



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

TESIS:

**Gestión Administrativa y calidad del Producto en la Empresa
Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

AUTORA:

Rosa Luz Rios del Aguila (orcid.org/0009-0005-6775-5752)

ASESOR:

Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales (orcid.org/0000-0001-6465-7763)

LINEA DE INVESTIGACION:

Gestión y Desarrollo Organizacional

Sub - línea:

Administración de la Calidad total


UCAYALI – PERÚ

2024

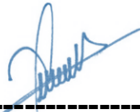
JURADO EVALUADOR




Dr. Gino Javier Pinedo Vargas
Presidente



Mg. Jose Wilson Mozombite Armas
Secretario



Mg. Arlen Panduro Pinchi
Vocal



Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

En la Ciudad de Pucallpa, siendo las 04:36 pm del día jueves 24 de octubre del 2024 a través de la modalidad virtual, se dio inicio el acto de sustentación de la tesis titulada "GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DEL PRODUCTO EN LA EMPRESA ECO EXOTIC E.I.R.L. EN LA REGIÓN UCAYALI 2024", elaborado por la bachiller ROSA LUZ RIOS DEL AGUILA.

El Presidente da inicio al acto público de sustentación de tesis, con los miembros del Jurado Evaluador integrado por los docentes: **Presidente Dr. Gino Javier Pinedo Vargas**, **Secretario Mg. Jose Wilson Mozombite Armas** y **Vocal Mg. Arlen Panduro Pinchi**; designados con RESOLUCIÓN N° 133-2024-FCCyA-UPP de fecha 05 de octubre del 2024; luego el señor presidente instó al secretario a la lectura de la Resolución de aprobación de tesis.


Acto seguido el Presidente del Jurado invitó a iniciar su exposición a la bachiller ROSA LUZ RIOS DEL AGUILA, para que seguidamente absolvieran las preguntas de cada jurado en su área.

Al terminar la sustentación, el Presidente indica al bachiller y público en general, que el jurado se retira para la deliberación.


Después de deliberar en forma reservada el Jurado emitió la calificación general, de cuyo resultado se establece que la bachiller ROSA LUZ RIOS DEL AGUILA fue:

- | | | |
|------------------------------|-------|-------------------------------------|
| - Aprobado por Excelencia | 19-20 | <input type="checkbox"/> |
| - Aprobado por Unanimidad | 17-18 | <input type="checkbox"/> |
| - Aprobado por Mayoría | 14-16 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Desaprobado por Mayoría | 11-13 | <input type="checkbox"/> |
| - Desaprobado por Unanimidad | 00-10 | <input type="checkbox"/> |

Reiniciando el acto público, se dio lectura a la presente Acta dando por aprobado por mayoría con nota 14 que los Miembros del Jurado la suscriben en señal de conformidad. Realizado el juramento de honor y las felicitaciones de los miembros del jurado, el Presidente dio por concluido el acto de sustentación siendo las 05:45 pm Horas del mismo día, de lo que se da fe.



Dr. Gino Javier Pinedo Vargas
Presidente



Mg. Jose Wilson Mozombite Armas
Secretario



Mg. Arlen Panduro Pinchi
Vocal

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD


Yo, Rosa Luz Ríos del Aguila, identificada con DNI 42896753, egresada de la Escuela Profesional de Administración de Negocios, de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, de la Universidad Privada de Pucallpa.

Declaro bajo juramento que:

- 1) Soy autora del trabajo de tesis titulado: **"Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024"**. La cual represento para optar el título profesional de Licenciada de Administración de Negocios.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse el fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se derive, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Pucallpa.

Pucallpa, 23 de julio del 2024



Rosa Luz Ríos del Aguila
DNI 42896753

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION



"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia,
y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

N°037-2024

El Coordinador de Investigación de la Universidad Privada de Pucallpa, hace constar por la presente, que el Informe Final (Tesis) Titulado:

"Gestión Administrativa y calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024."

Facultad	:	Ciencias Contables y Administrativas
Escuela Profesional	:	Administración de Negocios
Asesor(a)	:	Mg. Adrián Marcelo Sifuentes Rosales
Cuyo autor	:	Rosa Luz Ríos del Aguila

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio PlagScan, dicho documento presenta un porcentaje de similitud de 7.1%.

En tal sentido, el cual está en los parámetros aceptados por las normas de la Universidad Privada de Pucallpa, que no se debe superar el 30% de similitud.

Se declara, que el trabajo de investigación: **SI** contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que **SI** se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se entrega la presente constancia.

Fecha: 10/09/2024

Atentamente,

Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales
Coordinador de Investigación

DEDICATORIA

Para mi papá Luis Oswaldo Rios Delgado (LORD), siempre estuvo conmigo en las buenas y en las malas y ahora esta con Dios.

Rosa Luz

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres Rosa Aurora y Luis Oswaldo, por darme la vida y ser perseverante conmigo en mi educación profesional. A mis hermanos Luis Oswaldo y Jessica Aurora por su apoyo incondicional en mi vida. A mi sobrino Lucas Luis Angelo que me dio la alegría de ser su tía.

Agradezco a los maestros de la Universidad Privada de Pucallpa por sus enseñanzas, paciencia, consejos, reñidas y exigencias para ser un buen profesional Administrativo.

Rosa Luz

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Gestión administrativa y Calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región de Ucayali 2024, la metodología utilizado fue el inductivo-deductivo, el tipo de investigación es descriptivo correlacional de corte transversal no experimental, la muestra de estudio estuvo conformada por 21 clientes de la empresa y el instrumento de investigación se realizó por 2 cuestionarios elaborados por la investigadora. El resultado de los encuestados refiere que el 90% de la Gestión Administrativa de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 10% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo, mientras que el 95% de los encuestados refieren que la Calidad del producto de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 5% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo. Se aplicó el coeficiente de correlación de la estadística Rho Spearman y se obtuvo como resultado el $r= 0.362$, que significa que es una correlación positiva débil y $pvalor=0.107>0.05$, indicando que no existe una relación significativa entre las gestión administrativa y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali,2024.

Palabras claves: Gestión Administrativa, Calidad del Producto

ABSTRACT

The objective of this research work was to determine the relationship between Administrative Management and Product Quality in the company Eco Exotic E.I.R.L. In the region of Ucayali 2024, the methodology used was inductive-deductive, the type of research is descriptive, correlational, cross-sectional, non-experimental, the study sample was made up of 21 clients of the company and the research instrument was carried out by 2 questionnaires prepared by the researcher. The result of the respondents indicates that 90% of the Administrative Management of the company Eco Exotic E.I.R.L is at a High level, followed by 10% who indicate that it has a Medium level and 0% a low level, while 95% of The respondents report that the Quality of the product of the company Eco Exotic E.I.R.L is at a High level, followed by 5% who indicate that it has a Medium level and 0% a low level. The correlation coefficient of the Rho Spearman statistic was applied and the result was $r = 0.362$, which means that it is a weak positive correlation and $pvalue = 0.107 > 0.05$, indicating that there is no significant relationship between administrative management and quality of the product in the company Eco Exotic E.I.R.L. in the Ucayali region, 2024.

