



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La influencia de la administración en la mejora de procesos de  
ventas de la Empresa Tradel Service S.R.L. – Los Olivos**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Ulloa Bernui, Ada Luz (ORCID: 0000-0001-8638-9560)

**ASESOR:**

Dr. Rodríguez Figueroa, José Jorge (ORCID: 0000-0002-0265-9226)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2012

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico a mi padre que está en el cielo que siempre me motivo y me ayudo a seguir adelante con mis objetivos, y que hasta el día de hoy lo sigue haciendo, a Dios por confiar en mí y ayudarme a emprender mi futuro.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero que nada, darle gracias a Dios por haberme dado la oportunidad de estudiar esta carrera

Este trabajo es fruto de un largo esfuerzo de 5 años en la universidad, y de las personas que han hecho que esto sea posible, mi madre que me motive a seguir adelante y a no rendirme, a mi padre que en vida confió en que sería una profesional y que hasta el día de hoy desde el cielo lo sigue haciendo, a mis asesores corrigiéndome a mejorar este trabajo, en especial a mi Profesor Estrada que con sus consejos no solo de asesor sino de amigo me hizo ver que todo es posible cuando uno se esfuerza.

A mis compañeros de la universidad, que hemos compartido tantas cosas durante estos 5 años, y a los grandes amigos que encontré y que hasta el día de hoy seguimos compartiendo alegrías, tristezas, y momentos que quedaran en mi recuerdo para toda la vida.

La Autora.

## Índice de contenidos

Carátula.	i
Dedicatoria.	ii
Agradecimiento.	iii
Índice de contenidos,	iv
RESUMEN.	v
ABSTRACT.	vi
I. INTRODUCCIÓN.	1
II. MARCO TEÓRICO	9
III. METODOLOGÍA	26
3.1. Tipo y diseño de investigación	26
3.2. Variables	27
3.3. Población, muestra y muestreo	28
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos	29
3.5. Técnicas e instrumentos	29
3.6. Método de análisis de datos	30
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
V. CONCLUSIONES	59
VI. RECOMENDACIONES	61
REFERENCIAS	62
ANEXOS	63

## **Resumen**

En esta tesis se planteó una propuesta de mejora para administrar los procesos de ventas debido al incumplimiento de los procedimientos que se llevan a cabo en esas áreas, en ellas surgió la necesidad de administrar los procesos y verificar si se llevaban a cabo tal y cómo están con el fin de proponer una solución.

El objetivo de esta investigación fue administrar los procesos de ventas la empresa Tradel Service para mejorar su desempeño en las ventas.

Se concluyó según los resultados obtenidos que existe relación directa entre la gestión administrativa (procesos administrativos, estructura organizacional), y los procesos que se realiza para venta del servicio de transporte de carga, las ventas e relacionan directamente con el mercado y la competitividad donde se quiere llegar.

A la vez se da las recomendaciones necesarias para implementar nuevas estructuras administrativas donde permita estandarizar los procesos y contribuir y a realizar una mejora continua dentro de la empresa para un mejor procedimiento en las ventas tanto para los trabajadores y los clientes que ofrecen el servicio y el mercado de transporte de carga.

Palabras clave: Procesos, administrar, ventas, influencia, mejora.

## Abstract

In this thesis, an improvement proposal was proposed to manage the sales processes due to the non-compliance with the procedures that are carried out in those areas, in them the need arose to manage the processes and verify if they were carried out as they are. in order to propose a solution.

The objective of this research was to manage the sales processes of the Tradel Service company to improve its sales performance.

It was concluded according to the results obtained that there is a direct relationship between the administrative management (administrative processes, organizational structure), and the processes that are carried out for the sale of the cargo transport service, sales are directly related to the market and the competitiveness where wants to arrive

At the same time, the necessary recommendations are given to implement new administrative structures where it allows standardizing processes and contributing to continuous improvement within the company for a better sales procedure for both workers and customers who offer the service and the market. cargo transport.

Keywords: Processes, manage, sales, influence , improvemen

## **I. INTRODUCCIÓN**

Los servicios de Transporte de carga en el Perú, se considera una pieza clave en toda la red de distribución, este se encarga de trasladar productos a determinados lugares del territorio nacional o extranjero, este servicio es pactado a un determinado costo, desde el lugar que inicia el traslado hasta el lugar que se deja este producto. Es importante mencionar, que durante el proceso de transportación hasta su destino final; los bienes y/o productos pasan por sus respectivos lugares de embarque, almacenaje y desembarque.

Es por esto que en los últimos años se ha visto muchas empresas que brindan este servicio, y en la actualidad este mercado ha ido creciendo a pasos agigantados, debido a la gran demanda de cargas, provocando la constante competitiva de las empresas de este rubro, de las cuales uno siempre es mejor que otra dependiendo la calidad de servicio que ofrecen al mercado.

Motivo por el cual los procesos de la venta de este servicio deben estar estandarizados, permitiendo que cada etapa del proceso que se inicia al momento de despachar una carga de un lugar a otro, logrando de esa manera pueda abrir posibilidades a la captación de nuevos clientes y le permita satisfacer las necesidades que requiere el mercado.

En la actualidad se dice que los procedimientos deben ir de la mano con la innovación, aplicando la mejora continua, para mejorar dichos procesos, y para esto debe intervenir un buen sistema de gestión administrativa que defina los procesos para la venta de este servicio.

Este trabajo tiene como objetivo practicar por primera vez la influencia administrativa para mejorar los procesos de ventas de la empresa TRADEL Service S.R.L., con el único propósito que la empresa pueda enriquecer sus procedimientos laborales que sugiere la presente investigación

El problema de investigación en toda Empresa existe el objetivo fundamental hacia donde están enfocados todos los esfuerzos de una organización, y de los cuales requiere de todos los sistemas que dispone la Empresa para ejecutarlos.

Las Empresas que actualmente prestan este servicio se considera una pieza estratégica en la logística donde se traslada productos y bienes a un costo, es importante señalar durante y después del proceso de la venta de este servicio, se requiere que intervenga una gestión administrativa donde estén involucrados un diseño organizacional, donde muchas veces los actores de la venta tienen desconocimiento de ello.

De acuerdo a la información, los países de Latinoamérica en el sector de transporte en Colombia, los precios de transporte tienden a bajar debido a la fuerte competencia, mientras que el combustible cada vez está más elevado, a pesar de eso resulta sorprendente las tecnologías informáticas que están al servicio del transporte, eso reduce los plazos de entrega y mejora la atención a los clientes, y se pueda conocer exactamente donde se encuentra el envío, al tener estas nuevas tecnologías, las compañías pequeñas corren el riesgo que sean adsorbidas por las grandes por no gestionar nuevas tecnologías que requiere el mercado en la actualidad para que puedan competir.

El mercado de transporte cada vez es más competitivo, las empresas pequeñas tienen la necesidad de planificar el cambio donde le permita evolucionar sus técnicas y ténganla presión de actualizarse por la aparición de empresas grandes con mejores estructuras organizacionales donde puedan brindar un mejor servicio a sus clientes.

Chile, un país vecino, el transporte de carga es uno de los sectores poco formalizados en ese país, el servicio de carga en Chile representa el 86% de las cargas transportadas, es un rubro reciente, según el registro realizado en el 2007 existen 39,000 empresas de transporte de las cuales 30,000 serían empresas informales. Casi el 70% de las empresas cuentan con un camión y facturan alrededor del 40% de las ventas, no se sabe cuántos camiones realmente utilizan



para ofrecer un servicio de transporte puro y cuantos equipos privados parten del proceso de carga, eso refleja que la informalidad sigue estando presente el servicio de transporte, considerando de gran importancia que pueda realizar cambios organizacionales donde se implemente un sistema de gestión administrativa y sus procedimientos que en la actualidad son informales, de manera que se pueda reducir la informalidad en este sector donde puede lograr un gran crecimiento a lo largo de los años.

Según cifras del Banco Central de Chile, casi el 75%, las Empresas de Carga están en informalidad. En el rubro de transporte de carga es donde no existe un censo de los que indique a que se dedican casa una de ellas, ni en qué situación están los camiones y empresas que circulan por ese País.

En el Perú el servicio de carga, es conocido como la distribución logística, suministros y gestión y la cadena de suministros. Estas cinco descripciones del sector de transporte de carga forman parte fundamental del proceso económico de las mypes, porque así se tiene una mayor o menor eficiencia que vería reflejada en la competitiva del sector. Es la actividad empresarial que genere una rentabilidad real y creciente gracias a las nuevas soluciones tecnológicas que se van actualizando debido a la gran demandan de este rubro.

La economía peruana alentó un fuerte crecimiento del transporte de carga y sabemos que al cierre del año la venta de camiones en el país crecerá en un 20%. El mercado total de camiones en el año 2011 llegó a la cifra de 18,747 unidades vendidas. Según las estadísticas el tráfico total de carga en Perú ha demostrado ser muy creciente durante el periodo 2005 – 2010, se movilizaron 177 427 toneladas, lo que equivale a un incremento promedio anual de 8.21% de ventas. Cabe destacar que estos resultados explican en gran medida por el crecimiento del intercambio comercial de manera interna y externa en el país.

En Perú en el 2011, según cifras en camiones nuevos se estima casi las 19,000 unidades vendidas entre todas las categorías y todas las marcas. A junio de este año esta tendencia de crecimiento ha seguido hacia arriba, pues comparado con

junio del 2011 el sector ha crecido alrededor del 20%, esta tendencia esperamos que siga hasta el mes de diciembre y este año probablemente superemos las 20,000 unidades vendidas.

El rubro de transporte se caracteriza siendo completo en el capital donde el mantenimiento programado de los equipos y el mejor control de las operaciones de despacho, y rutas, emisión de documentos y un control detallado, y cada una de las operaciones y procedimientos realizados aseguran reducir sus costos y generar una mayor productividad a las empresas.

Por ello es fundamental que los procedimientos operativos de este servicio sean controlados al detalle, a todo empresario de este rubro le interesa generar ganancias para su empresa, y lo podrá lograr a través de una gestión donde se pueda resolver los problemas administrativos en lo que respecta a la venta de este servicio. Lo que se busca es que este rubro es que siga creciendo, y para ello se requiere que estas empresas informales que aún existen en el país puedan tener una estructura organizacional que les permita crecer y competir con estas empresas formales, estas deben estar orientadas a ofrecer a sus clientes un mejor servicio y para esto es importante establecer herramientas y procesos que incluya un buen sistema de gestión.

Como sabemos toda empresa que ofrece un servicio de transporte de carga al mercado requiere aplicar de procedimientos administrativos. Las ventas de este servicio requieren de una gestión administrativa para poder planear, organizar y controlar a la empresa con la finalidad de mejorar las expectativas del cliente y que la empresa este satisfecha con sus logros obtenidos cuando se brinda un servicio. La organización de Empresas del servicio de Carga se encarga de elaborar procesos exclusivos para cada uno de sus operaciones en particular para cada cliente que lo solicite, y la finalidad es cumplir las exigencias de cada uno de ellos

Cabe señalar que el transporte es considerado como la cadena de suministro, porque permite que lleve a cabo los traslados de productos y bienes por un costo, desde el lugar de distribución (vendedor), hasta el lugar del consumidor (comprador) esto incluye el embarque, almacenaje y desembarque. Las empresas

de carga que brindan el servicio forman parte de un proceso operativo que tiene varios factores involucrados para el transporte del producto desde su origen hasta su destino final, donde son partícipes de este proceso él es remitente, destinatario y la empresa de transportes asignada.

No hay duda qué, para ofrecer este de servicio es importante que las empresas de transporte tengan una sólida infraestructura, una amplia y moderna flota de unidades totalmente equipadas, logrando adecuarse a las normas y medidas; que le permitirá brindar un óptimo servicio durante los 365 días del año.

En la actualidad Tradel Service S.R.L. siendo una empresa mediana conformada por 80 trabajadores localizada en el distrito de los Olivos, con más de 20 años dedicados a brindar el servicio de transporte de carga diversas a nivel nacional, realmente está logrando ser competitivo en el mercado como lo requiere este sector, ya que en este año como según lo muestran las proyecciones se requiere potenciar muchos factores que permita ser competitivo, para esto se necesita que la empresa cubra las expectativas de los clientes y que otorgue un mejor valor a este servicio que en la actualidad es una de las actividades económicas crecientes del país.

En tal sentido decimos que el transporte de carga es una actividad muy creciente en nuestro país, y que Tradel Service S.R.L. no administre sus procesos de ventas, y que no tenga un sistema de gestión administrativa que permita seguir mejorando sus servicios, para esto se necesita definir y estandarizar que procesos se llevaran a cabo para la prospección hasta la post venta del servicio de transporte de carga nacional donde deben intervenir diferentes factores para que el servicio sea de satisfacción para los clientes. Si entendemos que en este caso un procedimiento de gestión administrativa corresponde una estructuración aprobada para la mejora continua de los procesos de la organización de la Empresa.

Para Tradel Service S.R.L. esto debe ser más fácil ya que es una empresa mediana y administrar y controlar sus procesos de ventas será su principal objetivo si tomamos en cuenta que eso puede mejorar de manera empresarial, puede darse el caso el de llegar a un punto de que su capacidad se ve rebasada y no cuentan con el suficiente financiamiento como incrementar el número de trabajadores. La

reestructuración de los procesos y la utilización del tiempo puede ayudar a llevar a cabo un poco de trabajo extra en cuanto sea posible.

En la actualidad se requiere que la empresa administre una estructura definida y clara al momento de realizar la venta de este servicio, tomando en cuenta que es un producto intangible donde se necesita una buena administración en las ventas, Tradel Service S.R.L. ha demostrado una buena atención y eficiente trabajo por parte de sus colaboradores, pero no contar con una buena administración en sus procesos de ventas, puede generar mayores tiempos de trabajo y elevar sus costos al no saber administrar sus procesos, esto no es rentable para la empresa si lo que busca es ser competitivo y llegar al mercado que anteriormente no ha logrado alcanzar.

El no estar actualizado, y no tener una administración en sus procedimientos de ventas a medida que servicio de transportes exige para ser competitivos, y de sus clientes actuales puede crear deficiencias en el trabajo, y que esto pueda tener como consecuencia que dichos clientes busquen este servicio en otras empresas y de esa misma manera tampoco sea posible ampliar la cartera con la captación de nuevos clientes.

Tomando en cuenta que en la actualidad muchas empresas del mismo están a la vanguardia, mejorando sus estructuras organizacionales y administrando mejor sus ventas, esto refleja que está aplicando una mejor gestión administrativa de las empresas para que puedan llegar al mercado y ser más competitivas. Se formula un problema a fin de solucionar dicho problema que tiene Tradel Service S.R.L. en sus procesos de venta a través de una buena gestión administrativa adecuada y una estructura organizacional bien formulada que refleje a lo largo de los procesos una mejora en las ventas del servicio de transporte de carga nacional.

Formulación del Problema: Una vez formulado el problema, se procede a formular problemas a posible solución a nuestro planteamiento.

