muy de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Capacidad de venta			La actual gestión de ventas proporciona a la empresa un adecuado posicionamiento en el sector?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					El personal conoce el potencial de venta de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Tipos de ventas	Ventas directas	La empresa cuenta con adecuadas promociones de ventas? vende directamente el producto al consumidor final?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Ventas indirectas			Considera necesario que la empresa utiliza intermediarios en sus ventas?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					Considera necesario el uso de las redes sociales para incrementar el volumen de ventas?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Técnicas de ventas	Habilidades			Considera que la fuerza de ventas está capacitada para atender a las necesidades de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					La fuerza de ventas de la empresa está motivada para realizar sus funciones comerciales?	<input checked="" type="checkbox"/>		
					Existe una buena relación de la empresa con sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Conocimiento del producto			La fuerza de ventas cuenta con las técnicas necesarias para motivar la decisión de compra del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Orientación del producto		La fuerza de ventas orienta adecuadamente sobre los productos a los clientes de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto			Fecha: 20/06/2019					

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE CALZADOS QWAPA, CALLAO, 2019

Apellidos y nombres del investigador: Koontz (2012) - Rumiche Tume, Cindy (Adaptación)

Apellidos y nombres del experto: MG. LOPEZ LANDAURO, RAFAEL

ASPECTO POR EVALUAR


OPINIÓN DEL EXPERTO


VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPL E	NO CUMPL E	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Gestión Administrativa	Planeación	Objetivos Institucionales	Como califica usted los objetivos institucionales planteados por la empresa de calzado Qwapa?	Ordinal (1ptos) Muy en desacuerdo (2ptos) En desacuerdo (3ptos) Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4ptos) De acuerdo (5pto) Muy de acuerdo	/		
		Estrategias	Cómo considera usted las estrategias que aplica la empresa de calzado Qwapa? La empresa de calzado Qwapa tiene una estructura organizacional definida?		/		
	Organización	Ubicación	¿Cómo califica usted la ubicación de la tienda de la empresa de calzado Qwapa?		/		
		Gestion de Recursos Humanos	Cómo define usted el proceso de selección del personal desarrollado por la empresa de calzado Qwapa?		/		
			Cómo evalúa usted la delegación de funciones llevadas a cabo en la empresa de calzado Qwapa? Cómo califica usted los instrumentos de gestión que regulan las actividades administrativas empresa de calzado Qwapa?		/		
	Dirección	Comunicación	En que medida califica usted la comunicación que existe entre el personal y el cliente que acude a la empresa de calzado Qwapa?		/		
		Motivación	Como califica usted el grado de motivacion que tiene el personal al momento de brindar el servicio de la empresa de calzado Qwapa?		/		
	Control	Nivel de desempeño	De qué manera califica usted el nivel de desempeño laboral de los trabajadores en la empresa de calzado Qwapa?		/		
		Interes	Cómo califica usted el interés que muestra la empresa de calzado Qwapa por atender sus quejas y sugerencias? La empresa cubre sus necesidades de servicio con la atención brindada?		/		
	Firma del experto				Fecha: 20/06/2019		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE CALZADOS QWAPA, CALLAO, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: Garcia (2011) - Rumiche Tume, Cindy (Adaptación)							
Apellidos y nombres del experto: MG. LOPEZ LANDAURO, RAFAEL							

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
VENTAS	Dirección de Ventas	Gestión de ventas	Considera usted que la empresa establece estrategias, objetivos y control en sus planes de ventas?	Ordinal (1ptos) Muy en desacuerdo (2ptos) En desacuerdo (3ptos) Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4ptos) De acuerdo (5pto) Muy de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Capacidad de venta			La actual gestión de ventas proporciona a la empresa un adecuado posicionamiento en el sector?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
					El personal conoce el potencial de venta de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tipos de ventas	Ventas directas	La empresa cuenta con adecuadas promociones de ventas? vende directamente el producto al consumidor final?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Ventas indirectas	Considera necesario que la empresa utiliza intermediarios en sus ventas? Considera necesario el uso de las redes sociales para incrementar el volumen de ventas?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Técnicas de ventas	Habilidades			Considera que la fuerza de ventas está capacitada para atender a las necesidades de los clientes? La fuerza de ventas de la empresa está motivada para realizar sus funciones comerciales? Existe una buena relación de la empresa con sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
					La fuerza de ventas cuenta con las técnicas necesarias para motivar la decisión de compra del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
					La fuerza de ventas orienta adecuadamente sobre los productos a los clientes de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Conocimiento del producto				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Orientación del producto				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Firma del experto			Fecha: 20/06/2019					