Keywords: Administrative Management, Product Quality.

INDICE

Portada	i
Jurado evaluador	ii
Acta de Sustentación	iii
Declaración Jurada de Originalidad	iv
Constancia de Originalidad de Trabajo de Investigación	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Índice	x
Índice de tablas y figuras	xiii
Introducción	xv
CAPITULO I.- EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	01
1.1 Planteamiento del problema	01
1.2 Formulación del problema	02
1.2.1 Problema general	02
1.2.2 Problemas específicos	02
1.3 Formulación de objetivos	03
1.3.1 Objetivo general	03
1.3.2 Objetivos específicos	03
1.4 Justificación de la investigación	03
1.4.1 Justificación Teórica	03
1.4.2 Justificación Practica	04
1.4.3 Justificación Metodológica	04
1.4.4 Justificación Social	04
1.5 Delimitación del estudio	04
1.5.1 Delimitación Espacial	04

1.5.2 Delimitación Temporal	05
1.6 Viabilidad del estudio	05
1.6.1. Viabilidad Técnica	05
1.6.2 Viabilidad Financiera	05
CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO	06
2.1 Antecedente del problema	06
2.1.1 Antecedentes Internacionales	06
2.1.2 Antecedentes Nacionales	10
2.1.3 Antecedentes Locales	15
2.2 Bases teóricas	16
2.2.1 Variable 1: Gestión Administrativa	16
2.2.1.1 Dimensiones e Indicadores de Gestión Administrativa	18
2.2.2 Variable 2: Calidad del Producto	20
2.2.2.1 Dimensiones e Indicadores de la Calidad del Producto	23
2.3 Definición de términos básicos	27
2.4 Formulación de hipótesis	28
2.4.1 Hipótesis general	28
2.4.2 Hipótesis específicas	28
2.5 Variables	29
2.5.1 Definición conceptual de la variable	29
2.5.2 Definición operacional de la variable	29
2.5.3 Operacionalización de las variables	31
CAPITULO III.- METODOLOGÍA	34
3.1 Diseño de la investigación	34
3.2 Población y Muestra	35
3.2.1 Población	35
3.2.2 Muestra	36
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
3.3.1 Técnica	36
3.3.2 Instrumentos	36
3.4 Validez y confiabilidad del instrumento	36

3.4.1 Validez	36
3.4.2 Confiabilidad del Instrumento	37
3.5 Técnicas para el procesamiento de la información	39
3.5.1 Recolección de Datos	39
CAPITULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSION	40
4.1 Presentación de resultados	40
4.1.1 Prueba de Hipótesis	55
4.2 Discusión	61
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXOS	69
Anexo 1: Matriz de consistencia	70
Anexo 2: Instrumentos de aplicación	72
Anexo 3: Matriz de validación	74
Anexo 4: Confiabilidad del instrumento	80
Anexo 5: Base de Datos de Confiabilidad	81
Anexo 6: Autorización de Publicación de Tesis	83
Anexo 7: Informe de Conformidad del Asesor	84
Anexo 8: Informe de Conformidad del Revisor	85
Anexo 9: Evidencias	86

INDICE DE TABLAS

TABLA 01: Frecuencia de la dimensión Planificación	40
TABLA 02: Frecuencia de la dimensión Organización	42
TABLA 03: Frecuencia de la dimensión Dirección	43
TABLA 04: Frecuencia de la dimensión Control	44
TABLA 05: Frecuencia de la Variable Gestión Administrativa	45
TABLA 06: Frecuencia de la dimensión Rendimiento	46
TABLA 07: Frecuencia de la dimensión Características	47
TABLA 08: Frecuencia de la dimensión Confiabilidad	48
TABLA 09: Frecuencia de la dimensión Conformidad	49
TABLA 10: Frecuencia de la dimensión Durabilidad	50
TABLA 11: Frecuencia de la dimensión Facilidad de servicio	51
TABLA 12: Frecuencia de la dimensión Estética	52
TABLA 13: Frecuencia de la dimensión Calidad percibida	53
TABLA 14: Frecuencia de la variable Calidad del producto	54
TABLA 15: Aplicación de la prueba de normalidad Shapiro-Wilk	55
TABLA 16: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables gestión administrativa y calidad del Producto.	56
TABLA 17: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión planificación y la variable calidad del Producto	57
TABLA 18: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión organización y la variable calidad del Producto	58

TABLA 19: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión dirección y la variable calidad del Producto	59
TABLA 20: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión control y la variable calidad del Producto	60

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 01: Dimensión Panificación	41
FIGURA 02: Frecuencia de la dimensión Organización	42
FIGURA 03: Frecuencia de la dimensión Dirección	43
FIGURA 04: Frecuencia de la dimensión Control	44
FIGURA 05: Frecuencia de la Variable Gestión Administrativa	45
FIGURA 06: Frecuencia de la dimensión Rendimiento	46
FIGURA 07: Frecuencia de la dimensión Características	47
FIGURA 08: Frecuencia de la dimensión Confiabilidad	48
FIGURA 09: Frecuencia de la dimensión Conformidad	49
FIGURA 10: Frecuencia de la dimensión Durabilidad	50
FIGURA 11: Frecuencia de la dimensión Facilidad de servicio	51
FIGURA 12: Frecuencia de la dimensión Estética	52
FIGURA 13: Frecuencia de la dimensión Calidad percibida	53
FIGURA 14: Frecuencia de la variable Calidad del producto	54

INTRODUCCION

Actualmente en la región de Ucayali se visualiza el aumento de consumo de chocolates artesanales, en las empresas pequeñas que están en crecimiento, después de la crisis económica que se vivió en la pandemia covid-19.

El trabajo de investigación determina el vínculo entre la Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región de Ucayali, 2024.

El trabajo de investigación contiene los siguientes capítulos:

CAPITULO I: El Problema de Investigación; En este primer capítulo abarca el planteamiento y formulación del problema, seguido de la formulación del objetivo, justificación de investigación, delimitación y viabilidad del estudio.

CAPITULO II: Marco Teórico; Menciona los antecedentes el problema, las bases teóricas, las definiciones de los términos básicos, también la formulación de hipótesis y las variables.

CAPITULO III: Metodología; Contiene el diseño de investigación, población y muestra, además, las técnicas de instrumentos de recolección de datos, la validez y confiabilidad del instrumento, finalmente las técnicas para el procesamiento de la información.

CAPITULO IV: Resultados y discusión; En este capítulo final se realizan la presentación de resultados y la discusión de la investigación.

El trabajo de estudio termina con las conclusiones y recomendaciones, seguidas de las referencias bibliográficas y anexos que se utilizaron para la investigación.

CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

1.1. Planteamiento del Problema.

En la actualidad la Gestión Administrativa en el Desarrollo Empresarial; radica, en el conocimiento pleno de la Administración de Negocios; ya que conlleva, a ser eficientes, efectivos y económicos en la conducción de su empresa sea esta, pequeña, mediana o grande; por lo tanto, para lograrlo, es necesario practicar el mejoramiento continuo de la gestión administrativa de la organización, mediante el conocimiento o de la situación en que se desenvuelve el negocio (CASCO, GARRIDO & MORAN, 2017).