Formulación de Preguntas y Respuestas ¿Por qué planificar puede mejorar en un proceso de ventas de la Empresa Tradel Service S.R.L.?

Desde el punto de la vista de la planificación, este permite elaborar estrategias, implica un proceso consciente de estudio y selección del mejor frente a una serie de alternativas para cada caso que se presenta en una venta.

¿Evaluar cómo influye el control de los procesos de ventas en las tarifas y en los servicios de transporte?

Según la administración, el control es una función donde permite observar el rendimiento de una actividad o un proceso. El control también te permite comprobar posibles errores en los resultados de las actividades o procesos ya realizados y con esto llevar a cabo una nueva planificación.

¿La tecnología puede ser una herramienta indispensable para que los procesos de ventas de Tradel Service S.R.L. mejoren?

Hay que reconocer que muchas empresas no aceptan la idea de que en tiempo actuales es necesario irse involucrando en cuestiones tecnológicas, es decir renovar sus herramientas de trabajo que representen mejoría para lograr un crecimiento, y uno de ellos es contar con un software que permite tener los accesos necesarios para un radical cambio en los procesos y esto tenga como resultado crecimiento en ventas.

¿El inicio de una mejora de procesos de ventas debe cambiar desde la prospección a los clientes?

La venta ya sea de un producto o un servicio empieza con un proceso que se inicia desde la prospección que es la captación del cliente, que es conocer las necesidades y deseos de cada uno de ellos, a partir de esto es donde se debe establecer estrategias demostrando nuestra capacidad como empresa para poder ser competitivos y poder ser que esa venta sea exitosa, para esto debemos contar con herramientas que se implementan dentro de una gestión.

¿La calidad de un buen servicio puede repercutir en los procesos de ventas de Tradel Service S.R.L.?

Según la Teoría de Edwards Deming la calidad incita una reacción en cadena, de la cual para conseguirla entra los factores críticos como los clientes, los proveedores, el personal y las herramientas que se necesiten para que la calidad de la venta se imponga hacia cualquier mercado donde quiera competir como empresa.

Problema General ¿Cómo influye la administración en la mejora de procesos y las ventas en el servicio de carga de la Empresa Tradel Service S.R.L.?

Problemas Específicos ¿Cómo influye la Gestión administrativa influye en la mejora continua de los procesos de ventas de Empresa Tradel Service S.R.L.?

¿Cómo la Gestión Administrativa influye en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de las ventas?

Objetivo General: Mejorar la Gestión Administrativa en la mejora de procesos y las ventas del servicio de carga de la Empresa Tradel Service S.R.L.

Objetivo Específico: Evaluar cómo influye la Gestión administrativa en la mejora continua de los procesos de ventas de Tradel Service S.R.L.

Analizar la Gestión Administrativa y la influencia en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de las ventas.

## II. MARCO TEÓRICO

En dicha empresa no se ha realizado investigaciones de temas administrativos sobre la gestión de la empresa, y tampoco se ha implementado ni realizado una estructura organizacional sobre las ventas de este servicio de transporte de carga.

Esta presenta investigación se realizó como finalidad de documentar y de dar un mejor servicio de transporte de carga, implementado una gestión administrativa para mejorar los procedimientos y las ventas de este servicio, además no solo porque ayudaría a los colaboradores que conforman esta empresa, sino que podría las expectativas del mercado de transporte.

Cómo ofrecer y vender un servicio de carga y tratar de ser lo mejor competitivos en el mercado cuando el sistema de gestión no define el procedimiento de vender el servicio de transportes de carga, y que los clientes puedan confiar y satisfacerse con el servicio.

Se dice que para brindar un servicio de transporte de calidad no solo se requiere de un personal idóneo, sino también tener como herramienta indispensable un sistema de gestión a la medida para los procesos de ventas de transporte de carga nacional, como es tener tarifas estándar, que para calcular los costos se utilicen indicadores económicos que defina los precios de los servicios realizados, llevar un control adecuado en el seguimiento de los despachos (logrando de esa manera mejorar el servicio y ser competitivos entre las empresas del rubro).

También es importante este estudio porque a través de la venta de este servicio podemos trascender el mercado logrando un posicionamiento en la economía, ya que el transporte de carga ha ido creciendo y como empresa debe lograr un posicionamiento en el mercado para que puedan ser más competitivos.

La relevancia de esta investigación es que se logre obtener como resultado la mejora de procesos de ventas de la empresa TRADEL SERVICE S.R.L., el mercado a través de las necesidades que requiere, exige que realice estandarizaciones que permitan ser competitivos contando con una reingeniería en los procesos.

De acuerdo a los estudios realizados acerca del tema de investigación en la empresa Tradel Service S.R.L. no se ha realizado ningún trabajo similar a este tema.

En cuanto a las indagaciones de estudio sobre las dos variables que son: La influencia de la administración y la mejora de los procesos de ventas no hay información, lo único relacionado al tema investigado, es algo relevante que habla sobre el sector de transporte de carga, que está relacionado con la empresa de muestra que estamos investigando, de la cual esta noticia nos menciona sobre la informalidad y cómo debemos mejorar el servicio para que pueda ser de calidad, algo que se asemeja a lo busco esta investigación que es mejorar los procesos que se realiza para venta de este servicio.

En marzo del 2012 en la radio RRPP Noticias, registro noticias sobre los Transportistas, donde debatieron la informalidad en el sector, buscando implementar y desarrollar un sistema de mejor calidad que actualmente se tiene. Más de tres mil transportistas de carga convocaron a una reunión Internacional de Transporte de Carga. Evento que se desarrolla dentro del Perú, en la Fortaleza Real Felipe, en el Callao.

El objetivo de esta reunión es debatir las medidas que aporten a la problemática de la informalidad en el sector, evitando que esto vaya decayendo con el paso del tiempo.

Según informaron representantes del comité que organiza este evento, esta participación estaría a cargo de la responsable de la Superintendencia de de Transporte de Carga, y la SUTRAN.

Una de las fortalezas que podría ayudar a mejorar y a confiar en este servicio, es la formalidad en el sector de transportes, se necesita tomar medidas e implementar un sistema de mejora que permite mejorar y confiar en el servicio, esto atraerá a mayor afluencia de clientes, debido a que la informalidad pueda hacer decaer este servicio.



Por ello se requiere que el comité que organiza esta asociación realmente lleve una buena gestión en la administración de medidas que debe tomar para no seguir permitiendo la informalidad en servicio y que se ponga en marcha una mejor reestructuración en la gestión actual para la confiabilidad y la atracción de clientes.

Variable Independiente (Influencia administrativa) Palacio S. (2006) Observo que, al interior de la Institución Universitaria, la gestión y el control administrativo demoraba mucho la búsqueda de información y elaborar indicadores de distintas dependencias. Así mismo el gerenciamiento estratégico era propuesto para obtener un control en el cumplimiento de objetivos y metas que podrían reducir los tiempos de la gestión administrativa dentro de la Institución.

Pese a que la Institución como toda Organización tenía sus planes estratégicos para la gestión administrativa, en los cuales se definía la visión, y la misión para lograr en un determinado tiempo lo planificado, no era suficiente, era necesario la implementación de dichos planes para monitorear de manera efectiva para controlar sus resultados a través de indicadores utilizados en la dependencia Institucional.

Es así como las diferentes divisiones áreas de la Universidad, debe ajustarse a lo institucional, operando estrategias de acción, pero teniendo sistema de control que integre las herramientas estratégicas para monitorear sus indicadores y que este se utilice como mecanismo para la toma de decisiones.

A esto se suma que cada departamento que puede manejar distintos indicadores, dependiendo de las necesidades y las estrategias de la misma, planteándose en algunas ocasiones en los mismos definidos por la Institución.

Es necesario que en la primera instancia la división de la Universidad tenga un modelo basado en un enfoque sistemático, que permita interactuar entre los distintos elementos y funciones de la Organización, esto para que luego pueda construir un sistema de control para la gestión que integra esta herramienta, pero a su vez pueda monitorear y hacer seguimiento a los factores claves que requiere la Universidad para ciertos indicadores.

Es importante proponer y desarrollar nuevos modelos para controlar la gestión, ante la necesidad de generar conocimientos en esta temática y de retos para los representantes de las organizaciones en particular características especiales que deben ser aplicadas a las instituciones universitarias, cuales son organizaciones de particulares características que requiere mayor medición en su gestión.

En conclusión, lo importante de diseñar un sistema controlado de gestión que se adapte a una Institución Universitaria, y de manera específica a la Universidad del Norte, para ello será necesario el Modelo constituido en varias etapas, donde el enfoque y la metodología este establecida por diversos autores. Esta investigación realizada fue profunda y detallada revisando que no se obvie los elementos constituidos y esenciales para sistema de Control de Gestión con el fin de otorgarle un fundamento teórico significativo en la práctica.

Procesos (Variable Dependiente) Oña C. (2008) Habla sobre el levantamiento de información y mejoramiento de procesos en el Transportes, y que esta variable logra de manera eficiente y necesaria cumplir con los objetivos generales y específicos de la Organización, logrando optimizar las operaciones y procedimientos del transporte, así mismo permite que los trabajadores se adapten a las nuevas exigencias del mercado, mediante el desarrollo de actividades y que este pueda mejorar de manera progresiva.

El autor de la tesis formula que, para determinar los problemas y efectos por falta de aplicación de procesos, es la falta de conocimiento en la aplicación de cada proceso afecta en los servicios que ofrece a sus clientes, logrando demora en los despachos y no cumpliendo con las necesidades y requerimientos de cada servicio.

Una Empresa de Transportes estructurado en sus procesos facilitará los negocios de nuestros clientes y hará que su trabajo pueda lograrse de manera más fácil y poder aprovechar la oportunidad de contar con un servicio justo a tiempo de punto a punto con un solo transportador, evitando que los clientes decidan tomar el servicio con otra Empresa. Transportes Directo opta por un sistema de facturación flexible y facilitado para cada cliente que lo requiera.

En conclusión el problema principal que afecta a Transportes Directo es la falta de conocimientos en la variables de sus procesos continuos en el servicio, generando retrasos en las entregas y siendo de manera continua los reclamo por parte de los clientes, es por esto que para determinar de manera específica los problemas aplicaron el diagrama de Ishikawa, más conocido como de causa y efecto, donde pudieron determinar la raíz del problema en cuanto a la utilización de material, métodos y personal que llevaron a cabo este servicio.

Por medio de un análisis comparativo se pueda observar la rentabilidad de una Empresa es parte el reflejo de que se pueda llevar a cabo mejora en los procesos, y que pueda lograrse ventajas sobre las demás compañías de la competencia.

Para establecer rutas de transportes es necesario la construcción de carreteras que constituye un elemento importante hacia una nueva realidad de desarrollo productivo y social, dado que interceptan en el mismo conjunto interconexión a las ciudades, territorio rural, etc.

Por medio de la propuesta de la mejora de los procesos a Transportes Directo permitirá llevar un mayor control sobre el tiempo y los costos de la mano de obra de cada trabajador, optimizando los recursos para garantizar una mejora calidad de servicio a sus clientes.

Se debe tener presente en la Empresa que los indicadores de gestión muestran los medios de apoyo para saber en qué situación se encuentra la Organización.

Una Empresa define desde el principio a donde se va dirigir y que logre tener mejores utilidades, y de tenerlo claro su propósito, a través de qué acciones se va lograr en combinación con el trabajo en equipo.

Se necesita un sistema de transporte vial seguro y eficiente, menos vulnerable a peligros, que genere confianza a sus clientes, de manera que pueda fortalecer sus servicios de transporte de carga, y esto ayudara al crecimiento económico del lugar donde representa.

Es recomendable implementar un proceso y programa continuo de mantenimiento que permita monitorear todos los sectores considerados críticos en la Provincia Manabí debido al constante mal estado de carreteras y la seguridad de las mismas.

Zegarra I. Año 2010) Mejora en los procesos de despacho en fábrica de productos para la construcción mejorando los costos de operación y servicios al cliente. El trabajo de investigación fue realizado para Empresa dedicada a la fabricación de productos de construcción, donde fabrica y comercializa cinco líneas de productos a nivel nacional. Actualmente esta Empresa tiene un problema en cuanto a los procesos de despacho, se puede ver extensas colas para el recojo de mercadería y que no se pueda recoger de manera rápida los productos.

Debido a esta situación actual, y el análisis en los procesos para entender las causas de demora en los despachos de los clientes. Este tema propone una reorganización en el área de despachos, porque no operando en su totalidad el área de despachos, sin que otras áreas participen en el proceso, originando procesos poco limpios, teniendo costos innecesarios. También se propone una política de levantamiento de información para acelerar el proceso de las entregas, reduciendo los tiempos de atención a los clientes.

En este problema podríamos proponer realizar una estandarización de procesos, para que esta manera podamos encontrar cuál o cuáles son los cuellos de botellas que hace que la fábrica no tenga los productos a tiempo cuando el cliente tenga que recogerlos, ya que asumimos que estas entregas son pedidos anticipados por los clientes, tomando como referencia el tiempo que le debe tomar al almacén en preparar los productos. La idea que se pueda mejorar los costos de operación que genera la demora en los despachos.

Con respecto a este caso podemos darnos cuenta que el objetivo de este trabajo es reducir los costos y el tiempo que puede demorar cada proceso en los servicios que brinda, para esto se aplicó en un inicio la herramienta del El acercamiento Servqual (es una herramienta que se toma en cuenta las opiniones del cliente) que es utilizada en las organizaciones de servicios, donde el método implica percibir las necesidades de cada cliente para mejorar nuestro servicio y de esa manera determinar las fallas graves o muy graves en cada proceso, la finalidad de esto es que podamos identificar qué actividad

Gavelan J (2008) Planteo como objetivo el diseño de un proyecto de reingeniería del proceso productivo y el incremento significativo en la calidad de los productos de la planta que elabora yogur LAIVE S.A. El proyecto integra los puntos claves del planeamiento de la Empresa definido por la dirección. La meta es duplicar las ventas de los años 2006 y 2010, para esto el producto debe cumplir todos los estándares de calidad, cumpliendo con las expectativas del cliente, y bajo un costo donde sea sostenible para la Empresa.

El crecimiento acelerado de la producción, y con esto acompaña el aumento de las maquinas, con presupuestos muy limitados, y a esto debemos sumarle los cambios de los requisitos del consumidor final que en los últimos años han ido reduciendo, generando sobre costos.

Desde el punto de vista la calidad de los productos, cambian parte del proceso y realizando una reingeniería se podrían obtener resultados rápidos, y de esta manera poder cumplir con las expectativas de lo clientes actuales y los futuros.

Estas mejoras en los procesos y el ordenamiento de la Empresa ayudan a los rendimientos del producto, produciendo mayor rentabilidad y sostenibilidad en el negocio que se espera a un determinado tiempo.