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS	
Título de la investigación: LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE CALZADOS QWAPA, CALLAO, 2019	
Apellidos y nombres del investigador: Koontz (2012) - Rumiche Tume, Cindy (Adaptación)	
Apellidos y nombres del experto: DR. MORI PAREDES, MANUEL	

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPL E	NO CUMPL E	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
Gestión Administrativa	Planeación	Objetivos Institucionales	Como califica usted los objetivos institucionales planteados por la empresa de calzado Qwapa?	Ordinal (1ptos) Muy en desacuerdo (2ptos) En desacuerdo (3ptos) Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4ptos) De acuerdo (5pto) Muy de acuerdo	/			
		Estrategias	Cómo considera usted las estrategias que aplica la empresa de calzado Qwapa? La empresa de calzado Qwapa tiene una estructura organizacional definida?		/			
	Organización	Ubicación	¿Cómo califica usted la ubicación de la tienda de la empresa de calzado Qwapa?		/			
		Gestión de Recursos Humanos	Cómo define usted el proceso de selección del personal desarrollado por la empresa de calzado Qwapa?		/			
			Cómo evalúa usted la delegación de funciones llevadas a cabo en la empresa de calzado Qwapa? Cómo califica usted los instrumentos de gestión que regulan las actividades administrativas empresa de calzado Qwapa?		/			
	Dirección	Comunicación	En que medida califica usted la comunicación que existe entre el personal y el cliente que acude a la empresa de calzado Qwapa?		/			
		Motivación	Como califica usted el grado de motivación que tiene el personal al momento de brindar el servicio de la empresa de calzado Qwapa?		/			
	Control	Nivel de desempeño	De qué manera califica usted el nivel de desempeño laboral de los trabajadores en la empresa de calzado Qwapa?		/			
		Interes	Cómo califica usted el interés que muestra la empresa de calzado Qwapa por atender sus quejas y sugerencias?		/			
			La empresa cubre sus necesidades de servicio con la atención brindada?		/			
	Firma del experto				Fecha: 20/06/2019			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS								
Título de la investigación: LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE CALZADOS QWAPA, CALLAO, 2019								
Apellidos y nombres del investigador: Garcia (2011) - Rumiche Tume, Cindy (Adaptación)								
Apellidos y nombres del experto: DR. MORI PAREDES, MANUEL								
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
VENTAS	Dirección de Ventas	Gestión de ventas	Considera usted que la empresa establece estrategias, objetivos y control en sus planes de ventas?	Ordinal (1ptos) Muy en desacuerdo (2ptos) En desacuerdo (3ptos) Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4ptos) De acuerdo (5pto) Muy de acuerdo	/			
		Capacidad de venta	La actual gestión de ventas proporciona a la empresa un adecuado posicionamiento en el sector?		/			
			El personal conoce el potencial de venta de la empresa?		/			
	Tipos de ventas	Ventas directas	La empresa cuenta con adecuadas promociones de ventas? vende directamente el producto al consumidor final?		/			
		Ventas indirectas	Considera necesario que la empresa utiliza intermediarios en sus ventas? Considera necesario el uso de las redes sociales para incrementar el volumen de ventas?		/			
	Técnicas de ventas	Habilidades	Considera que la fuerza de ventas está capacitada para atender a las necesidades de los clientes? La fuerza de ventas de la empresa está motivada para realizar sus funciones comerciales? Existe una buena relación de la empresa con sus clientes?		/			
			La fuerza de ventas cuenta con las técnicas necesarias para motivar la decisión de compra del cliente?		/			
		Conocimiento del producto	La fuerza de ventas cuenta con las técnicas necesarias para motivar la decisión de compra del cliente?		/			
		Orientación del producto	La fuerza de ventas orienta adecuadamente sobre los productos a los clientes de la empresa?		/			
	Firma del experto 				Fecha: 20/06/2019			