Hoy en día la calidad en el servicio ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más competencia exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en dónde adquirir el producto o servicio en los siguientes aspectos como son: la competencia, cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan y son más variados; competidores, se van equiparando en calidad y precio por lo que se hace necesario buscar una diferenciación; los clientes, son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un buen ambiente agradable, un trato personalizado y un servicio rápido. (Anónimo, 2013).

En la Región de Ucayali existe muchas empresas de emprendimiento que están surgiendo a raíz de la crisis económica que dejó la pandemia covid-19, como es Eco Exotic E.I.R.L. que se dedica a la elaboración y comercialización de productos a base de chocolates artesanales de la zona.

En el trabajo de investigación se busca mejorar la gestión Administrativa y Calidad del Producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa del periodo 2024.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Existe vínculo entre la gestión administrativa y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Existe vínculo entre la planificación y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024?

¿Existe vínculo entre la organización y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024?

¿Existe vínculo entre la dirección y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024?

¿Existe vínculo entre el control y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024?

1.3. Formulación de Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Probar el vínculo que existe entre la gestión administrativa y la calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

1.3.2. Objetivos Específicos

Definir el vínculo que existe entre la planificación y la calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

Definir el vínculo que existe entre la organización y la calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

Definir el vínculo que existe entre la dirección y la calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

Definir el vínculo que existe entre el control y la calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

1.4. Justificación de la Investigación

1.4.1. Justificación Teórica

La investigación es teórica porque utilizo los conceptos teóricos sobre la gestión administrativa y la calidad del producto que brinda la

empresa Eco Exotic E.I.R.L., en sus productos para sus clientes como es el chocolate artesanal Ucayalino.

1.4.2. Justificación Práctica

La investigación es práctica porque la empresa Eco Exotic E.I.R.L. utilizó la gestión administrativa y calidad del Producto con sus clientes, en la región de Ucayali.

1.4.3. Justificación Metodológica

Para realizar la investigación se utilizó el método deductivo e inductivo y viceversa, que nos ayudara a obtener una conclusión específica de nuestro estudio de acuerdo a la información que se recolectó.

1.4.4. Justificación Social

El trabajo de investigación mejora las técnicas y estrategias empresariales en el sector de chocolatería de la Región de Ucayali y generar más puntos de ventas y trabajo.

1.5. Delimitación del Estudio

1.5.1. Delimitación Espacial

El desarrollo de la investigación se realizó en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, Provincia de Coronel Portillo, Región Ucayali, 2024.

1.5.2. Delimitación Temporal

El desarrollo temporal de la investigación fue desde enero a junio del año 2024.

1.6. Viabilidad del Estudio

1.6.1. Viabilidad Técnica

El trabajo de investigación tuvo recursos teóricos, financieros y materiales necesarios para su aplicación.

1.6.2. Viabilidad Financiera

El estudio de la investigación está financiado en su totalidad por la investigadora Bach. Rosa Luz Rios del Aguila.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del Problema

2.1.1. Antecedentes Internacionales

FUENTES (2021). En su tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Comercial: “Gestión administrativa en la empresa CHOCOLATESF&C S.A del cantón Ventanas - Provincia de Los Ríos”. Universidad Técnica de Babahoyo (Ecuador). La empresa Chocolates F&C S.A., en la actualidad se dedica a la elaboración y comercialización de productos derivados del cacao como: licor de cacao, barras de chocolate, pasta de cacao, bombones y chocobananas. La administración juega un papel importante en todas las empresas de cualquier tipo, porque permite la coordinación eficaz de los recursos y la ejecución correcta de las funciones o actividades de las organizaciones, mediante la apropiada implementación de técnicas o estrategias reales y efectivas; es por esto que el ciclo de vida que comprende la creación, el desarrollo y declive de una empresa está relacionado de manera directa con la forma en que está administrada y dirigida. No obstante, en la empresa Chocolates F&C S.A. se puede percibir diversas situaciones que afectan de forma negativa a la gestión administrativa que ejecutan los principales responsables de la organización, lo que impide el cumplimiento eficaz de los objetivos.

LEON & SALAS (2020): En su tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Comercial: “Análisis comparativo del consumo de chocolate artesanal vs chocolate industrializado en la Ciudad de Guayaquil”. Universidad de Guayaquil (Colombia). El presente trabajo tiene como objetivo analizar de manera comparativa del consumo del chocolate artesanal versus el chocolate industrializado en la ciudad de Guayaquil, esta investigación es de enfoque cualitativo, para indagar mejor la problemática se aplicó muestreo no probabilístico por conveniencia permitiendo explorar el objeto de estudio, utilizando la técnica de recolección de datos por medio de encuestas a 150 individuos, tomamos a la ciudad de Guayaquil como ambiente por ser la zona donde se concentra el comercio. Obteniendo como resultados el desconocimiento de los beneficios del chocolate artesanal, así como el poco consumo de este, también otro factor que consideran es el precio alto a diferencia del chocolate industrializado que si es consumido de manera moderada y más cuando hay eventos festivos o para obsequios y el precio es más accesible a su presupuesto. Sin embargo, desconocen las múltiples marcas tanto del chocolate artesanal como del industrializado que se comercializan en la ciudad de Guayaquil.

MARQUEZ (2023): En su tesis para optar el Título Profesional de Ingeniera Comercial: “Gestión Administrativa en la Exportadora de cacao global Cocoa S.A.S del Cantón Babahoyo, periodo 2022”. Universidad Técnica de Babahoyo (Ecuador). El presente estudio de caso se efectuó en la Provincia Los Ríos, cantón Babahoyo, en la Exportadora de cacao Global Cocoa, la cual se encuentra habilitada desde el 8 de febrero del 2022 con esa razón social pero los propietarios se encuentran laborando en este sector cacaotero durante más de 30 años, adicional a la exportación del cacao, también comercializan chocolate como producto terminado el cual ha tenido mucho éxito en el mercado. El proyecto se enfoca en analizar la

Gestión Administrativa que se maneja en la compañía, con la verificación y constancia de que los procesos, reglamentos y procedimientos internos se encuentren cumpliendo a cabalidad, como también el análisis de los ingresos y egresos que posee la misma y el posicionamiento que maneja actualmente en el mercado cacaotero del cantón, sin embargo, cabe indicar que se encontraron falencias en cuanto a las operaciones que realiza el departamento de inventario con la confusión que se genera al momento de coordinar un embarque por la falta de comunicación interna que existe, así también por parte del departamento administrativo los cuales realizan actividades que no están acorde al cargo que se encuentran ocupando. La metodología que se utilizó en la investigación fue descriptiva-deductiva, con el tipo de investigación cuali-cuantitativa y las técnicas y herramientas: entrevista y encuesta. La investigación se enfoca en la Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control y su relación con el proyecto Gestión de procesos gerenciales y administrativos en el sector público y privado.