Este estudio realizado concluye que, para poder revertir la reducción de productividad observada en la Empresa, se requiere mejorar el nuevo rediseño y la puesta en práctica de un modelo de reingeniería de proceso productivo representado para la fabricación del producto.

Como bien se menciona la idea es rediseñar el proceso productivo de este yogurt y de esa manera se pueda detectar que proceso nos genera mayores costos, con la finalidad de reducirlos sin bajar el nivel de calidad del producto, y que las ventas puedan incrementarse como es el objetivo de esta empresa.

Reducir costos significa que podamos realizar una economía de escala, con la finalidad de vender un producto a un precio accesible, cambiando las fases del proceso, para ella necesitarían aplicar herramientas que permitan realizar una reingeniería de procesos en la planta donde se elabora dicho yogurt.

Variable Independiente (Influencia de la Administración) Robert K. (2008) Indica que con el sistema de gestión hacemos referencia al conjunto integrado de procesos y herramientas que utiliza una empresa para desarrollar su estrategia, procesar en acciones operativas y monitorear y mejorar la eficacia de los procesos y herramientas a utilizar.

Henry F. (2004) Es considerado el verdadero Padre de la Administración, donde su filosofía dice que administrar es prevenir, organizar, mandar, coordinar y controlar.

Hitt M. (2008) define la administración como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional".

F. Morstein (2005) la concibe como: "Toda acción encaminada a convertir un propósito en realidad positiva" Es un ordenamiento sistemático de medios y el uso calculado de recursos aplicados a la realización de un propósito.

El Dr. George R. Terry la define como: "La administración consiste en lograr que se hagan las cosas mediante otras personas".

Variable Dependiente (Mejora de Procesos de Ventas) Hammer y Champy (2008) define a la reingeniería de procesos como el rediseño radical de los procesos de

negocios para lograr mejoras dramáticas en medidas de desempeño tales como en los costos, calidad, servicio y rapidez”.

Mauricio L. (2004) la reingeniería constituye una recreación y reconfiguración de las actividades y procesos de la empresa, lo cual implica volver a crear y configurar de manera radical él o los sistemas de la compañía a los efectos de lograr incrementos significativos, y en un corto período de tiempo, en materia de rentabilidad, productividad, tiempo de respuesta, y calidad, lo cual implica la obtención de ventajas competitivas.

Philip K. (2005) La venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea

Stanton, Etzel y Walker, (2005) autores del libro "Fundamentos de Marketing, el proceso de venta" es una secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra)"

Variable Independiente (Influencia de la administración) L. Bertalanffy (2006) en su libro "Introducción a la teoría general de la administración" Según Idalberto Chiavenato La palabra sistema denota un conjunto de elementos Independientes que permite interactuar a un grupo de unidades combinadas que forman un todo organizado. Sistema es un conjunto o combinaciones de cosas o partes formando un todo.

La teoría de sistemas cubre el aspecto completo de tipos específicos de sistemas, desde los sistemas técnicos (duros) hasta los sistemas conceptuales (suaves), aumentando su nivel de generalización y abstracción.

Señala que la teoría de sistemas es un conjunto de unidades recíprocamente relacionadas, del cual se deriva dos conceptos: el de propósito (u objetivo) y el de globalización (o totalidad). La teoría de sistemas desarrolla principios unificadores que cruzan verticalmente los universos particulares de las diversas ciencias

involucradas, enfocando el objetivo de la unidad de ciencia. Nos conduce a una integración en la educación científica.

Ha sido descrita como: una teoría matemática convencional, un metalenguaje, un modo de pensar, una jerarquía de teorías de sistemas con generalidad creciente

Se fundamenta en tres premisas básicas que son:

a).- Los sistemas existen dentro de sistemas. Cada sistema se constituye de subsistemas y, al mismo tiempo, hace parte de un sistema más grande, el suprasistema. Ese encadenamiento parece ser infinito.

b).- Los sistemas son abiertos. Cada sistema existe dentro de un medio ambiente constituido por otros sistemas. Los sistemas abiertos se caracterizan por un proceso infinito de intercambio con su ambiente para cambiar energía e información.

c).- Las funciones de un sistema dependen de su estructura. Cada sistema tiene un objetivo o finalidad que constituye su papel en el intercambio con otros sistemas dentro del medio ambiente.

La teoría de sistemas se introdujo en la teoría administrativa por varias razones:

- La necesidad de una síntesis e integración de las teorías que la precedieron, esfuerzo intentado sin mucho éxito por las teorías estructuralistas y conductual.
- La cibernética permitió el desarrollo y la operacionalización de las ideas que convergían para una teoría de sistemas aplicada a la administración
- Los resultados exitosos de la aplicación de la teoría de sistemas en las demás ciencias.

El análisis sistemático, o análisis de sistemas, de las organizaciones permite revelar lo general en lo particular, indicando las propiedades generales de las organizaciones de una forma global y totalizadora, que no se revelan por los métodos ordinarios de análisis científico en total, la teoría de sistema permite reconceptualizar los fenómenos dentro de un enfoque global, permitiendo la interrelación y la integración de temas que son, en su mayoría, de naturaleza completamente diferentes.



Sistema es un conjunto o combinaciones de cosas o partes formando un todo unitario.

- Conceptos de sistemas
- Sistema es un conjunto de elementos en interacción reciproca
- Sistema es un conjunto de partes reunidas que se relacionan entre sí formando una totalidad

Tipos de sistemas

Por su representación pueden ser sistemas Físicos o Abstractos

- Los sistemas físicos, se componen de equipos, maquinarias, objetos y cosas que es denominado la parte Hardware y se describe en términos cuantitativos.
- Sistemas Abstractos o Conceptuales. Se describe de conceptos, información almacenada, ideas, se denomina software

Por su naturaleza pueden ser cerrados o abiertos

- Sistema Cerrado. No presentan intercambio con el medio ambiente que los circunda, son herméticos. La denominación sistemas cerrados se da a los sistemas cuya conducta es determinística y programada y que operan con pequeños y conocido intercambio de materia y energía con el medio ambiente. Son los llamados sistemas mecánicos, como las máquinas y los equipos.
- Los sistemas abiertos. Presenta la relación de intercambios con el ambiente por medio de varias entradas y salidas. Se adaptan, para subsistir, deben reajustarse de manera continua a las condiciones del medio. La adaptabilidad es un continuo proceso de aprendizaje y de auto organización.

I. Chiavenato (2003) Teoría del Proceso Administrativo (teoría neoclásica) en su libro "Introducción a la teoría general de la administración". Peter Drucker, Cyril O`

Donnel, nos dice que la administración es como una técnica, y que esto implica que el administrador debe saber, además de los aspectos técnicos y específicos de su trabajo, los aspectos relacionados con la dirección de personas en las organizaciones. La administración consiste en organizar, dirigir y controlar el seguimiento de un grupo de personas que permita alcanzar un objetivo común. El buen administrador, siempre debe hacer posible que el grupo alcance sus metas con la mínima inversión de recursos y esfuerzos y la menor injerencia con otras actividades. La administración es una actividad donde se debe generar todo el esfuerzo humano colectivo, ya sea en una empresa que venda productos o brinde servicios.

El autor nos habla de las funciones del administrador, según la teoría neoclásica, corresponde a elementos de la administración que Fayol definió como: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. En la propuesta por Fayol, los autores neoclásicos adoptan el proceso administrativo como la planeación, la organización, la dirección y el control, constituyen el denominado proceso administrativo, las funciones del administrador constituyen el ciclo del administrador, a medida que repite el ciclo administrativo permite la corrección y el ajuste continuos mediante retroalimentación, esta secuencia cíclica está íntimamente relacionada en interacción dinámica.

Durand –Pich (2010) en su libro Estructura Organizacional por “El Canon del Management autor de la teoría Henry Mintzberg, Mintzberg Hace reflexión sobre el papel de la estrategia en la empresa y sobre su particular relación con la planificación. Es por ello que trata de desmitificar el papel que han tenido la “Planificación estrategia”, tan de moda desde mediados de los sesenta.

La primera observación es que una cosa es la planificación estratégica y otra distinta el pensamiento estratégico. La primera pone atención en los números, en que todo cuadre, en que el conjunto sea perfecto el segundo es visionario.

La planeación estratégica es, en la práctica, programación estratégica, la articulación y elaboración de estrategias que ya existen: por su parte, el proceso de reflexión estratégica pasa por captar lo que el ejecutivo aprende de cualquier fuente: de su experiencia personal, de la experiencia de otros, de los datos objetivos

que proporciona la investigación de mercado: y luego es capaz de sintetizar este aprendizaje en una visión que marca el camino que la empresa debe seguir.

Las organizaciones han de cambiar el contenido del trabajo del planificador: Este ha de proporcionar los datos que el pensamiento estratégico necesita. En el fondo, la planificación ha sido siempre un trabajo de análisis de formalización. Y ahí debe quedar.

El pensamiento estratégico, por el contrario, es un trabajo de síntesis, de intuición, de creatividad.

Mintzberg describe las tres suposiciones falsas que producen la confusión entre planificación estratégica y pensamiento estratégico:

La falacia de la predicción: el mundo permanece estable mientras el plan se desarrolla, y sigue estable mientras tratamos de implementarlo. La cuestión es que todo ello se basa en un horizonte de continuidad y de la realidad es discontinua. Planificar las discontinuidades es técnica-mente imposible.

La falacia de la indiferencia. Los planificadores pueden distanciarse de la realidad de la organización. De acuerdo con este punto de vista, si el sistema piensa la estrategia debe separarse de las operaciones (tácticas), la formulación de la implementación, los que piensan de los que hacen, los estrategas de los objetos de sus entregas. Pero los sistemas no han sido capaces de reproducir nunca un genio del emprendedor y ni siquiera el del entrega competente.

La falacia de la formalización. Ningún sistema es capaz de hacerlo igual o mejor que el ser humano. No puede interiorizar, comprender, sintetizar. Los planificadores recogen habitualmente sus datos (hard data) del sector, los mercados, los competidores. La información blanda (los intangibles) no se tiene en cuenta; no hablan con los clientes, ni con los empleados, ni con los proveedores. Los planificadores sólo están interesados en lo que se puede medir, contar, pesar.

En el primero, Mintzberg demostraba que las organizaciones exitosas eran aquellas que estructuraban sus procedimientos en forma coherente, y se aseguraban que respondieran a una necesidad del entorno en que compiten las organizaciones. En el segundo, demostraba que el poder y las luchas por él no son una simple patología

de las organizaciones, sino que, por el contrario, son intrínsecas a ellas. Finalmente, el tercer libro nos mostraba que las estrategias exitosas no siempre son planificadas a un determinado tiempo, y que pueden surgir espontáneamente en las organizaciones. Pretender que la formulación de estrategias es dominio exclusivo de la alta gerencia.

Para esta teoría se tiene en cuenta factores como la integración, a la vez toda organización tiene que tener una base para poder determinar su producto y/o servicio que ofrece al mercado, es entonces que es muy necesario una estructura organizacional para poder facilitar la comunicación, las responsabilidades entre los colaboradores de la organización y estos responde de acuerdo a las características de su estructura organizacional, y a la vez mantenerse en el tiempo ya que muchas veces cuando no existe una buena estructura la competencia saca del mercado a la institución mal organizada.

Procesos de ventas (Variable dependiente) J. Chang (2004) en su libro Mejora de procesos Mencionamos la mejora de procesos que establece realizar un método de perfección continua en la calidad de sus procesos, y que el mismo debe basarse en la reducción sistemática de aquellos detalles más influyentes en mostrar la calidad del producto o servicio. Las armas más utilizadas para la reducción son, fundamentalmente, el seguir constantemente y controlar cada proceso. Este programa de controlar y mejorar los procesos tiene como objetivo la reducción sistemática de la variación de los procesos. Para ello se ayuda en una serie de conceptos claves de prevención frente a cualquier análisis, y el trabajo en equipo, puede tener un nuevo concepto que acepte el nuevo proceso que necesita las características como controlar y utilizar las herramientas estadísticas necesarias para su desarrollo.

Existen muchos recursos para conjugar los conceptos y las herramientas ya mencionadas con el mismo objetivo. Este proceso se describe de forma clara las herramientas estadísticas, y se desarrolla un procedimiento general que intenta cubrir la mayoría de las actividades industriales, no obstante, para lograr un rendimiento óptimo es necesario adaptarlo a los detalles de cada Empresa en lo

respecta a cada sector, producto, organización, recursos, etc. El control y la mejora de procesos es una actividad enfocada en la prevención de la organización, por lo que los costos que impliquen su implementación ser una buena inversión a corto y mediano plazo.

Según los autores Stanton, Etzel y Walker, la etapa final del proceso de ventas es una serie de actividades que fomentan a seguir teniendo una buena relación con el cliente, seguir cultivando los negocios a futuro con el mismo.

Servicios posventa: Los servicios posventa tienen como objetivo asegurar la satisfacción del cliente. Es la etapa donde La Empresa tiene la oportunidad de mostrar el valor agregado que representa como tal, y que pueda ocasionar la lealtad hacia La Empresa como cliente.

La influencia es capaz de incidir en la toma de decisiones de una Empresa, tomando como referencia el objetivo a donde queremos llegar, nos permite que los demás accedan a hacer cosas que nos lleven a un beneficio y que todos se sientan satisfechos con él.

Es la habilidad que nos permite ejercer poder (en cualquiera de sus formas) sobre los procesos que conlleven a la mejora de un área.

L. Brech (2003) Administración: proceso que permite conseguir la oportunidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una Empresa, para alcanzar sus objetivos específicos y generales.

A. Ferrando (2008) Gestión Administrativa: Un correcto desarrollo de la gestión administrativa contribuye en la mejora de la eficacia y la eficiencia de la organización. La misión del responsable de la gestión administrativa es asegurar este tenga un buen funcionamiento, mediante un buena planificación y ejecución de las tareas.

I. Chiavenato (2002) Procesos: Denomina al proceso como conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar a un objetivo.

R. Kaplan (2008) Mejora de Procesos y Gestión: Las empresas podrán obtener el máximo provecho de su inversión si centran sus programas de gestión del proceso empresarial, la mejora de la gestión de calidad total, la eficiencia, Six sigma y reingeniería de procesos relacionados directamente con los objetivos en sus mapas estratégicos y en sus cuadros de mando integrales.

Ferrel O. C. y Geoffrey Hirt, (2009) Finanzas: el término finanzas se refiere a "todas las actividades relacionadas con el ingreso y salida de dinero mediante los flujos de efectivo.

J. Montes (2006) Recursos Humanos: Pretende organizar, desarrollar y poner en funcionamiento a las personas que trabajan en una empresa.

R. Schonberger (2010) Mejora Continua: Habla de la Mejora Continua al nivel de toda la Empresa, y que busca comprometerse a alcanzar la Calidad Total al nivel de toda la Organización.

Philip K. (2005) Las ventas es la forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hace que La Empresa tenga un lugar en el mercado deseado.

Tecnología: Programas de utilidad, y que están fuera de la realidad de la empresa y las exigencias del mercado, lo que se agrava con la falta de actualización de los equipos.