Anexo 4. Autorizaciones

Callao, 15 de mayo del 2019

Señores
Empresa de calzado Qwapa
Presente. -



Atte.: Sra. Carmen Rumiche Eche
Contadora

Estimada Sra. Rumiche:

Por medio de la presente, solicito se sirva brindarme autorización para la recopilación de información de la Empresa de calzado Qwapa, esto con el propósito de realizar investigación para el desarrollo de Trabajo de Investigación, Proyecto de Investigación y realización de Tesis para culminar con mis estudios de Administración en la Universidad César Vallejo.

Agradezco anticipadamente la gentil atención al presente.

Cordiales saludos,

Cindy Rumiche Tume
DNI 45553072



Callao, 24 de Mayo 2019

Señores
Universidad CESAR VALLEJO - CALLAO

Atn.: Mg. Braulio Carrillo
Coordinador de Programa SUBE

Estimado Coordinador:

Por medio de la presente autorizamos a la Srta. RUMICHE TUME CINDY LISBET, identificada con DNI No. 45553072 para que bajo nuestra entera responsabilidad recopile información con el único propósito de realizar Investigación para el desarrollo de Trabajo / Proyecto / Tesis de nuestra empresa de calzados QWAPA.

Atentamente,

Carmen Rumiche Eche
Contadora

Calzados Qwapa

Anexo 5. Cuadro de Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA Y MEDICIÓN
Gestión Administrativa	Según (Koontz et al., 2012) “es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que los individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz.”	La gestión administrativa es un conjunto de funciones administrativas, siendo en la empresa lo más determinante la organización y dirección para el logro de objetivos.	Planeación	Objetivos Institucionales	1	Escala: Ordinal
				Estrategias	2, 3	
			Organización	Ubicación	4	
				Gestión de Recursos Humanos	5, 6, 7	
			Dirección	Comunicación	8	Totalmente de acuerdo (5)
				Motivación	9	
			Control	Nivel de desempeño laboral	10	De acuerdo (4)
				Interés	11, 12	
Ventas	Para García (2011) la venta es considerado como una forma de acceso al mercado que es practicada por la mayor parte de las empresas que tiene una saturación en su producción y cuyo objetivo es vender lo que producen, en lugar de producir lo que el mercado desea. p. 12.	La venta es un proceso personal o impersonal por el que un vendedor satisface las necesidades del cliente, aplicando como estrategia la mercadotecnia para aumentar la demanda de clientes.	Dirección de Ventas	Gestión de ventas	1	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)
				Capacidad de venta	2, 3	
			Tipos de ventas	Ventas directas	4, 5	En desacuerdo (2)
				Ventas indirectas	6, 7	
			Técnicas de ventas	Habilidades	8, 9, 10	Totalmente desacuerdo (1)
				Conocimiento del producto	11	
				Orientación del producto	12	

Anexo 6. Identificación de las técnicas e instrumentos

Tabla 03. Gestión Administrativa

Variable	Técnica	Instrumento
Gestión Administrativa	Encuesta	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Ventas

Variable	Técnica	Instrumento
Ventas	Encuesta	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. Tabla 5. Validez de contenido por juicio de expertos

Expertos	Aplicable	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 2	
		SI	No	SI	No	SI	No
Dr. Morí Paredes Manuel	Si hay suficiencia	X		X		X	
Mg. Mejía Guerrero Hans	Si hay suficiencia	X		X		X	
Mg. López Landauro Rafael	Si hay suficiencia	X		X		X	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 8. Tabla 6. Confiabilidad de prueba piloto – Alfa de Cronbach

Variable	Alfa de Cronbach	Nº Ítems
Gestión Administrativa	0,793	12
Ventas	0,814	12

Fuente: Spss 25

Anexo 9. Tabla 7. Niveles de percepción de la gestión administrativa

		(fi)	(%)
Válido	REGULAR	9	10,5
	BUENO	59	68,6
	EXCELENTE	18	20,9
	Total	86	100,0

Anexo 10. Tabla 8. Niveles de percepción de las dimensiones de gestión administrativa