PINO (2023). En su tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas: “La Gestión Administrativa en la Comercialización del Cacao en el Centro de Acopio Miryan, Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos año 2023.”. Universidad Estatal de Bolívar (Ecuador). El documento muestra la creación de un Modelo Administrativo para la Comercialización del cacao en el Centro de Acopio Miryan cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, para el impacto, se realizará un estudio bibliográfico, con el propósito de recopilar información científica, demostrando la base teórica y variables para el objeto de investigación de la misma manera el diagnóstico de la situación existente para una empresa de producción y comercialización del cacao en la cual se analizarán las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que permitan examinar el estado actual de la organización y un modelo de gestión

para el desarrollo de procesos Administración y Negocios con Énfasis en comercialización del Cacao y se puede utilizar como alternativa la determinación de un factor externo nuevos procesos de desarrollo que aumentan la prosperidad económica por lo cual se realizó una investigación de campo mediante la utilización se han realizado métodos de encuestas y entrevistas en el Centro de Acopio, además seleccioné los aspectos más relevantes de la organización de verificación y sistema administrativo, el personal encargado aplica para el logro de objetivos y metas., también se realizó una encuesta a las empresas manufactureras, con los resultados del estudio, se alcanzaron los objetivos de la presente tesis, lo cual conllevó a crear un Modelo Administrativo, acorde a las necesidades de la agroindustria, el mismo que optimizará el desarrollo de los procesos de comercialización del cacao.

SANCHEZ (2019) En su trabajo de investigación para optar el Grado de Maestro en Administración y Dirección Estratégica: “Gestión de Marca en la Industria Chocolatera de Tabasco”. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México). El objetivo del trabajo es analizar la gestión de marca en dos organizaciones participantes de la industria chocolatera de Tabasco. Las unidades de análisis fueron: Fábrica de Chocolates CACEP, Chocolates Walter y Grupo CICAS. El tipo de investigación es exploratorio evolucionado a descriptivo, con diseño no experimental transversal y con enfoque cualitativo. Para la recolección de datos se usó la técnica de entrevista a profundidad semi estructurada dirigida a directivos de las organizaciones, la cual incluyó preguntas sobre la toma de decisión y la aplicación de la gestión de marca en las organizaciones chocolateras. Según el análisis realizado a la marca “CACEP”, ésta persigue transmitir la importancia del consumo de un producto tabasqueño elaborado con ingredientes naturales, de una elevada calidad y que represente la tradición, el aroma y el sabor real del chocolate. Así también como

considerar a este producto más que una simple golosina, un alimento. Para el caso del manejo del marketing por parte de CACEP, éste se halla menos desarrollado en comparación con la otra organización. Dentro de las recomendaciones se elaboró una propuesta de modelo, que en esencia es operacional más que teórico, puede servir de guía para la creación de un plan estratégico de gestión de marca por los empresarios y así obtener los beneficios que el branding puede representar para sus organizaciones, así como para dar cumplimiento a su misión en el mercado.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

BRIONES & HOYOS (2018). En su tesis para optar el Título Profesional de Contabilidad y Finanzas: “Contribución de un sistema de gestión empresarial a la pequeña agroindustria caso empresa Agroindustria Margareth Provincia de Celendín – 2017”. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. La presente investigación pretende contribuir con el análisis de un sistema integral para la gestión, que contribuya al logro de mejores resultados y eficiencia en el rubro de agroindustria; para ello se analiza un caso en específico, cuya delimitación espacial ha sido el distrito de Celendín, provincia del mismo nombre en la región Cajamarca. Las empresas dedicadas a la agroindustria están cambiando a nivel mundial por lo que no solo presentan nuevas oportunidades, sino también nuevos desafíos para las localidades en busca de crecimiento y desarrollo; por ello nuestro objetivo lo planteamos sobre el análisis de la contribución de un sistema de gestión empresarial en los procesos críticos de las pequeñas agroindustrias que les impide mejorar su performance y su dirección. Se utiliza el método no-experimental, de tipo descriptivo, explicativo y a través de la observación de los resultados llegar a la conclusión de que efectivamente, un sistema de gestión contribuye en el desempeño de la pequeña agroindustria de cacao (chocolate para taza), pudiendo aplicar dicha herramienta en otras realidades

similares en nuestra región y poder enfrentar múltiples retos para lograr objetivos comunes. Los resultados alcanzados nos permiten resaltar la importancia de establecer un orden (sistema) en la información para la gestión de la empresa a través del Cuadro de Mando Integral – CMI, contextualizado esta herramienta de gestión a la empresa Agroindustrias Margaret, unidad de estudio, nos permite mejorar los procesos de toma de decisiones de manera oportuna que contribuye a mejores resultados y crecimiento de la empresa.

ESPINOZA, ACCACUSI (2023) En su tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales. “Gestión estratégica y exportación de chocolate de las empresas de la asociación de chocolateros del Cusco, 2023”. Universidad Andina del Cusco. El presente trabajo de investigación titulado “Gestión estratégica y exportación de chocolate de las empresas de la Asociación de Chocolateros del Cusco, 2023” tuvo como objetivo determinar en qué medida la gestión estratégica se relaciona con la exportación de chocolate de las empresas de la Asociación de Chocolateros del Cusco; esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo/correlacional, de diseño no experimental transversal, realizándose a la totalidad de la población (Censo) de las empresas de la Asociación de Chocolateros del Cusco, siendo un total de 58 socios, se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y su instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos de la prueba Chi – cuadrado, $p \text{ valor} = 0.000 < 0.05$ y de la correlación de Spearman con un valor de $r = 0.505$, indican una conexión estadísticamente relevante entre la gestión estratégica y la exportación de chocolate de las empresas de la Asociación de Chocolateros del Cusco. Se concluyó que existe una relación positiva media entre la gestión estratégica y la exportación de chocolates de las empresas de la Asociación de Chocolateros del Cusco 2023, demostrando que a

medida que se mejora la gestión estratégica, también se mejora la exportación de chocolate.

PEREZ (2019) En su tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Comercial: “La calidad del producto y su influencia en el valor de la marca de acuerdo a los consumidores de la FAB de Chocolates la Ibérica S.A., sede Tacna. Periodo 2018”. Se presenta como documento conducente al título de Ingeniero Comercial para la Universidad Privada de Tacna. El trabajo se desarrolla con el objetivo de determinar la influencia de la calidad del producto en el valor de la marca de acuerdo a los consumidores de la FAB de Chocolates la Ibérica S.A., sede Tacna. Para lograr ello se implementó una metodología de tipo básica, con un diseño no experimental y transeccional o transversal, y un nivel explicativo, que implica que existe una relación de causa-efecto de la calidad del producto sobre el valor de la marca. Para ello se implementó un cuestionario debidamente aprobado su fiabilidad, logrando así la recolección de datos para resolver el problema formulado. El trabajo concluyó que la calidad del producto influye en el valor de la marca de acuerdo a los consumidores de la FAB de Chocolates la Ibérica S.A., sede Tacna en un 71.61%, dado el R-cuadrado calculado tras la prueba de regresión lineal, y que demuestra que dimensiones como el rendimiento, las características, confiabilidad, conformidad, durabilidad, facilidad de servicio, estética y calidad percibida, pueden ser determinantes para generar percepciones adecuadas respecto del valor de la marca de acuerdo a los consumidores.