Servicio al cliente: La relación entre comprador y cliente para poder estar pendientes de sus requerimientos y necesidades de sus empresas.

Servicios: Es la cadena que relaciona, el transporte, entrega, localización, y la mantención del control de los documentos, materiales, paquetes y/o otras mercancías durante todo el proceso del servicio

Rentabilidad: hace referencia a la inversión que una Empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y utilidad deseada para los inversionistas.

Conductor: Persona que conduce el vehículo.

Transporte: Traslado de personas o bienes de un lugar de origen a destino. Dentro de esta acepción se incluyen numerosos conceptos, de los más importantes son las infraestructuras, vehículos y operaciones.

Un grupo de personas que trabajan de manera unida en la misma materia, existiendo una coordinación adecuada que les permite facilitar las labores y hacerlo de forma inmediata y eficiente.

### **III. METODOLOGÍA**

La gestión administrativa influye en la mejora de procesos y las ventas del servicio de transporte de carga de Tradel Service S.R.L.

La gestión administrativa influye en la mejora continua de los procesos de ventas de Tradel Service S.R.L.

La administración influye en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de ventas.

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

Según Sampieri, R. (2006). Los estudios descriptivos tienen como finalidad especificar las características de los grupos, procesos, objetos o cualquier fenómeno donde pueda someterse a un análisis. Es decir, permite medir y evaluar datos recolectados sobre diversos conceptos (variables), que son componentes a investigar para la metodología. Así mismo este autor menciona que los estudios correlacionales tienen el propósito de conocer la relación que existe entre dos o más variables. La utilidad principal del estudio correlacional es saber cómo se representa un concepto o variable al conocer el comportamiento de las variables relacionadas con este estudio.

Por tal motivo el tipo de investigación a usar es investigación descriptiva y correlacional ya que el objetivo es estudiar un tema poco estudiado de la cual se tiene muchas dudas, y de la que se requiere analizar las características a las que se somete los procesos para mejorar a un corto tiempo. Hernández Fernández y Baptista (2003).

##### **Diseño de investigación**

Transeccional o transversal, porque recopila la información para dicha investigación, para luego analizarlos y ver si la nuestra de la hipótesis fue la correcta.



El estudio es averiguar si existe alguna relación o causa algún efecto la administración con la mejora de procesos de ventas de la empresa Tradel Service S.R.L.

### **3.2. Variables**

#### **Definición Conceptual:**

##### **a) La Influencia de la administración**

La administración es el proceso de diseñar y conseguir un entorno en el que, trabajando en grupos, las personas cumplan eficientemente objetivos específicos.

La influencia se presenta en las interrelaciones de la administración que es el que tiene el proceso de planear, organizar e integrar las relaciones de trabajo, por lo que se fundamenta en la utilización de recursos para alcanzar un objetivo.

Podemos hablar de procesos si el objetivo de ellos es mejorarlos, y para ello se necesita crear y diseñar nuevas técnicas que nos permita estandarizar los procesos.

#### **Definición Operacional**

**Influencia:** Es capaz de incidir en cualquier toma de decisiones de una organización, tomando como referencia el objetivo a donde queremos llegar. Es la habilidad, o el poder que se tiene para generar cambios, dependiendo el grado de los cambios podemos medir el grado que ha tenido dicha influencia.

**Procesos:** Se puede definir el proceso como una secuencia repetitiva de actividades que una o varias personas(intervinientes) desarrollan para hacer llegar una salida a un destinatario, a partir de recursos que se utilizan (recursos amortizables que requieren emplear los intervinientes).

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### Población

Los 60 trabajadores de la Empresa Tradel Service S.R.L., como las áreas de ventas, operaciones, administrativos y supervisores que conforman y son los que intervienen en los procedimientos de ventas para el servicio de transporte de carga que brinda la empresa.

#### Muestra

La muestra es un subconjunto representativo de un universo, en la presente investigación se obtendrá según la fuente primaria obtenida gracias a los trabajadores encuestados de la empresa Tradel Service S.R.L.

El tamaño de la muestra se calcula utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Z = Nivel de confianza (95%).

N = Numero de población total a investigar (60).

P = Probabilidad pertinente de lo que se va a investigar (0.5).

Q = Probabilidad no pertinente frente de lo que se va a investigar (0.5).

E2 = Margen de error (5%).

n = Tamaño de la muestra.

Reemplazando la aplicación de la fórmula:

$$\frac{(1.96)^2 \times 60 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2(60-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 53.242 = 53$$

La muestra de la investigación es de 53 trabajadores.

### **Muestreo**

La investigación se utilizó con un muestreo probabilístico de tipo aleatorio, porque son todos los trabajadores que laboran en diferentes áreas de la empresa.

### **Método de investigación**

Según el énfasis en la naturaleza de los datos recolectados son tratados de manera cuantitativa, debido a que la procedencia del estudio, y los datos se basan en la cuantificación y cálculo de los mismos.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica de recolección de datos son las distintas formas de obtener la información. Como ejemplo que técnicas se tiene; que es la observación directa, la encuesta en sus dos versiones (entrevista o cuestionario), el análisis documental, y de contenido.

### **3.5. Técnicas e instrumentos:**

Las técnicas aplicadas en la presente investigación fueron:

#### **El cuestionario**

En la investigación se determina el cuestionario como un medio más adecuado para la obtención de la información.

El cuestionario está compuesto por 16 preguntas perfectamente claras y dirigidas a obtener la información real y oportuna para la resolución del problema planteado en la presente investigación.

Para la realización de este cuestionario utilizamos la escala de LIKERT, de su creador Rensis Likert, que nos explica que “Es una escala de clasificación que pide a los entrevistados que indiquen en grado de acuerdo o desacuerdo y que tiene entre 1 y 5 categorías de respuestas.

### 3.6. Método de análisis de datos

Después de haber realizado las encuestas, todas las respuestas se codificarán para el análisis correspondiente.

El cuestionario fue validado mediante el coeficiente del Alfa de Cronbach, este coeficiente requiere una sola medición y mide la consistencia interna de todos los ítems en cada escala y el instrumento como conjunto.

Obteniendo como resultado del análisis de 16 elementos de un 0.858 de fiabilidad del instrumento de recolección de datos y denominándola de acuerdo al rango con una magnitud de alta confiabilidad como asigna el programa SPSS.

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.858	16

Una vez realizado las encuestas, todas las respuestas se codificaron y se procesaron mediante el programa estadístico (SPSS) y poder realizar el análisis que corresponde.

#### Método de contrastación de datos

##### Hipótesis General

La gestión administrativa influye la mejora de los procesos y las ventas del servicio de transporte de carga de Tradel Service S.R.L. **(H1)**

La gestión administrativa no influye en la mejora de procesos y las ventas del servicio de transporte de carga de Tradel Service S.R.L. **(H0)**

### Hipótesis Específica 1

La administración influye en la mejora continua de los procesos de ventas de Tradel Service S.R.L.

- La administración no influye en la mejora continua de los procesos de ventas de Tradel Service S.R.L.

### Hipótesis Específica 2

- La Gestión administrativa influye en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de ventas.
- La Gestión administrativa no influye en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de ventas.

#### ANOVA<sup>b</sup>

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	3.025	1	3.025	15.264	.000 <sup>a</sup>
	Residual	10.107	51	.198		
	Total	13.132	52			

a. Variables predictoras: (Constante), Influye la administración en la mejora continua

b. Variable dependiente: Cuentan con manuales claros y definidos de los procedimientos que debes realizar para la venta

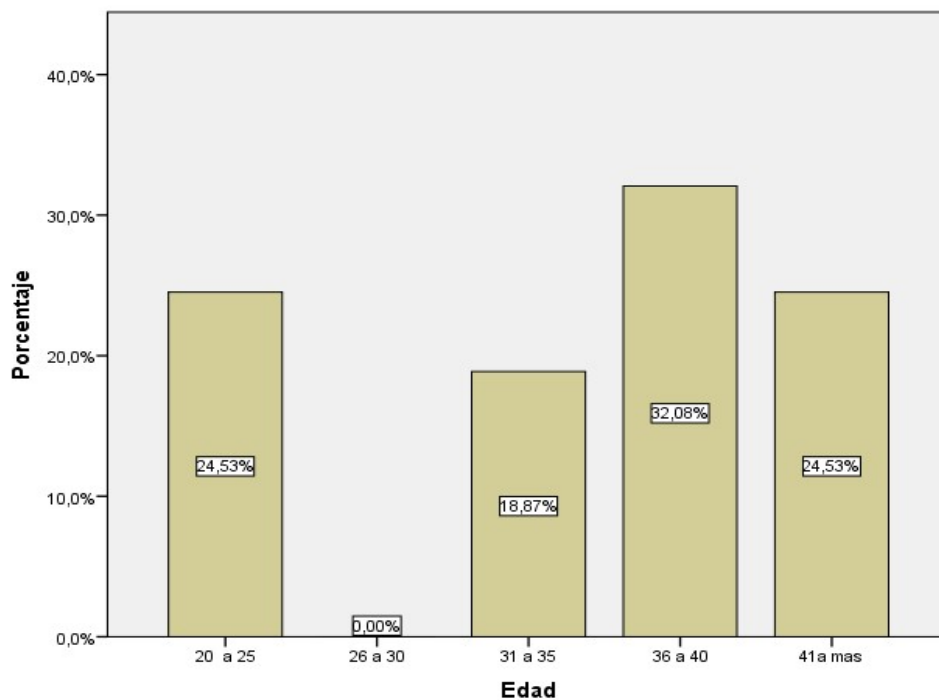
#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

TABLA N° 1

##### Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
20 a 25	13	24.5	24.5	24.5
31 a 35	10	18.9	18.9	43.4
36 a 40	17	32.1	32.1	75.5
41a mas	13	24.5	24.5	100.0
Total	53	100.0	100.0	

GRÁFICO N° 1



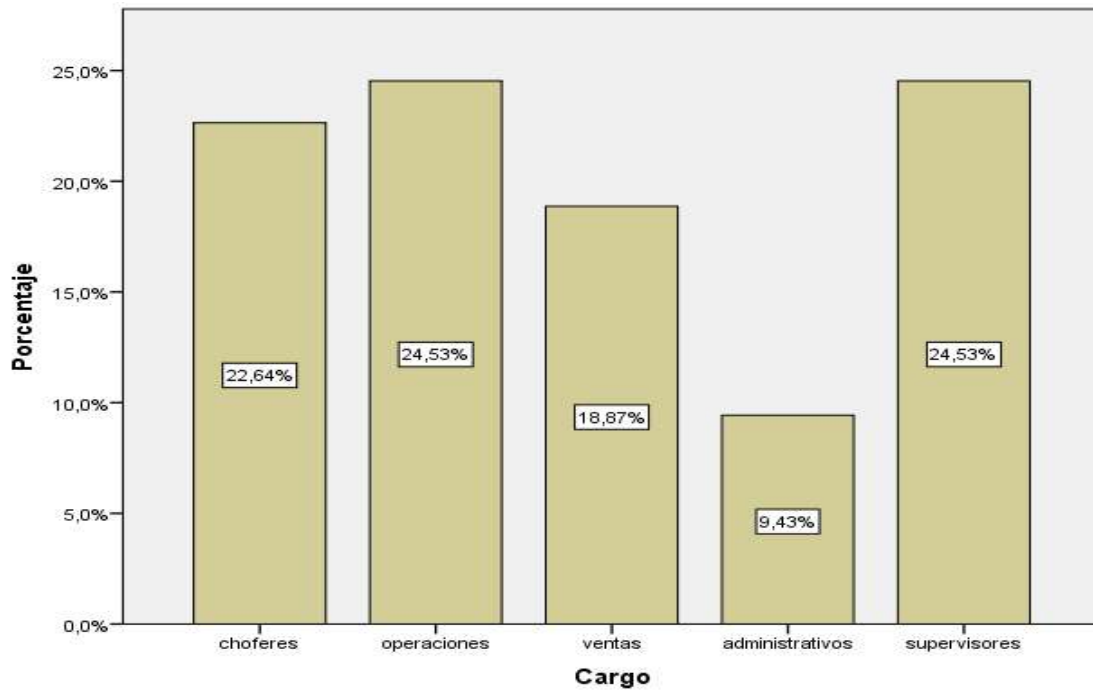
De acuerdo a la pregunta referente a la edad de los trabajadores de la Empresa Tradel Service S.R.L. que del total de encuestados cabe notar que el gran porcentaje de trabajadores es de 36 a 40 años (32.08%), y un porcentaje inferior (18.87%) es de 31 a 35 años.

**TABLA N° 2****Cargo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Choferes	12	22.6	22.6	22.6
Operaciones	13	24.5	24.5	47.2
Ventas	10	18.9	18.9	66.0
Administrativos	5	9.4	9.4	75.5
Supervisores	13	24.5	24.5	100.0
Total	53	100.0	100.0	



**GRÁFICO N°2**



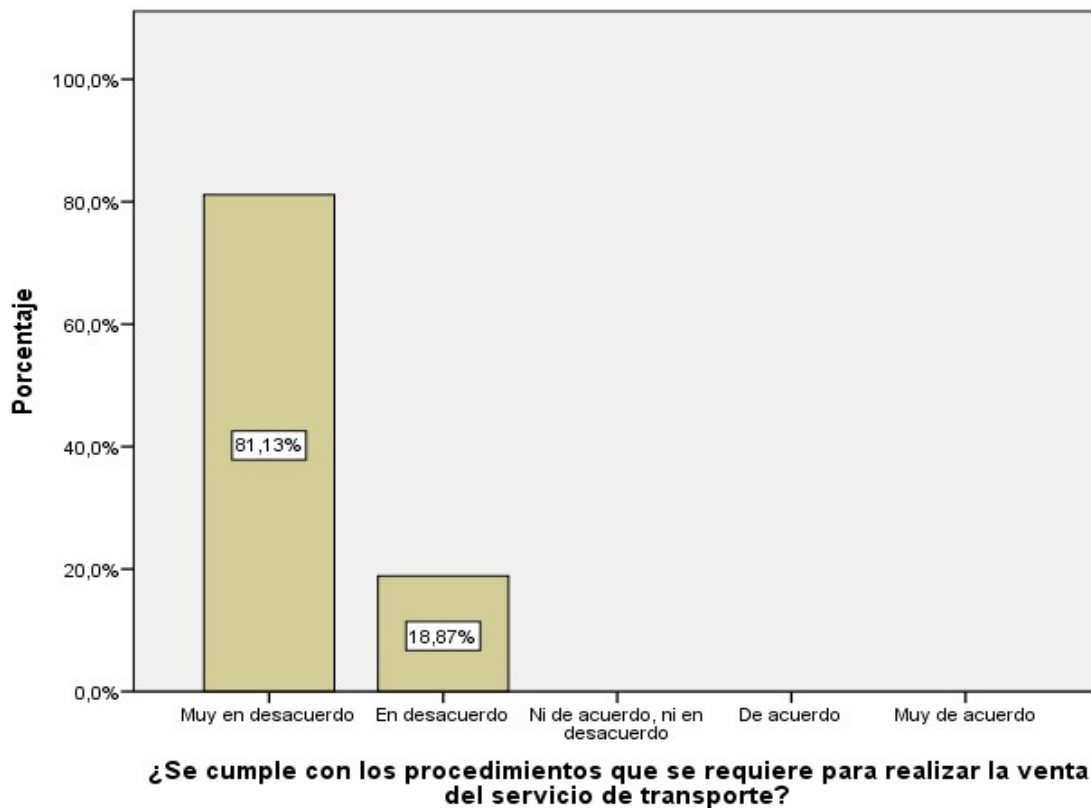
De acuerdo a la pregunta referente al cargo de los trabajadores, cabe señalar que los operarios y los supervisores el tienen mayor alto de trabajadores (24.53%), y seguido están los choferes con un porcentaje de (22.64%), sin embargo los administrativos tienen el menor porcentaje de trabajadores (9.43%).