	Deficiente		Regular		Bueno		Excelente	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Planeación	0	0.0	19	22,1	49	57,0	18	20,9
Organización	0	0.0	17	19,8	52	60,5	17	19,8
Dirección	0	0.0	20	23,3	45	52,3	21	24,4
Control	0	0.0	14	16,3	52	60,5	20	23,3

Anexo 11. Tabla 9. Niveles de percepción de ventas

		(fi)	(%)
Válido	INSATISFECHO	9	10,5
	SATISFECHO	69	80,2
	MUY SATISFECHO	8	9,3
	Total	86	100,0

Anexo 12. Tabla 10. Niveles de percepción de las dimensiones de ventas

	Muy				Muy			
	Insatisfecho		Insatisfecho		Satisfecho		Satisfecho	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Dirección de ventas	0	0.0	15	17,4	53	61,6	18	20,9
Tipos de ventas	0	0.0	14	16,3	55	64,0	17	19,8
Técnica de ventas	0	0.0	12	14,0	63	73,3	11	12,8

Anexo 13. Discusiones Específicas

En cuanto a la hipótesis específica 1 que señala que existe una relación significativa entre la planeación y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Se tuvo como indicativo el resultado del χ^2 ($\chi^2_c=13,658$), encontrándose además un nivel de significancia real menor que el teórico ($p=,000<0,05$). Esto significa que existe una relación directa entre la dimensión planeación y la variable ventas. El hallazgo se confirma con la tesis de Coque (2016). La gestión administrativa y su impacto en la Rentabilidad de la empresa Megamicro S.A. de la ciudad de Ambato.

En cuanto a la hipótesis específica 2 que señala que existe una relación significativa entre la organización y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Se tuvo como indicativo el resultado del χ^2 ($\chi^2_c=42,398$), encontrándose además un nivel de significancia real menor que el teórico ($p=,000<0,05$). Esto significa que existe una relación directa entre la dimensión organización y la variable ventas, lo que sugiere delegar funciones, seleccionando con mayor transparencia y equidad al personal. El hallazgo se confirma con la tesis de Otacoma (2015). “Estudio de los procesos administrativos y forma de organización en la Empresa Solaint S.A. ante las necesidades de una reestructuración en el Año 2015”

En cuanto a la hipótesis específica 3 que señala que existe una relación significativa entre la dirección y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Se tuvo como indicativo el resultado del χ^2 ($\chi^2_c=34,605$), encontrándose además un nivel de significancia real menor que el teórico ($p=,000<0,05$). Esto significa que existe una relación directa entre la dimensión dirección y la variable ventas, lo que sugiere que los trabajadores sigan siendo motivados ya que al realizar sus labores de manera productiva facilitan la satisfacción al cliente. El hallazgo se confirma con la tesis de Coque (2016). La gestión administrativa y su impacto en la Rentabilidad de la empresa Megamicro S.A. de la ciudad de Ambato.

En cuanto a la hipótesis específica 4 que señala que existe una relación significativa entre control y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Se tuvo como indicativo el resultado del χ^2 ($\chi^2_c=29,095$), encontrándose además un nivel de significancia real menor que el teórico ($p=,000<0,05$). Esto significa que existe una relación directa entre la dimensión control y la variable ventas. El hallazgo se confirma con la tesis de Otacoma (2015). “Estudio de los procesos administrativos y forma de organización en la Empresa Solaint S.A. ante las necesidades de una reestructuración en el Año 2015”

Anexo 14. Conclusiones Específicas

1.- Se determinó que, existe una relación entre la planeación y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Según los resultados se concluye que la planeación se relaciona significativamente de forma positiva considerable con las ventas.

2.- Se determinó que, existe una relación entre la organización y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Según los resultados se concluye que la organización se relaciona significativamente de forma positiva considerable con las ventas.

3.- Se determinó que, existe una relación entre la dirección y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Según los resultados se concluye que la dirección se relaciona significativamente de forma positiva considerable con las ventas.

4.- Se determinó que, existe una relación entre el control y las ventas en la empresa de calzado Qwapa. Según los resultados se concluye que el control se relaciona significativamente de forma positiva considerable con las ventas.