REATEGUI, CORNELIO, PEÑA (2023). En su tesis para optar el Grado de Magister en Administración a tiempo parcial Talara 02: “Plan de negocios para la producción y comercialización de chocolates bean to bar elaborados con cacao blanco piurano”.

Universidad ESAN. La presente tesis desarrolla una propuesta de plan de negocio para la producción y comercialización de chocolates bean to bar al 75% de cacao, elaborados con cacao blanco criollo de la región Piura, el cual es reconocido como uno de los mejores tipos de cacao del mundo. Las tabletas de chocolate se comercializan bajo la marca Allikana y con su alto contenido de cacao y baja cantidad de azúcar, buscan satisfacer la necesidad de todas aquellas personas amantes de los chocolates amargos, que buscan un producto de calidad que aporte beneficios nutricionales en su salud. Para asegurar la calidad de la materia prima desde los campos de cultivo, se propone generar vínculos directos con los agricultores de cacao blanco criollo de la región de Piura, bajo un contrato de asociación en participación. Lo anterior, permite establecer relaciones de confianza de forma sostenible a mediano y largo plazo con los productores, que resulten en un incremento de la producción de cacao blanco en la zona y a la vez, generarles mayores ingresos a los agricultores y una mejor calidad de vida. El plan de negocios propuesto se justifica debido al crecimiento de la demanda de chocolates amargos en los últimos años, lo cual indica que es posible alcanzar una rentabilidad sostenida en el tiempo; así como un negocio exitoso que permita generar valor al consumidor y a los inversionistas, agregar valor a los activos de la empresa propuesta, así como armonizar con el desarrollo de los productores. En base a la investigación de mercado realizada, se estimó que existe un mercado de 263,250 kilogramos de consumo de chocolate para el año 2022 en las zonas urbanas de los distritos de Piura, Castilla, 26 de octubre, Pariñas y Sullana; considerando un consumo per cápita de 0.458 kilogramos por habitante y teniendo un crecimiento de 0.05% de la población y una tasa de crecimiento anual compuesta de 3.4% de consumo de chocolate. Se estima alcanzar en 10 años una participación en el mercado descrito del 10%, con la comercialización de las tabletas de chocolate Allikana al 75% de cacao en una presentación de 70 gramos a un precio de S/ 20.00, lo cual se tiene contemplado realizar a través de una chocolatería ubicada en la ciudad de Piura y página web (tienda online). Se

desarrolló el plan de marketing identificando al público objetivo, estrategia de posicionamiento y estrategias comerciales (marketing mix). Además, se elaboró el plan de operaciones con el propósito de elaborar el programa de producción capaz de respaldar la implementación de las estrategias de la compañía. También se desarrolló un plan de recursos humanos para asegurar la disponibilidad de los recursos necesarios y un plan financiero, para evaluar la viabilidad de este modelo de negocio planteado. Concluyendo que, en un horizonte de 10 años, se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) de S/ 139,844 y Tasa Interna de Retorno (TIR) de 34.10%. Luego de analizar estos indicadores se puede concluir que el presente plan de negocios es viable.

VARGAS (2022). En su tesis para optar el Título Profesional de Licenciada de Administración de Empresas: “Gestión administrativa para la sostenibilidad de la empresa familiar Coffee & Chocolate Maná, Chachapoyas-2021”. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. La investigación tuvo el objetivo general de plantear una gestión administrativa para la sostenibilidad de la empresa familiar Coffee & Chocolate Maná de la ciudad de Chachapoyas. Se siguió una metodología de alcance descriptivo y propositivo; en cuanto a su enfoque fue cualitativo, con un diseño no experimental-transversal. La población y muestra estuvo comprendida por socios y colaboradores de la empresa, dando un total de doce personas, en donde se entrevistó a los tres socios y se encuestó a toda la población. Los resultados mostraron que la empresa carece de una planeación estratégica para la gestión administrativa, además de no establecerse objetivos medibles a largo plazo, trabajan con metas a corto plazo que les permite planificar y gestionar sus actividades diarias. Asimismo, se encontró que la empresa no tiene una estructura orgánica correctamente definida, las funciones pueden ser compartidas entre los miembros de la empresa, lo cual muestra la

falta de una Manual de Organización y Funciones. No obstante, se tiene claro las líneas de autoridad, las cuales son respetadas igual que las decisiones tomadas, hay una supervisión continua con el propósito de verificar que todo sea cumplido de acuerdo a lo señalado. Por lo mismo, se diseñó y presentó un plan de gestión administrativa para ayudar a la empresa en su misión. Se concluye que es importante contar con una gestión administrativa que encamine las acciones de la empresa hacia su sostenibilidad y permanencia en el mercado cada vez más competitivo.

2.1.3. Antecedentes Locales

HERRERA & CUZCANO (2018) En su tesis para optar el Título Profesional de Economista: Especialista en Negocios Internacionales: “Mercado potencial del chocolate orgánico en la ciudad de Pucallpa – región Ucayali”. Universidad Nacional de Ucayali. El presente estudio de investigación se realizó con el objetivo de identificar el mercado actual y potencial de chocolate orgánico a partir de la producción de cacao en la ciudad de Pucallpa (zona de influencia) en la actualidad. La investigación condujo a determinar la viabilidad comercial para instalación de empresas procesadoras de cacao orgánico y la obtención de chocolate y sus derivados, oportunidades de mercado con potencial de negocios, enfocándose en la innovación de nuevas tecnologías en la zona para generar valor agregado al cacao, y de esta forma crear otras alternativas de empleo. Las personas con ideas de negocio e inversores nacional y extranjero, podrán hacer uso de los resultados de este estudio, para una mejor toma de decisiones de inversión que conlleve a beneficios socio – económicos en las familias de las diferentes unidades económicas y conocimientos en la actividad industrial. Información obtenida en el estudio de mercado: En el mercado nacional y local existen empresas que se dedican a la fabricación de chocolate orgánico, siendo uno la Empresas “Pasión y Chocolate” ubicada en la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali. En lo