**TABLA N°3**

**Se cumple con los procedimientos que se requiere para realizar la  
venta del servicio de transporte**

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Muy en desacuerdo	43	81.1	81.1	81.1
En desacuerdo	10	18.9	18.9	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N° 3**



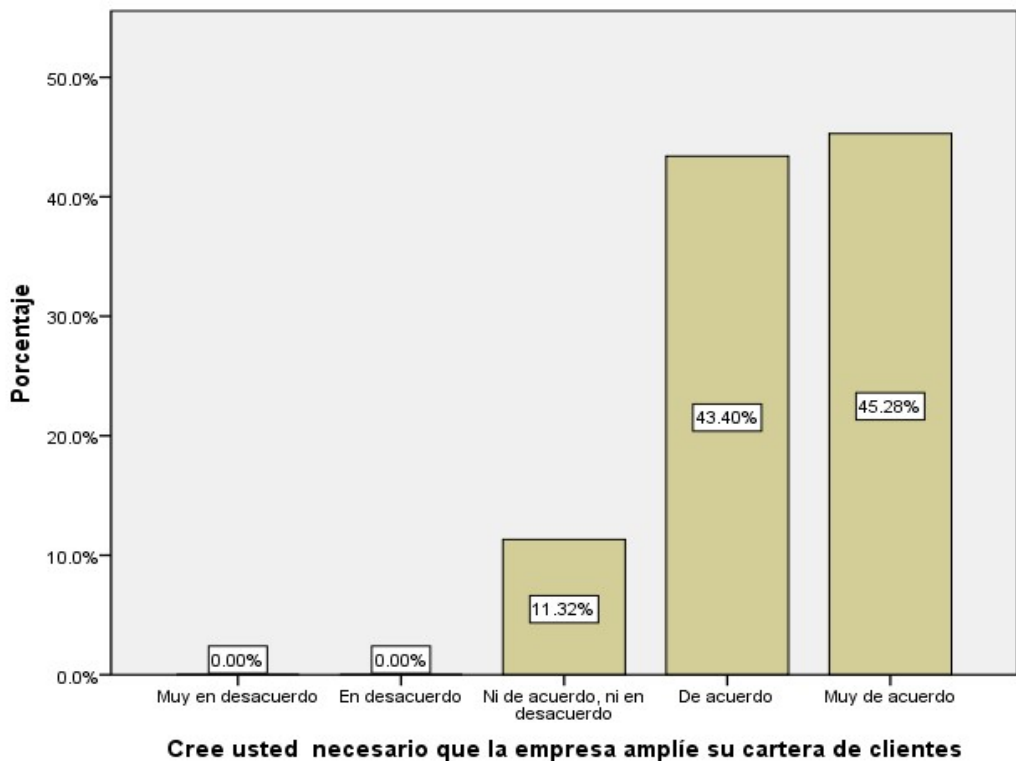
De acuerdo a la pregunta 3, según las encuestas realizadas el 81.13% está muy en desacuerdo, seguido por un 18.87% que está en desacuerdo. Por lo tanto, podemos afirmar que no se cumple con los procedimientos que se requiere para realizar las ventas.

**TABLA N°4**

**Cree usted necesario que la empresa amplíe su cartera de clientes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	11.3	11.3	11.3
De acuerdo	23	43.4	43.4	54.7
Muy de acuerdo	24	45.3	45.3	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°4**



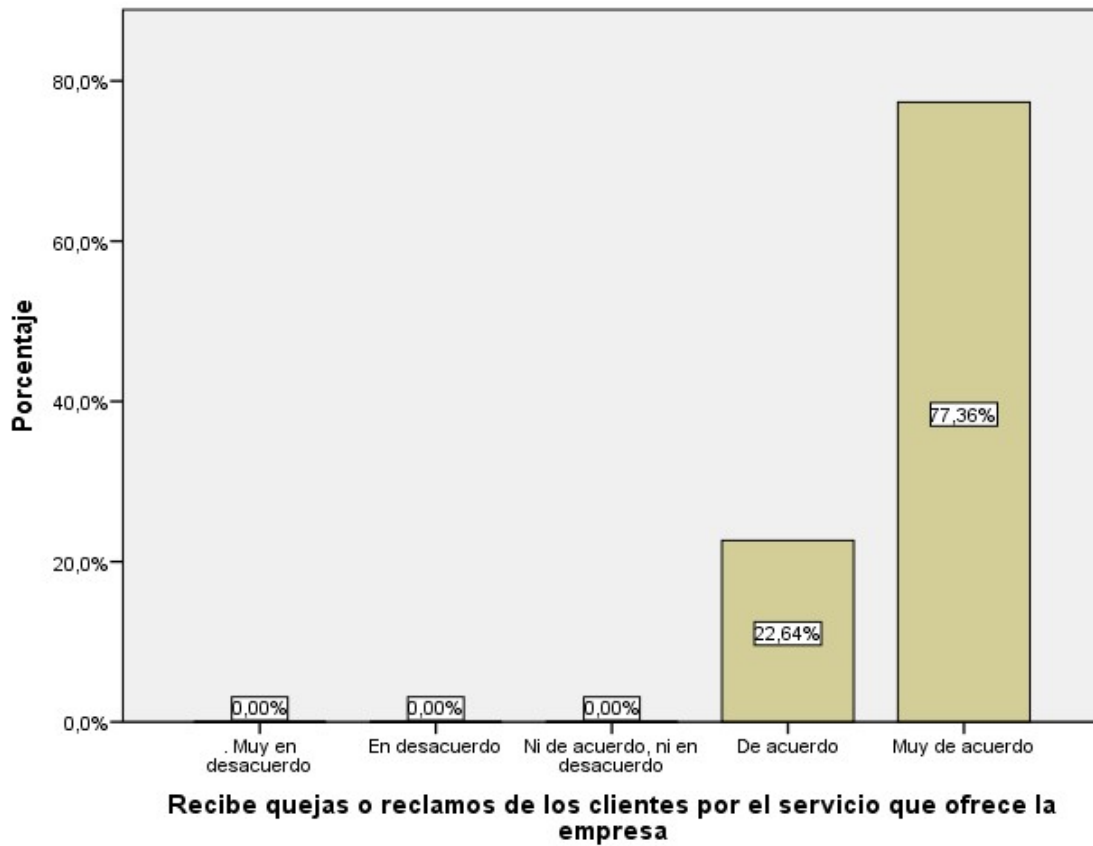
En función a la pregunta 4, según los encuestados hay un 45.28% que está muy de acuerdo, seguido con un 43.40% está de acuerdo, y por último un 11.32% no está de acuerdo, ni en desacuerdo. Por lo que los encuestados afirman que si es necesario que la empresa amplíe su cartera de clientes.

**TABLA N°5**

**Recibe quejas o reclamos de los clientes por el servicio que ofrece la empresa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De acuerdo	12	22.6	22.6	22.6
Muy de acuerdo	41	77.4	77.4	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°5**



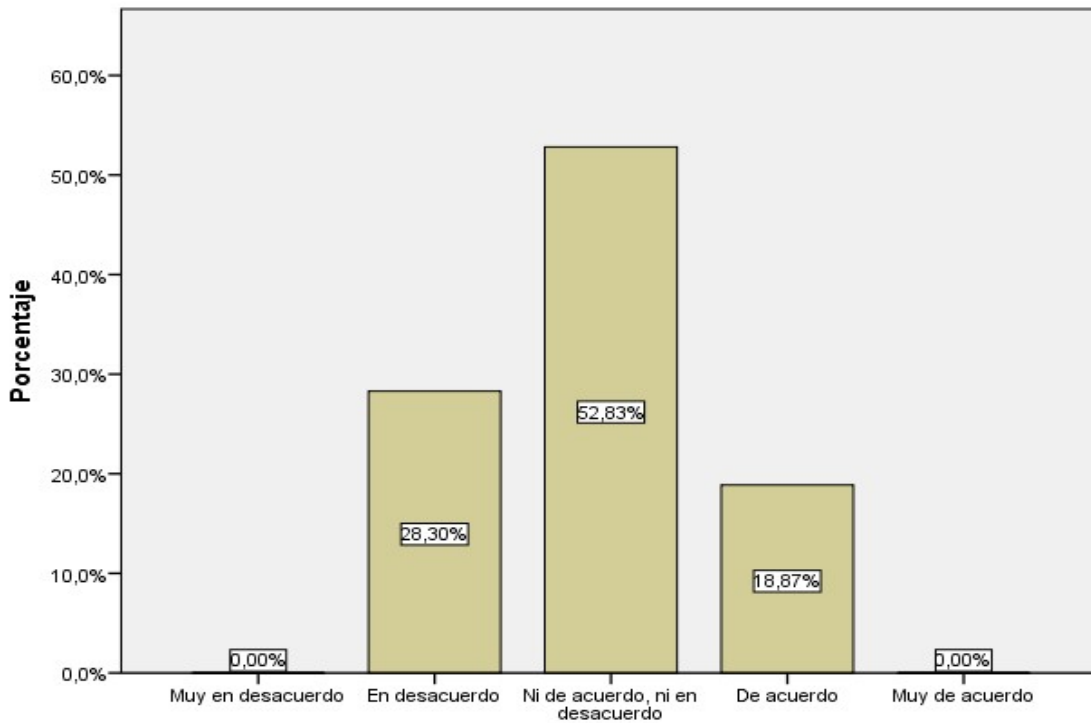
En función a la pregunta 5, según muestra los encuestados, un 77.36% están muy de acuerdo y seguido con un 22.64% de acuerdo. Por lo que los trabajadores confirmar que en la actualidad si reciben quejas y reclamos del servicio que ofrece la empresa.

**TABLA N°6**

**La empresa realiza capacitaciones para el manejo de los procedimientos en el servicio de transportes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
En desacuerdo	15	28.3	28.3	28.3
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	28	52.8	52.8	81.1
De acuerdo	10	18.9	18.9	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N° 6**



**La empresa realiza capacitaciones para el manejo de los procedimientos en el servicio de transportes**

En función a si la empresa realiza capacitaciones para los procedimientos, según las encuestas un 52.30% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, que indica que no opina al respecto, seguido tenemos un 28.30% está en desacuerdo y por último un 18.87% está en desacuerdo que las recibe.

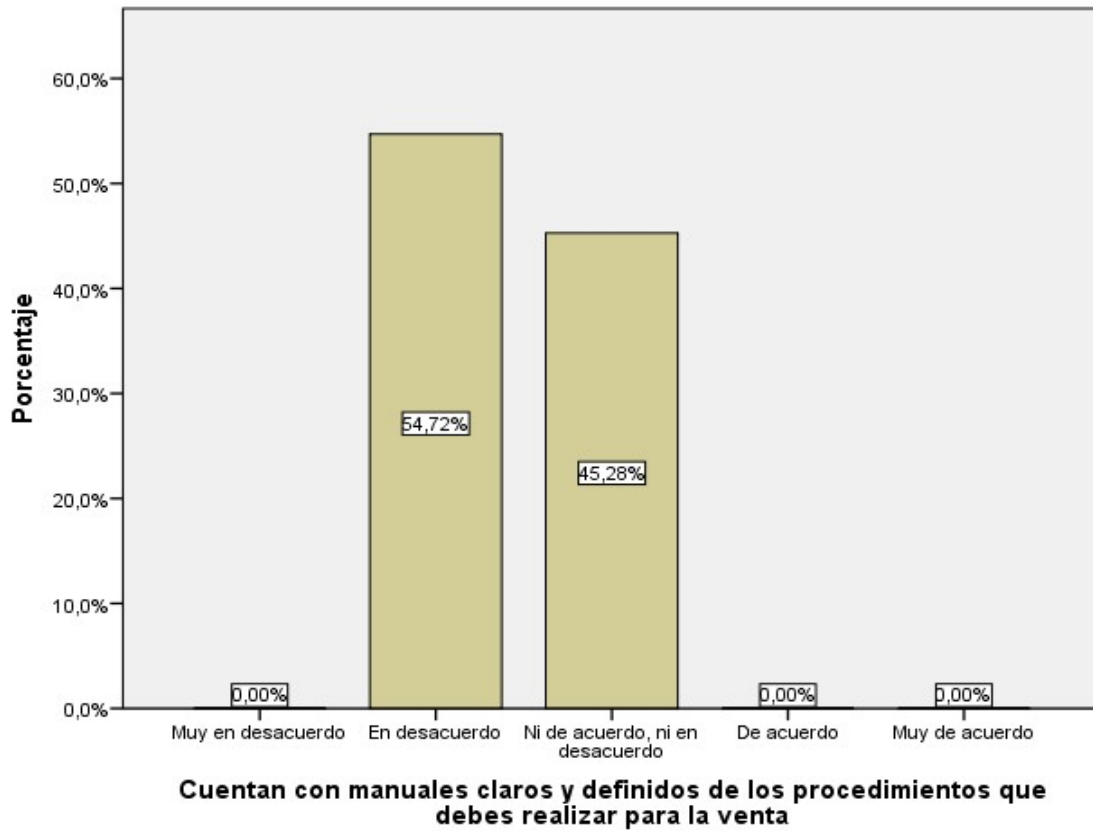
**TABLA N°7**

**Cuentan con manuales claros y definidos de los procedimientos que debes realizar para la venta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
En desacuerdo	29	54.7	54.7	54.7
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	24	45.3	45.3	100.0
Total	53	100.0	100.0	