que se refiere a chocolate orgánico, la marca más demandada por los consumidores en la ciudad de Pucallpa, departamento de Ucayali, es la empresa “Pasión y Chocolate”, con su oferta en presentaciones de 40 gramos y en chocolate común, en sus presentaciones. La demanda y oferta de chocolate a base de cacao orgánico aumentan entre un 15 a 20% cada año, según las 35 encuestas realizadas a los consumidores de chocolate orgánico, donde se obtiene de la encuesta respectiva, que la inversión económica es la apropiada para la producción de chocolate orgánico, un 54% manifestó que sí y un 46%, dijo que no. ¿Con qué frecuencia se consume chocolate orgánico en la ciudad de Pucallpa?, un 71% dijo que sí, y un 29% manifestó que no, siendo este el potencial de consumo que falta trabajar técnicamente, en cuanto a la oferta, según el estudio de investigación se obtuvo los principales resultados, se produce la cantidad necesaria en la ciudad de Pucallpa, un 66% de entrevistados dijo que sí, un 34%, dijo que no. Así mismo se preguntó que si esta actividad económica era rentable en la ciudad de Pucallpa, un 97%, expresaron que sí y 3%, dijeron que no. Cabe manifestar que existe factores que han tenido influencia sobre el cambio en patrones que han tenido influencia sobre el cambio en patrones generales de consumo de chocolate, de forma cada vez más consumidores eligen el chocolate amargo, el primer factor son los estudios nutricionales, que resaltan los beneficios a la salud del chocolate amargo, segundo el futuro mercado del chocolate que estará basado en las características de los mercados de café, con consumidores que demandan un producto de mejor calidad y atributos específicos que lo diferencien de otros chocolates. La comercialización de este producto se realiza en forma directa e indirecta, esto depende del lugar donde es comercializado. El producto está dirigido a segmentos de clase baja y media, específicamente niños, adolescentes y adultos en lugares estratégicos de la ciudad de Pucallpa, como tiendas, centros de abastos y otros lugares que gustan de este producto y a su vez personas que están dispuestos a adquirirlos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Variable 1: Gestión Administrativa

Se denomina gestión al correcto manejo de los recursos de los que dispone una determinada organización, como, por ejemplo, empresas, organismos públicos, organismos no gubernamentales, etc. El término gestión puede abarcar una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en la utilización eficiente de estos recursos, en la medida en que debe maximizarse sus rendimientos. (Editorial Economía, 2014).

La gestión administrativa en una empresa es el pilar básico para la correcta planificación, organización, dirección y control de todos los recursos existentes en la misma, con el objetivo primordial de obtener un buen rendimiento en todos los aspectos de la entidad y la aceptación de los clientes al momento de obtener un bien o servicio. Es así que los administradores se esfuerzan en entender y aplicar distintas estrategias para conseguir el adecuado funcionamiento y desarrollo de las empresas alcanzando resultados óptimos. (Fuentes, 2021).

La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos. Es decir que, a través de los 4 pilares de la administración que conlleva a dirigir, planear, organizar y controlar los recursos materiales y financieros junto con el talento humano, una organización puede llevar a cabo una buena gestión empresarial, logrando así ser más

competitivos dentro del mercado local, nacional y porque no decir, internacional”. (Chiavenato, 2006).

La gestión de calidad es conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés (management), que alude a dirección gobierno y coordinación de actividades. Expresa que, una posible definición de estilo de calidad sería, el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente. La gerencia de una organización mediante la gestión de la calidad participa en la definición, análisis y garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa. (Udaondo, 1992).

2.2.1.1. Dimensiones e Indicadores de Gestión Administrativa

Dimensión 1: Planeación

“La planeación es estudiar a detalle los objetivos que se quiere alcanzar estableciendo estrategias, metas, procedimientos, recursos, presupuestos, etc. Con el fin de ejecutarlos organizadamente” (Ramos & Huerta et al. 2018).

Para Reyes (2007) “La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización”.

Indicadores

- Estrategias de ventas

- Materias primas

Dimensión 2: Organización

“Se puede decir que la organización es la asignación y también la coordinación de las distintas tareas, definiendo así quienes lo llevaran a cabo, cómo y cuándo lo ejecutaran y realizaran con el fin de alinearse a un mismo objetivo”. (Ramos & Huerta et al. 2018).

Según Dextre (2012) “la organización se define como el conjunto de personas comprometidas en la consecución de objetivos comunes mediante la ejecución de acciones debidamente coordinadas y comunicadas”.

Indicadores

- Objetivos específicos
- Coordinación de tareas

Dimensión 3: Dirección

“La dirección están relacionados con los líderes o gerentes que impulsan y motivan al personal que labora en la compañía y que estos puedan desarrollarse eficientemente las funciones asignadas. Motivando y promoviendo el trabajo en equipo al personal” (Ramos & Huerta et al. 2018).

Para Chiavenato (2006) “La dirección es una función muy importante de la gestión empresarial que busca orientar y guiar el comportamiento de los integrantes que integran el equipo en función de los objetivos que deben conseguirse y lograr. Siendo este una actividad de motivación, comunicación y liderazgo, refiriéndose directamente a las personas. En cuanto a su cobertura, la dirección puede presentarse en tres niveles: departamental (gerencia), global (dirección) y operacional (supervisión)”.

Indicadores

- Motivación
- Comunicación

Dimensión 4: control

“La supervisión constante del trabajo para poder saber si se está logrando el objetivo planeado, además de ver los cuellos de botella que estancan los procesos, este fin se realiza para poder enmendar los errores durante el proceso de gestión empresarial” (Ramos & Huerta et al. 2018).

Para Reyes (2007) “El control permite verificar que se cumpla con lo planificado además proporciona información para observar los resultados de las operaciones realizadas todo esto ejecutado a través de las decisiones tomadas por la administración”.

Indicadores

- Medición de desempeño

2.2.2. Calidad del Producto

Calidad.

La expresión calidad, se utiliza con frecuencia cualquier ámbito de nuestra sociedad, sin importar el sector del que procede el comentario ni la vertiente hacia la que se dirige, en este sentido se evidencia que las personas se encuentran familiarizadas con el término. (Álvarez Gallego, 2006, pág. 3).

La calidad constituye el conjunto de cualidades que representan a una personas o cosa; es un juicio de valor subjetivo que describe cualidades intrínsecas de unos elementos; aunque suele decirse que es un concepto moderno, el hombre siempre ha tenido un concepto intuitivo de la calidad en razón de la búsqueda y el afán de perfeccionamiento como constante del hombre a través de la historia. (pág. 15) Es así que la sociedad exige a las organizaciones a que se adapten a los cambios en busca de la perfección, mientras los clientes perciban mejor calidad se tendrá mayor seguridad en la elección de los productos ofertados. (Nava Carbellido, 2005).

Calidad del producto en los negocios, la ingeniería y la manufactura, la calidad tiene una interpretación pragmática que hace referencia a la no inferioridad o superioridad de algo; y que también se define como adecuado para su propósito previsto al tiempo que satisface las expectativas del cliente. En tal sentido, la calidad es un atributo perceptivo, condicional y algo subjetivo y puede ser entendido de manera diferente por diferentes personas. (Nanda, 2016).

Como indica Giltow (2000), son muchos los aspectos de la calidad en un contexto empresarial, aunque la idea principal es que el negocio produce algo, ya sea un bien físico o un servicio en particular.

Características de la calidad

La calidad de varios productos y procesos se describe por características que son juzgadas por vendedores y compradores. Considera las características que el espectador atribuye subjetivamente al activo respectivo. Por lo tanto, los bienes pueden diferenciarse según su calidad entre "el bien no cumple el propósito" y la "buena calidad" utilizada en el uso común, es decir, "el bien tiene todas las características requeridas y por lo tanto cumple con el propósito por completo". Con "utilizable" se describiría el límite inferior de calidad. (Linß, 2003).

Linß (2003), cita los indicadores para evaluar la calidad de acuerdo a la percepción del cliente:

- **Valor funcional:** El estado debe cumplir el propósito declarado.
- **Beneficios adicionales:** El patrimonio debe permitir beneficios adicionales.
- **Equipo:** La propiedad debe ser cómoda y bien diseñada.
- **Confiabilidad:** Esta es la probabilidad de que un producto muestre fallas o defectos después de un cierto período de tiempo.
- **Normatividad:** Esto se trata de cumplir con los estándares técnicos.

- **Durabilidad:** La durabilidad técnica describe la frecuencia de uso hasta que el bien se vuelve inoperativo; la durabilidad económica determina la vida económica.
- **Servicio al cliente:** Qué tan bueno y qué tan rápido es el servicio al cliente.
- **Estética:** Esta cualidad altamente subjetiva expresa cómo se siente el producto, sus sonidos, gustos, etc., y cómo se ve.
- **La calidad de imagen:** Esta es la suposición común sobre la calidad.

Niveles de Calidad de un producto o servicio

La calidad de un producto o servicio se define como la percepción que el cliente tiene sobre su valor. Si un cliente considera que un bien le ayuda a resolver sus necesidades, lo considerará de mayor o menor calidad en función de la manera en que percibe una serie de factores asociados a ese producto. (master-malaga).

La calidad de un producto o servicio se mide a partir de variables cuantificables y las distintas fases de los procesos de producción. Para evaluar la calidad de un producto, por ejemplo, hay que establecer instrumentos de medición en las distintas etapas del proceso de fabricación, ya que todo va a influir en la calidad resultante del producto. (master-malaga).

2.2.2.1. Dimensiones e Indicadores de Calidad del Producto

Dimensión 1: Rendimiento:

Algunos estándares de desempeño se basan en preferencias subjetivas, pero las preferencias son tan universales que tienen la fuerza de un estándar objetivo. (Garvín, 1987).

Indicadores:

- Rentabilidad
- Competividad

Dimensión 2: Características:

Las características son características adicionales que aumentan el atractivo del producto o servicio para el usuario. (Garvín, 1987).

Indicadores:

- Valor agregado
- Diversidad de contenido

Dimensión 3: Confiabilidad:

La fiabilidad es uno de los principales factores que contribuyen a la imagen de marca o empresa, y la mayoría de los usuarios finales la considera una dimensión fundamental de la calidad. Por ejemplo, estudios de mercado recientes muestran que, especialmente para las mujeres, la confiabilidad se ha convertido en el atributo más deseado de un automóvil. (Garvín, 1987).

Indicadores:

- Marca del Producto
- Higiene

Dimensión 4: Conformidad:

En las empresas de servicios, las medidas de conformidad normalmente se centran en la precisión y la puntualidad e incluyen recuentos de errores de procesamiento, retrasos imprevistos y otros errores frecuentes. (Garvín, 1987).

Indicadores:

- Cumplimiento de estándares

Dimensión 5: Durabilidad.

La durabilidad mide la duración de la vida de un producto. Cuando el producto puede repararse, la estimación de la durabilidad es más complicada. El artículo se usará hasta que ya no sea económico operarlo. Esto sucede cuando la tasa de reparación y los costos asociados aumentan significativamente. Técnicamente, la durabilidad se puede definir como la cantidad de uso que se obtiene de un producto antes de que se deteriore. Después de tantas horas de uso, el filamento de una bombilla se quema y la bombilla debe ser reemplazada.

Indicadores:

- Tiempo determinado de consumo.

Dimensión 6: Facilidad del servicio

Los atributos importantes para la dimensión de servicio son garantía de servicio, garantía de piezas, disponibilidad de piezas, distancia a centros de servicio de distribuidor, distancia a centro de partes de servicio, distancia al centro de piezas de servicio individual, tiempo de espera para cita de servicio, horario de mantenimiento preventivo, empleados escuchar a los clientes, información sobre reparaciones, centros de servicio cortés, reparación correcta por primera vez, tiempo de servicio relativo a otros concesionarios, reclamos de garantía manejados sin argumento, costo promedio de reparación / año, garantía extendida, subestimación del costo del servicio y provisión de automóvil.

Indicadores:

- Atención al cliente
- Servicio de Post-venta

Dimensión 7: Estética

La dimensión estética difiere de los criterios subjetivos relativos al "rendimiento" en que las elecciones estéticas no son casi universales. No todas las personas prefieren el sabor "rico y completo" o incluso están de acuerdo con lo que eso significa. Las empresas, por lo tanto, tienen que buscar un nicho. En esta dimensión de calidad, es imposible complacer a todos. (Garvin, 1987).

Indicadores:

- Imagen del producto

Dimensión 8: Calidad percibida

La reputación es lo principal de la calidad percibida. Su poder proviene de una analogía no declarada: que la calidad de los productos hoy es similar a la calidad de los productos de ayer, o la calidad de los productos en una nueva línea de productos es similar a la calidad de los productos establecidos de una empresa. (Garvín, 1987).

Indicadores:

- Satisfacción del cliente
- Recomendación

2.3. Definición de Términos Básicos

Materia Prima: Son todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un determinado producto. Para el manejo de la materia prima es imprescindible tomar medidas adecuadas para el almacenamiento, transporte y uso de las mismas, con la finalidad de evitar contaminaciones, físicas, químicas, y microbiológicas. (Galarza, 2010).

Producto: Punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue. (Thompson, 2005).

Marca: Conjunto de valores que los consumidores asocian a una empresa o producto. (Larripa, s.f.).

Empresa: Es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes, a la par de asegurar la

continuidad de la estructura productivo-comercial, así como sus necesarias inversiones. (Herrera & Cuzcano, 2018).

Marketing de una empresa: Se entiende que la satisfacción de las necesidades del cliente final es la clave de los intercambios entre empresas y mercado, pues esta fue considerada como el factor determinante del éxito en los mercados. Es uno de los tópicos que más interés ha despertado en la literatura del Marketing de las organizaciones en general, y en particular en el ámbito de los servicios. (Quispe & Ayavir, 2016 p. 169).

Servicio: Cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. (Pérez & Merino, Definición, 2008).

Cliente: Es el centro de todas las decisiones y acciones en la organización, debido a las características específicas de los servicios. (Gestiopolis, 2011).

Satisfacción del cliente: Nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. (Pérez & Gardey, Definición, 2011).

2.4. Formulación del Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

Existe vínculo entre la gestión administrativa y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- a.- Existe vínculo entre la planeación y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.
- b.- Existe vínculo entre la organización y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.
- c.- Existe vínculo entre la dirección y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.
- d.- Existe vínculo entre el control y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

2.5. Variables

2.5.1. Definición Conceptual de la Variable

a.- Variable 1: Gestión Administrativa

Se puede entender por gestión a todo lo que realizan las organizaciones por un objetivo en común teniendo en cuenta los recursos o materiales necesarios que se emplearan y la designación del personal capacitado que realizara dichas acciones. (Ramos & Huerta, 2019).

b.- Variable 2: Calidad del Producto

Actualmente el término calidad no es una opción en las empresas, ofrecer un producto de calidad es sinónimo de competitividad y posicionamiento (Fraser, Watanabe, & Hvolby, 2013).