**GRÁFICO N°7**



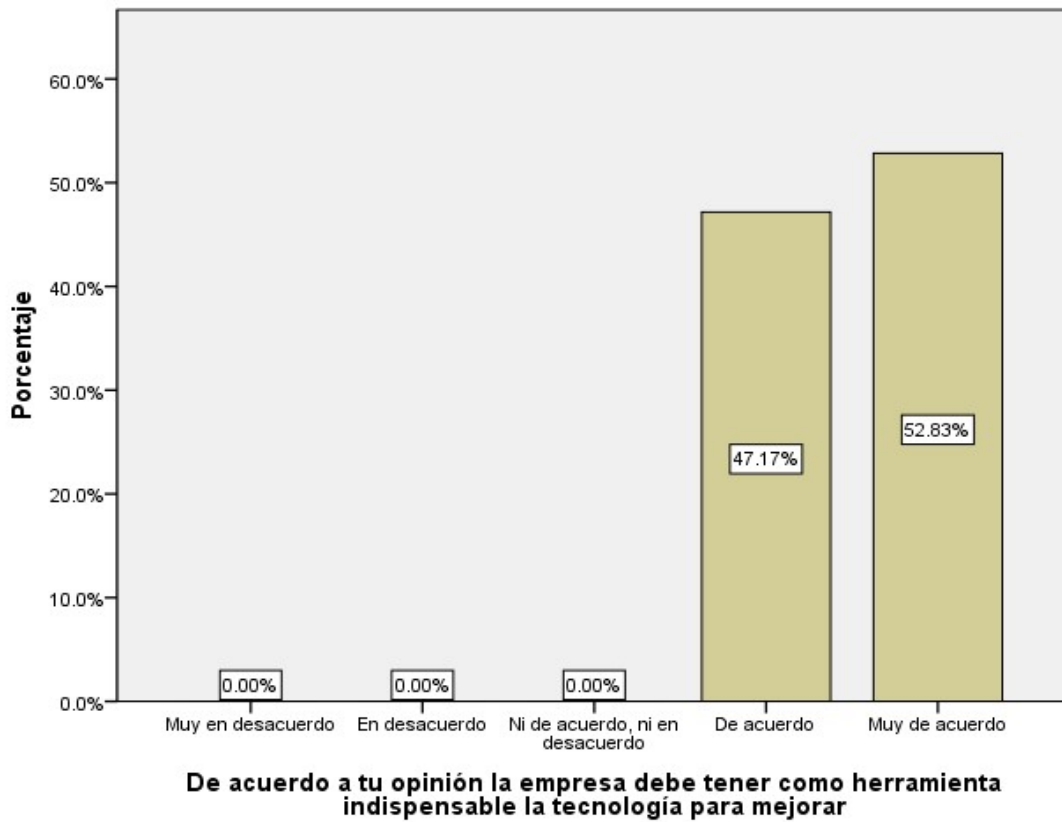
En función a la pregunta si cuentan con manuales claros y definidos de los procedimientos, según nos muestra el total de trabajadores encuestados, 54.72% está en desacuerdo, y un 45.28% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, que en pocas palabras no opina.

**TABLA N°8**

**De acuerdo a tu opinión la empresa debe tener como herramienta indispensable la tecnología para mejorar**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
De acuerdo	25	47.2	47.2	47.2
Muy de acuerdo	28	52.8	52.8	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°8**



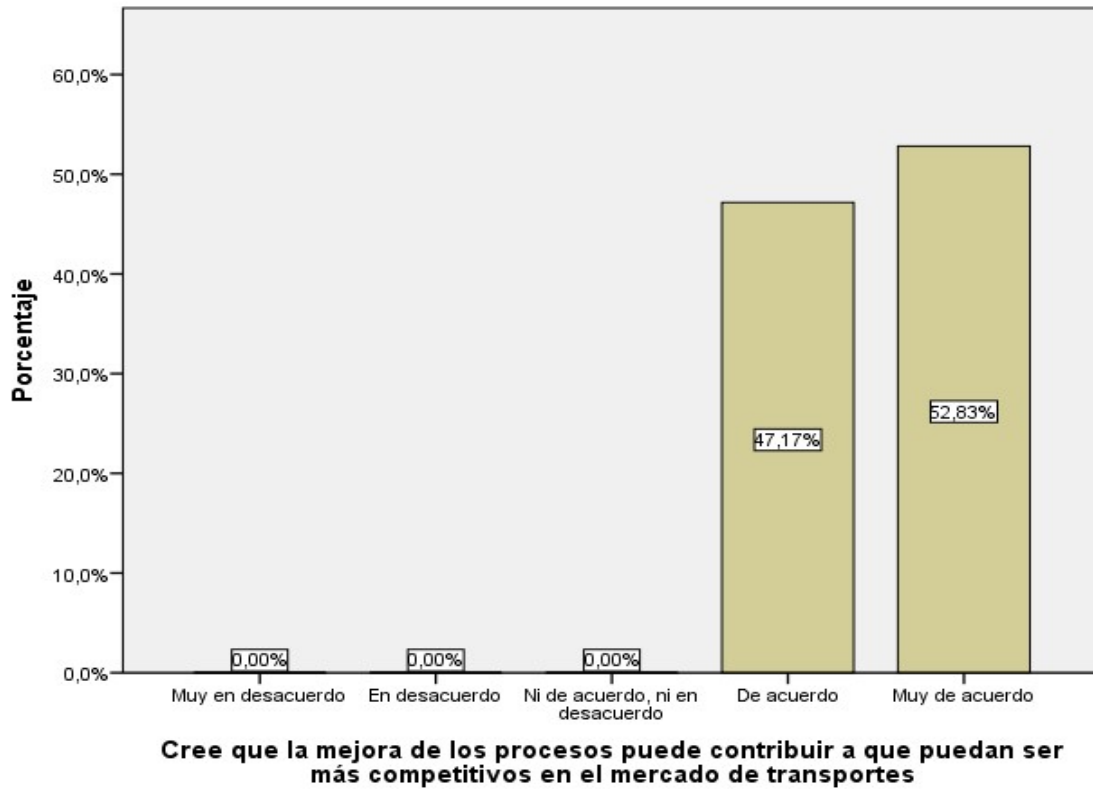
En función a la pregunta 8, los trabajadores encuestados opinan que un 52.83% está muy de acuerdo que la tecnología es una herramienta indispensable para mejorar la empresa, y un 47.17% está de acuerdo.

**TABLA N°9**

**Cree que la mejora de los procesos puede contribuir a que puedan ser más competitivos en el mercado de transportes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	25	47.2	47.2	47.2
	Muy de acuerdo	28	52.8	52.8	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

### GRÁFICO N°9



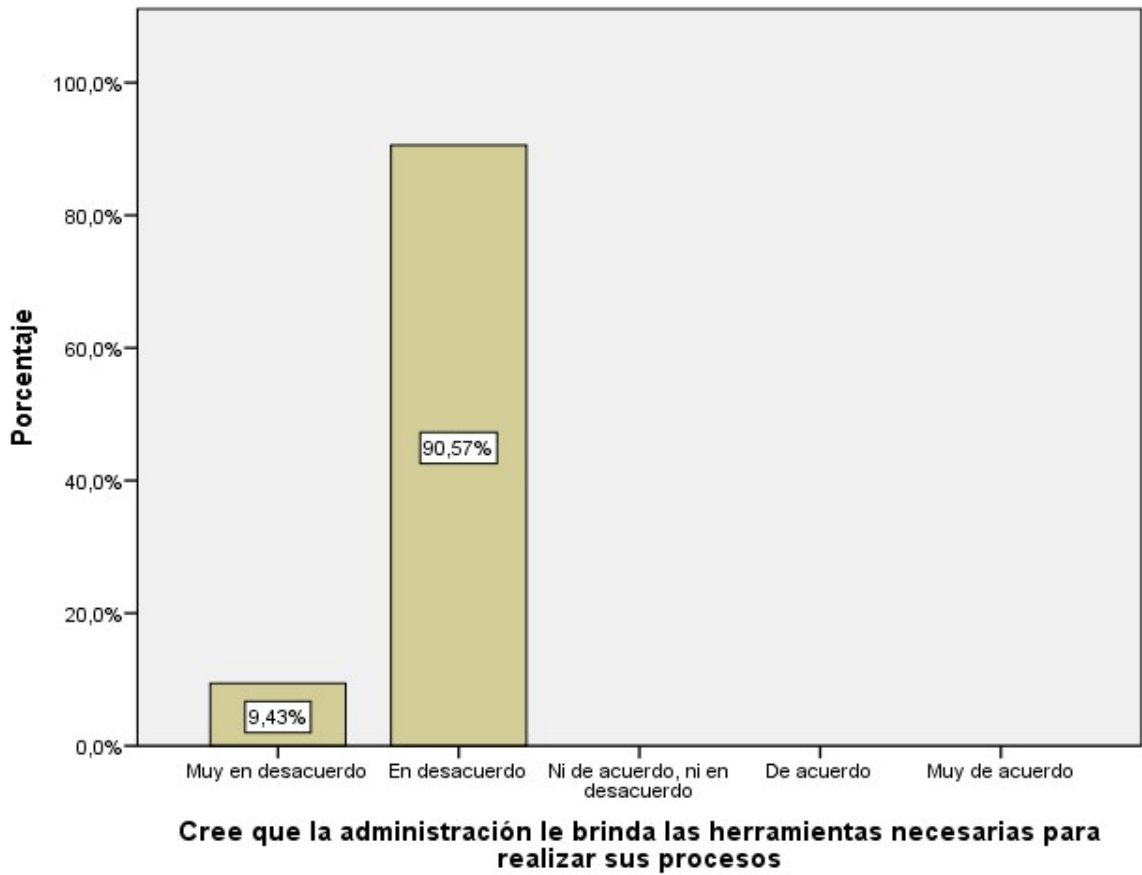
En función a la pregunta 9, según nos muestra las encuestas realizadas, un 52.83% de los trabajadores está muy de acuerdo y el 47.17% está de acuerdo. Por lo tanto la mejora de los procesos si puede contribuir a que la empresa puede ser más competitiva.

**TABLA N°10**

**Cree que la administración le brinda las herramientas que requiere para realizar sus procesos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Muy en desacuerdo	5	9.4	9.4	9.4
En desacuerdo	48	90.6	90.6	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°10**



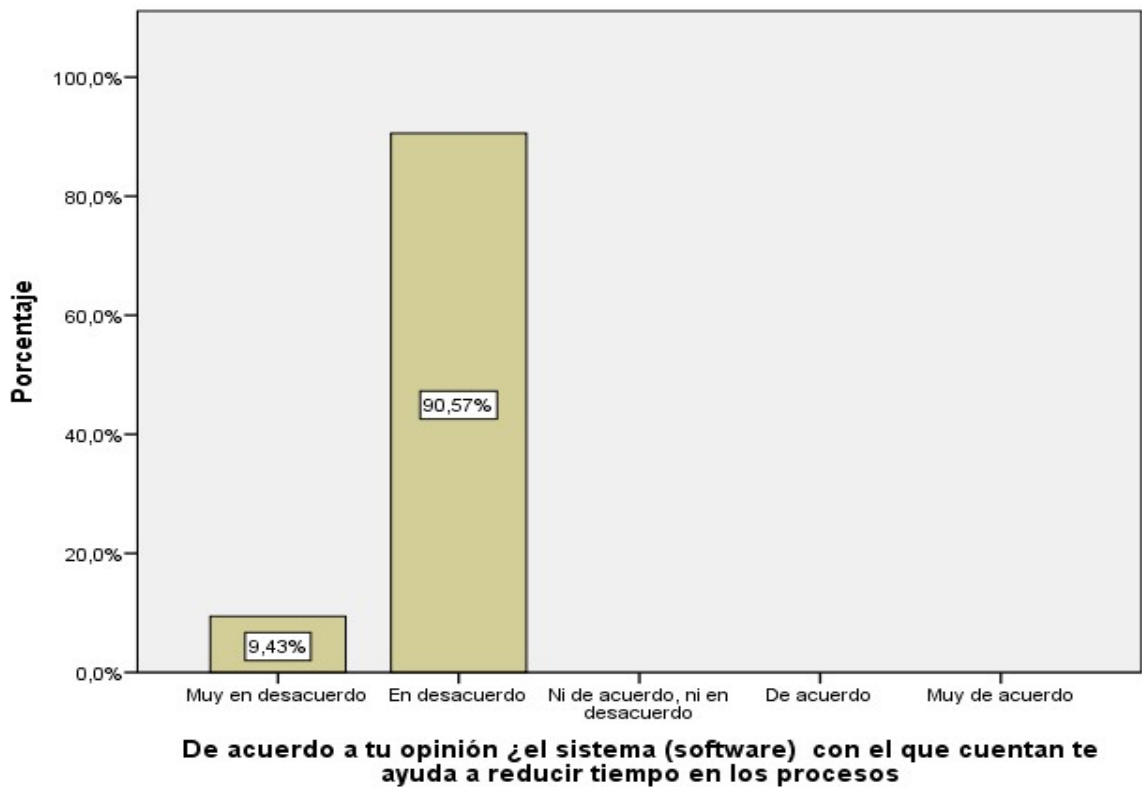
En función a la pregunta 10, las encuestas realizadas muestran que un porcentaje del 90.57% está en total desacuerdo, y un 9.43% en muy desacuerdo, por lo tanto la administración no le brinda las herramientas necesarias para realizar su procesos.

**TABLA N°11**

**De acuerdo a tu opinión ¿el sistema (software) con el que cuentan te ayuda a reducir tiempo en los procesos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Muy en desacuerdo	5	9.4	9.4	9.4
En desacuerdo	48	90.6	90.6	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°11**



En función a la pregunta 11, nos muestra que los resultados son idénticos a la pregunta 11, eso quiere decir que según las encuestas realizadas a los trabajadores el 90.57% está en desacuerdo que sistema con el que cuentan ayuda a reducir los tiempos, mientras que el 9.43% considera que está muy en desacuerdo.

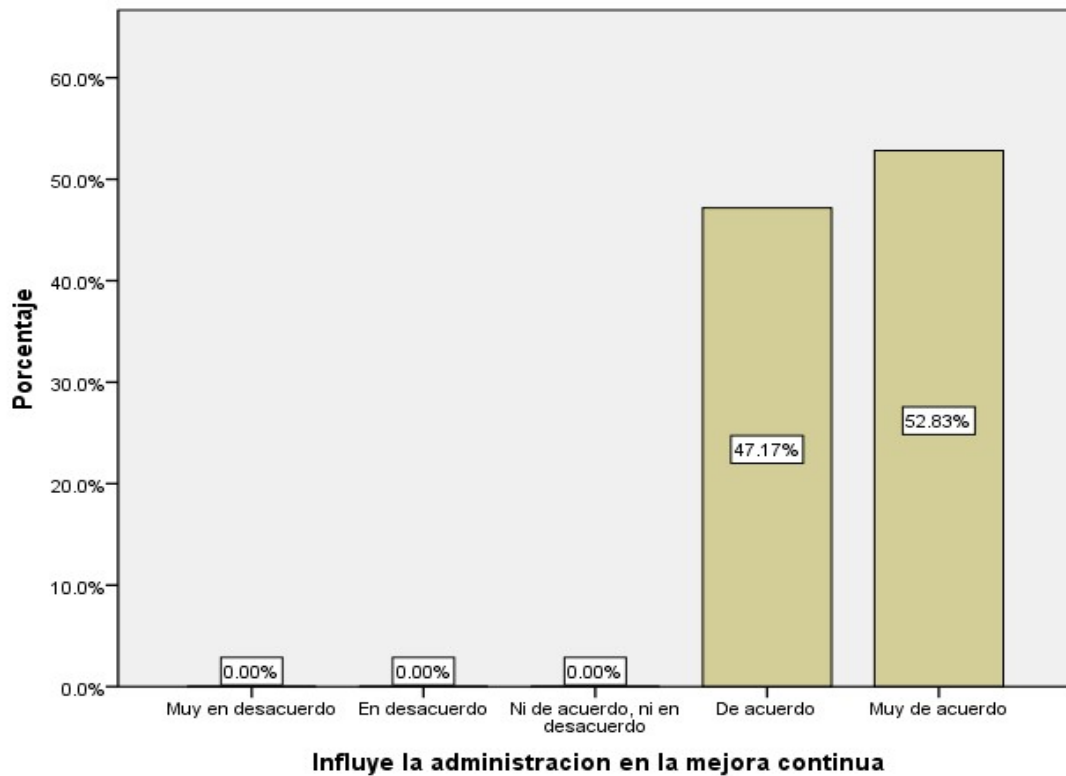


**TABLA N°12**

**Influye la administración en la mejora continua**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	25	47.2	47.2
	Muy de acuerdo	28	52.8	100.0
	Total	53	100.0	100.0

**GRÁFICO N°12**



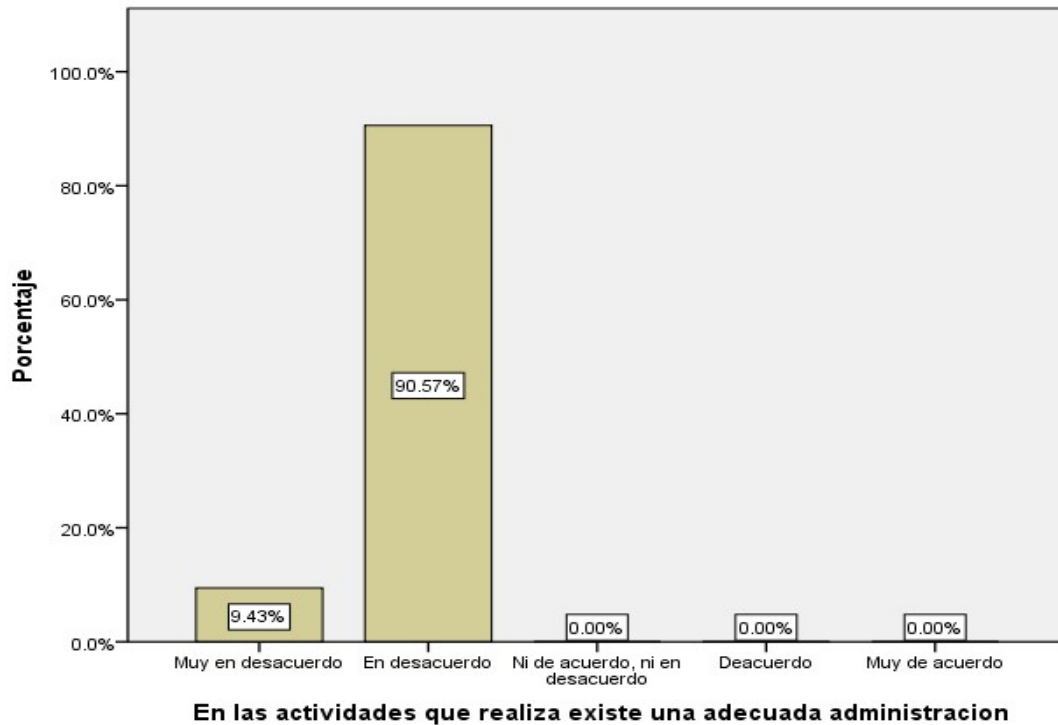
En función a la pregunta si la administración influye en la mejora continua, según las encuestas de los trabajadores de Tradel, un 52.83% está muy de acuerdo, seguido con un 47.17% está de acuerdo, por lo que podemos afirmar que la administración si puede influir en la mejora continua.

**TABLA N°13**

**En las actividades que realiza existe una adecuada administración**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Muy en desacuerdo	5	9.4	9.4	9.4
En desacuerdo	48	90.6	90.6	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°13**



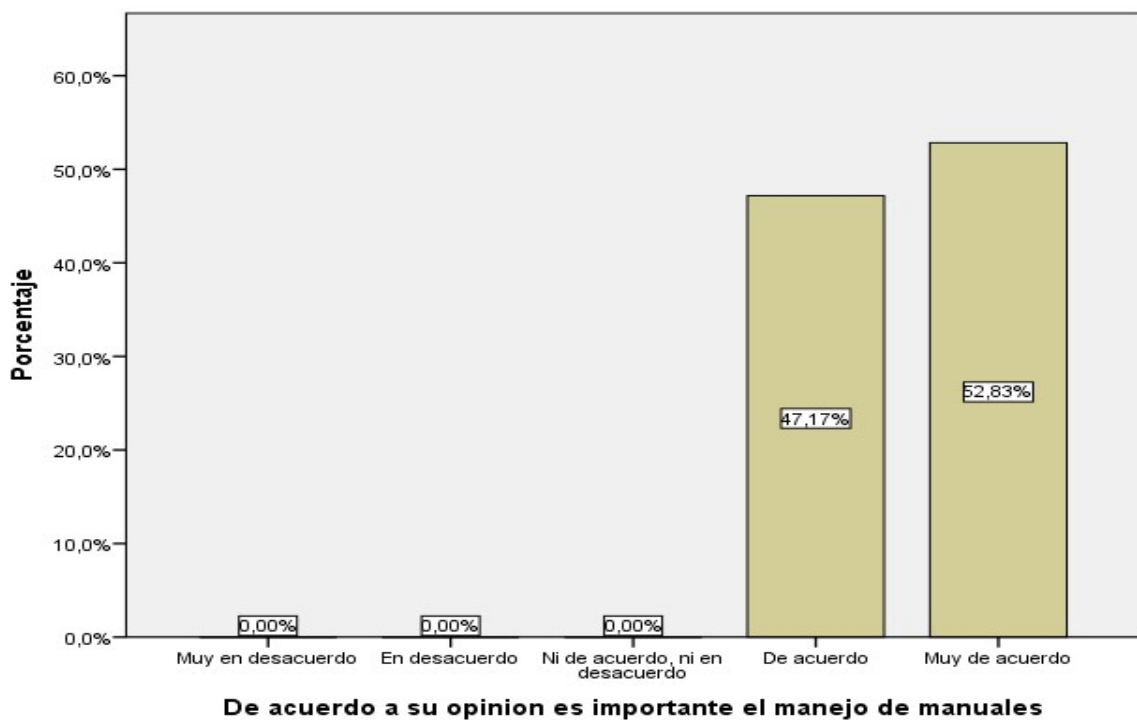
En función a la pregunta si en las actividades que realiza existe una adecuada administración, según los trabajadores encuestados, el 90.57% está en desacuerdo que no existe una adecuada administración en las actividades, seguido con un 9.43% está de muy en desacuerdo.

**TABLA N° 14**

**De acuerdo a su opinión es importante el manejo de manuales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De acuerdo	25	47.2	47.2	47.2
Muy de acuerdo	28	52.8	52.8	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°14**



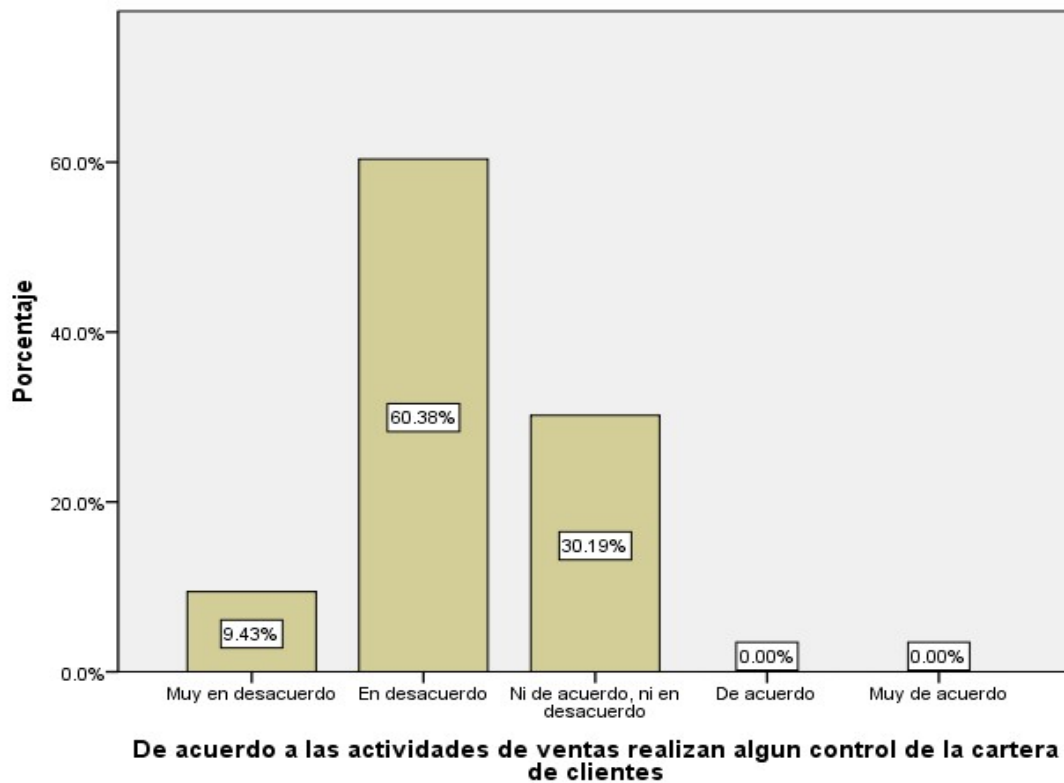
Referente a la pregunta 14, el 52.83% de los trabajadores encuestados está muy de acuerdo que es importante el manejo de manuales dentro de la empresa, seguido por un 47.17% que está de acuerdo.

**TABLA N° 15**

**De acuerdo a las actividades de ventas realizan algún control de la cartera de clientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy en desacuerdo	5	9.4	9.4	9.4
	En desacuerdo	32	60.4	60.4	69.8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	30.2	30.2	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N° 15**



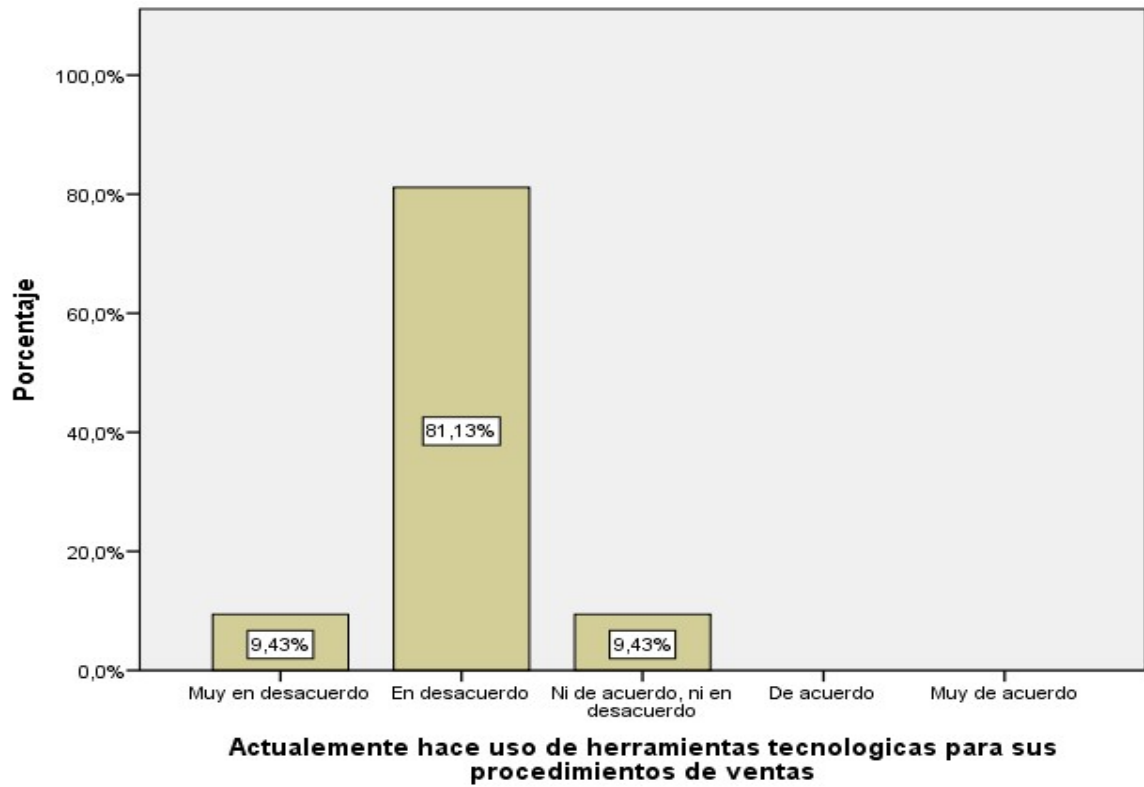
En función a la pregunta si realizan algún control de la cartera de clientes, de los trabajadores encuestados opinan que el 60.38% está en desacuerdo, seguido por un 30.19% no está de acuerdo, ni en desacuerdo, y por último un 9.43% opina que está en muy desacuerdo.

**TABLA N° 16**

**Actualmente hace uso de herramientas tecnológicas para sus procedimientos de ventas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy en desacuerdo	5	9.4	9.4	9.4
	En desacuerdo	43	81.1	81.1	90.6
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	9.4	9.4	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N°16**



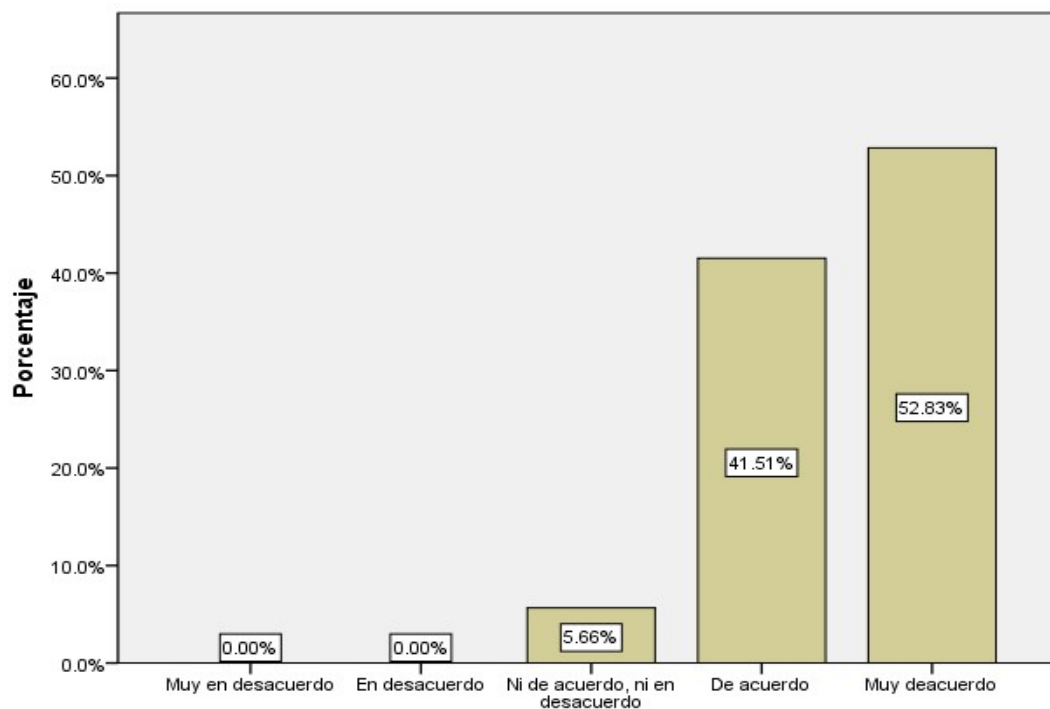
En función a la pregunta 16, de los trabajadores encuestados, un 81.13% opina que está en desacuerdo que hacen uso de herramientas tecnológicas para sus procedimientos, seguido por un 9.43% que está muy en desacuerdo, el mismo porcentaje que también opina no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

**TABLA N° 17**

**Cree que la mejora de los procesos puede contribuir a que puedan ser más competitivos en el mercado de transportes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	5.7	5.7	5.7
De acuerdo	22	41.5	41.5	47.2
Muy de acuerdo	28	52.8	52.8	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**GRÁFICO N° 17**



**Cree que la mejora de los procesos puede contribuir a que puedan ser más competitivos en el mercado de transportes**

En función a la pregunta 17, el 52.83% de los trabajadores está muy de acuerdo que el mejorar los procedimientos de las ventas puede contribuir a que la empresa sea más competitiva en el mercado de transporte de carga, y un 41.51% está de acuerdo, seguido por 5.66% que no de acuerdo, ni en desacuerdo.

- a) De acuerdo con el trabajo realizado referente a las encuestas, se ha obtenido resultados donde el 90.57% está en desacuerdo que la administración le brinda las herramientas necesarias para realizar sus procesos, y el 9.43% está muy en desacuerdo, este resultado al ser comparado con nuestra hipótesis general podemos decir que queda ratificada y es válida ya que la gestión administrativa si influye en la mejora de los procesos de ventas del servicio de transporte de carga, por consiguiente es importante estar en constante seguimiento con las herramientas que se brinda para los procedimientos de ventas.
- b) De acuerdo con el trabajo realizado referente a las encuestas, se ha obtenido como resultado que el 52.83% está muy de acuerdo que la administración influye en la mejora continua, seguido con un 47.17% está de acuerdo, comparando estos resultados con la hipótesis específica 1, si la administración influye en la mejora continua, queda ratificada y por tanto es válida la hipótesis, en consecuencia esto da como resultado que gestión administrativa debe contribuir a que la mejora de procesos sea continua en base a las necesidades que la empresa requiera.
- c) De ese mismo modo respecto a la hipótesis específica 2, de los trabajadores encuestados, un 81.13% opina que está en desacuerdo que hacen uso de herramientas tecnológicas para sus procedimientos, seguido por un 9.43% que está muy en desacuerdo, el mismo porcentaje que también opina no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo, comparando con la hipótesis específica 2, decimos que es válida y que se acepta la hipótesis, por lo que se debe cumplir que la administración si interviene en el manejo para la prospección de las ventas por lo que queda relacionado con los procesos.



## V. CONCLUSIONES

Se llegó a la conclusión que investigación ha sido describir de qué manera la administración puede influir en la mejora de los procesos de ventas de la empresa de transporte de carga Tradel Service.

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas se puede afirmar que el 90.57% está en desacuerdo que la administración le brinda las herramientas necesarias para realizar sus procedimientos (tabla 10), así mismo según la pregunta 13 si existe una adecuada administración en las actividades que realiza, el 90.57% está muy en desacuerdo, por lo tanto, se puede comprobar que no se realiza un control en los procedimientos que se realiza. De lo que se concluye que en la actualidad la administración no está en constante seguimiento con las herramientas que se requiere para realizar los procedimientos de ventas, llevando así un incumplimiento en las gestiones necesarias para ofrecer el servicio de transporte de carga.

El objetivo específico N° 1 es si la administración se relaciona positivamente y contribuirá con la mejora continua de los procesos de ventas.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los trabajadores el 52% está muy de acuerdo y el 47% está de acuerdo que la administración debe intervenir a tomar decisiones para la mejora continua de la empresa, por lo que es importante que realicen cambios, ya que los trabajadores actualmente según los resultados no se realiza las gestiones necesarias para que los procesos puedan mejorar y esta mejora sea constante. Por lo que se concluye que efectivamente si la administración si influye en que la empresa pueda ir mejorando en el mercado de transportes.

El objetivo específico N° 2 es si la administración influye en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de ventas de la empresa de transporte de carga Tradel Service.

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede comprobar que el 81% está en desacuerdo que se utiliza herramientas tecnológicas para la prospección y evaluación de ventas, y solo el 9% no opina al respecto, además considerando que no existe una adecuada administración, se puede decir que al utilizar herramientas

tecnológicas dificulta a que se puede realizar los procedimientos de ventas de manera eficiente, por lo que los trabajadores manifiestan no tener las herramientas tecnológicas adecuadas para realizar el servicio de transporte, que en pocas palabras hablamos de la venta de un intangible. Por lo tanto, se concluye que se incumple con las herramientas tecnológicas necesarias que requiere la empresa para el servicio de transporte de carga.

## **VII. RECOMENDACIONES**

De acuerdo a los resultados obtenidos se sugiere lo siguiente:

- a)** Se sugiere a la empresa de transporte de carga Tradel Service S.R.L. implemente una reestructuración en la administración de los procesos principales que se realizan para las ventas. Llevando a cabo la administración de los procesos se pretende mejorar estas inconformidades implementando una metodología para analizar la interacción de cada y la relación y la importancia que existe en cada uno de ellos, dando seguimiento y siendo controlado por la administración dentro de la empresa.
- b)** Se sabe que la mejora continua de una empresa es el presente y el futuro para que puedan ser competitivos en el mercado, por ello se recomienda que se organice la administración y pueda crear estrategias de esa misma manera tener un control en los procesos y poder incrementar el índice de insatisfacción de los clientes actuales y de futuros potenciales, crearemos una ventaja competitiva con la mejora continua de los procedimientos que utilizaremos para el servicio de transporte de carga.
- c)** El objetivo es tener como resultado herramientas necesarias para la venta del servicio, por ello se recomienda y ya que se realizará un análisis en los procedimientos de ventas, invocando a los responsables de cada uno de ellos, verificando que actividad se realice con un mapa de proceso que contenga objetivos, indicadores y variables de control que permita encontrar la necesidad de herramientas tecnológicas que se requiera para la nueva metodología que se implante dentro de la empresa.

## REFERENCIAS

- Bertalanffy, L. (2006). Teoría de sistemas en su libro “Introducción a la teoría general de la administración”
- Díaz, G. (2008). Mejora del proceso de distribución del dispositivo de seguridad bancario para realizar operaciones por internet”
- F, Taylor. (2004). en su libro Administración Teoría científica
- Gavelan, J. (2008). Mejora de proceso productivo y de calidad del producto de la planta elaboradora de yogur de la empresa Laive S.A”
- I, Chiavenato (2004) Teoría general de administración (séptima edición)
- Oña, M. (2008). Levantamiento y Mejoramiento de Procesos Empresa Transporte Pesado <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/1314>
- R, Sampieri; Fernández C. (1991). Metodología de la Investigación; Primera Edición; Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores S.A
- Rodríguez, H. (2012). La importancia de la gestión administrativa y su aplicabilidad en el campo empresarial”
- S, Kaplan, Norton. (2000). En su libro Balanced Scorecard
- Toranzo, F. (2007). Mejora de procesos en el área de servicios de una empresa de mantenimiento, venta de equipos y repuestos utilizando herramientas de mejora continua”
- Vicente, J, Herrera Campo. (2004). en su libro “Procesos por gestión”
- Zegarra, C. (2010). Mejora en los procesos de despacho en fábrica de productos para la construcción mejorando los costos de operación y servicios al cliente.  
[http://cybertesis.upc.edu.pe/upc/2011/zegarra\\_ic/pdf/zegarra\\_ic.pdf](http://cybertesis.upc.edu.pe/upc/2011/zegarra_ic/pdf/zegarra_ic.pdf)

## **ANEXOS**

### **CUESTIONARIO - ENCUESTA**

El presente cuestionario tiene como objetivo mejorar los procesos de ventas de la Empresa TRADEL SERVICE S.R.L., así como identificar qué proceso genera mayor deficiencia para la venta. Es por ello que le invocamos su colaboración en las respuestas o interrogantes planteadas.

### **DATOS GENERALES**

NOMBRE:

EDAD:

CARGO QUE DESEMPEÑA:

A continuación, encontrará una lista de situaciones, ante las cuales Ud. deberá indicar su opinión de acuerdo a la siguiente escala:

#### **Cuestionario dirigido a sus colaboradores.**

5. Muy de acuerdo
4. De acuerdo
3. Indeciso
2. En desacuerdo
1. Muy en desacuerdo.

	1	2	3	4	5
1.- ¿En las actividades que realiza existe una adecuada administración?					
2.- ¿Se cumple con los procedimientos que se requiere para realizar la venta del servicio de transporte?					
3.- ¿Influye la administración en la mejora continua?					
4.- ¿Cree usted necesario que la empresa amplíe su cartera de clientes?					
5.- ¿Recibe quejas o reclamos de los clientes por el servicio que ofrece la empresa?					
6.- ¿La empresa realiza capacitaciones para el manejo de los procedimientos en el servicio de transporte?					
7.- ¿Actualmente hace uso de herramientas tecnológicas para realizar sus procedimientos en las ventas?					
8.- ¿De acuerdo a su opinión es importante el manejo de manuales?					
9.- ¿Cuenta con manuales claros y definidos de los procedimientos que debe realizar para la venta?					
10.- ¿De acuerdo a su opinión la empresa debe tener como herramienta indispensable la tecnología para mejorar?					

11.- ¿De acuerdo a su opinión el sistema (software) con el que cuentan le ayuda a reducir tiempo en los procesos?					
12.- ¿De acuerdo a las actividades de ventas realizan algún control de la cartera de clientes?					
13.- ¿Cree que la administración le brinda las herramientas necesarias para realizar sus procesos?					
14.- ¿Cree que la mejora de los procesos puede contribuir a que puedan ser más competitivos en el mercado de transporte?					
15.- ¿Cree que la mejora de los procesos puede contribuir a que puedan ser más competitivos en el mercado de transporte?					

## Matriz de Operacionalización.

Variables	Definición	Dimensiones	Definición Conceptual	Indicadores
<b>Influencia de la administración</b>	1. Hitt Michael (2008) define la administración como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional".	<b>Procesos</b>	Hammer y Champy (2008) define a la reingeniería de procesos como "la reconcepción fundamental y el rediseño radical de los procesos de negocios para lograr mejoras dramáticas en medidas de desempeño tales como en costos, calidad, servicio y rapidez".	Manuales
				Herramientas
				Políticas
		<b>Finanzas</b>	Ferrel O. C. y Geoffrey Hirt, (2009) el término finanzas se refiere a "todas las actividades relacionadas con la obtención de dinero y su uso eficaz".	Cartera
				Cobranzas
		<b>Recursos Humanos</b>	J. Montes (2006), Pretende organizar, desarrollar y poner en funcionamiento a las personas que trabajan en una empresa.	Capacitación
Actuales				
<b>Clientes</b>		Potenciales		
<b>Procesos de Ventas</b>	I. Chiavenato (2002), Se denomina proceso al conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar a un fin.	<b>Mejora Continua</b>	R. Schonberger (2010) Hábito de Mejora Continua al nivel de toda la organización y comprometerse a alcanzar la Calidad Total al nivel de toda la institución o empresa.	Tecnología
				Prospección
		<b>Ventas</b>	Philip K. (2005) La venta es la herramienta de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es cumplir su meta de venta y alcanzar lo que el mercado desea	Evaluación



MATRIZ DE CONSISTENCIA				
Titulo: LA ADMINISTRACION Y SU INFLUENCIA EN LA MEJORA DE PROCESOS DE VENTAS DE LA EMPRESA TRADEL SERVICE				
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables e Indicadores	Paradigma Metodológico
¿Cómo influye la gestión administrativa en la mejora de procesos y las ventas del servicio de transporte de carga de Tradel Service S.R.L.	Analizar la Gestión Administrativa en la mejora de procesos y las ventas del servicio de transporte de carga de la Empresa Tradel Service S.R.L.	· La gestión administrativa influye en la mejora de procesos y las ventas del servicio de transporte de carga de Tradel Service S.R.L.	<b>Variable Independiente</b>	<b>Tipo de estudio</b>
			Influencia Administrativa	Investigación no experimental, transversal, de tipo correlacional descriptiva.
			<b>Procesos</b>	<b>Nivel de Investigación</b>
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicos</b>	Manuales	Descriptivo y correlacional
			Políticas	<b>Diseño de Investigación</b>
			Herramientas	No experimental
1) ¿De qué manera la administración influye en la mejora continua de los procesos de ventas de Tradel S.R.L.?	· 1) Evaluar la influencia de la Gestión administrativa en la mejora continua de los procesos de ventas de Tradel S.R.L.	· La gestión administrativa influye en la mejora continua de los procesos de ventas de Tradel S.R.L.	<b>Finanzas</b>	<b>Población</b>
			Cartera	60 trabajadores
			Cobranzas	<b>Muestra</b>
· 2) ¿Cómo la Gestión Administrativa influye en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de las ventas?	· 2) Analizar la Gestión Administrativa y su influencia en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de las ventas.	La administración influye en el manejo de la tecnología para la prospección y evaluación de ventas	<b>RR.HH</b>	53 trabajadores
			Capacitación	<b>Muestreo</b>
			<b>Clientes</b>	No probabilístico
			Actuales	<b>Método de investigación</b>
			Potenciales	recolección de datos
			<b>Variable Dependiente</b>	
			Procesos de ventas	<b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>
			<b>Mejora continua</b>	Análisis de confiabilidad del instrumento: alfa de Cronbach de las encuestas y entrevistas
			Tecnología	<b>Métodos de análisis de datos</b>
			<b>Ventas</b>	El cuestionario fue validado mediante el coeficiente del Alfa de Cronbach, este coeficiente requiere una sola medición y mide la consistencia interna de todos los ítems en cada escala.
			Prospección	
			Evaluación	