2.5.2. Definición Operacional de la Variable

Variable I: Gestión Administrativa

Operacionalmente la variable de Gestión Administrativa se divide en 4 dimensiones que son las siguientes:

- Planeación (3 ítems)
- Organización (2 ítems)
- Dirección (2 ítems)
- Control (1 ítems).

Estas dimensiones contienen 5 opciones que son las siguientes:

- Totalmente en desacuerdo
- Desacuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

Variable II: Calidad del Producto

Operacionalmente la variable de la Calidad del Producto se divide en 8 dimensiones que son las siguientes:

- Rendimiento (2 ítems)
- Características (2 ítems)
- Confiabilidad (2 ítems)
- Conformidad (1 ítems)
- Durabilidad (1 ítems)

- Facilidad de servicio (2 ítems)
- Estética (1 ítems)
- Calidad percibida (2 ítems)

Estas dimensiones contienen 5 opciones que son:

- Totalmente en desacuerdo
- Desacuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

2.5.3. Operacionalización de la Variable

La operacionalización de variables es equivalente a su definición operacional, para manejar el concepto a nivel empírico, encontrando elementos concretos, indicadores o las operaciones que permitan medir el concepto en cuestión (Grajales Guerra, 1996).

a. Variable I: Gestión Administrativa

Dimensiones	Indicadores	Ítems		Escala de medición
		N°	Contenido	
Planificación	Estrategias	1	¿La empresa Eco Exotic cuenta con buenas estrategias de marketing y ventas?	1. Totalmente en desacuerdo
		2	¿Tiene buena ubicación para la venta de sus productos?	
	Materia prima	3	¿Considera que la empresa utiliza insumos de buena calidad en sus productos?	2. Desacuerdo
Organización	Objetivos específicos	4	¿Considera que la empresa Eco Exotic está bien constituida para alcanzar sus objetivos de ventas?	3. Ni acuerdo ni desacuerdo
	Coordinación de tareas	5	¿La empresa Eco Exotic tiene personal capacitados para el rubro de chocolates artesanales?	4. De acuerdo
Dirección	Motivación	6	¿Considera que la empresa Eco Exotic está motivados para el crecimiento y expansión de su negocio?	5. Totalmente de acuerdo
	Comunicación	7	¿Considera que la empresa Eco Exotic tiene buena comunicación con sus clientes?	
Control	Medición de Desempeño	8	¿La empresa Eco Exotic ha mejorado sus productos de manera gradual?	

b. Variable II: Calidad del Producto

Dimensiones	Indicadores	Ítems		Escala de medición
		N°	Contenido	
Rendimiento	Rentabilidad	9	¿Considera que es rentable la venta de chocolates artesanales?	1. Totalmente en desacuerdo
	Competividad	10	¿Considera que la empresa está bien posicionada en el mercado?	
Características	Valor agregado.	11	¿La empresa muestra interés en satisfacer la necesidad de sus clientes?	2. Desacuerdo
	Diversidad de contenido	12	¿El producto de chocolates artesanales tiene diversidad de presentación y sabores?	
Confiabilidad	Marca del Producto	13	¿La marca del producto tiene buena acogida con los clientes?	3. Ni acuerdo ni desacuerdo
	Higiene	14	¿El producto se muestra en buen estado higiénico y apariencia apetecible?	
Conformidad	Cumplimiento de estándares	15	¿Considera que la empresa cumple con los estándares de calidad en sus productos?	4. De acuerdo
Durabilidad	Tiempo determinado de consumo	16	¿Los productos de la empresa Eco Exotic figura su fecha de vencimiento con claridad?	
Facilidad de Servicio	Atención al cliente	17	¿El personal brinda una buena atención a los clientes?	5. Totalmente de acuerdo
	Servicio de Post-venta	18	¿La empresa fideliza a sus clientes para futuras ventas?	
Estética	Imagen del producto	19	¿Los productos de la empresa cuentan con una buena presentación de imagen?	
Calidad percibida	Satisfacción del cliente	20	¿Los consumidores quedan satisfecho por la compra de los productos de chocolates artesanales?	
	Recomendación	21	¿Considera recomendable los chocolates de la empresa Eco Exotic a sus familiares y amigos?	

CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1. Diseño de la Investigación

El trabajo de investigación se utilizó el diseño de estudio no experimental, transversal. Con nivel Descriptivo y correlacional.

No experimental, “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. (Hernández, 2014).

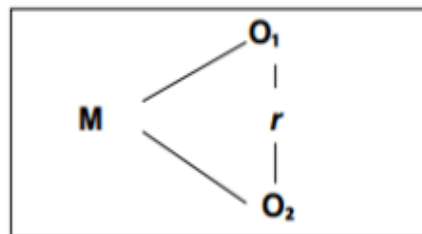
Transversal, “Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía”. (Hernández, 2014).

Descriptivo, “Indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos”. (Hernández, 2014).

Correlacional, “Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto”. (Hernández, 2014).

El trabajo de investigación se utilizó el Método inductivo-deductivo y viceversa con la finalidad de obtener una conclusión general a través de la información recabada por medio de la técnica e instrumento de recolección de datos.

Según el diseño de la investigación se obtuvo el siguiente diagrama:



Donde:

M = Muestra de estudio

O₁ = Observación de la variable: Gestión Administrativa

O₂ = Observación de la variable: Calidad del Producto

r = Relación de las variables

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

“Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008b).

La población estuvo conformada por los consumidores de la empresa Eco Exotic E.I.R. en la región Ucayali, 2024.

3.2.2. Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández, 2014).

La muestra estuvo conformada por 21 consumidores de la empresa Eco Exotic E.I.R.L de la ciudad de Pucallpa, provincia de Coronel Portillo, región Ucayali, 2024.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.3.1. Técnica

El trabajo de investigación se utilizó para la recolección de datos la técnica de la encuesta.

3.3.2. Instrumentos

“Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. (Chasteauneuf, 2009).

Para el recojo de la información se utilizó dos cuestionarios, con cada variable independiente con la definición operacional de la investigación.

3.4. Validez y Confiabilidad del Instrumento.

3.4.1. Validez.

“La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (Hernández, 2014).

La validez del contenido obtuvo por juicio de 3 expertos en el tema de investigación:

N°	GRADO	APELLIDOS Y NOMBRES	APRECIACION
1	DOCTOR	Ramírez Zumaeta Lila	Aplicable
2	DOCTOR	Rojas Elescano Jaime Augusto	Aplicable
3	DOCTOR	Vargas Espinoza Jorge Luis	Aplicable

3.4.2. Confiabilidad del Instrumento.

“La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (Hernández Sampieri et al., 2013; Kellstedt y Whitten, 2013; y Ward y Street, 2009).

El trabajo de investigación se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach para poder medir el nivel de fiabilidad del instrumento de las variables, su fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s^2}{S_T^2} \right]$$

Donde,

k = El número de ítems

$\sum s^2$ = Sumatoria de varianzas de los ítems.

sT^2 = Varianza de la suma de los ítems.

α = Coeficiente de alfa de Cronbach

Variable 1: Gestión Administrativa

Estadística de fiabilidad	
Ítems	Alfa de Cronbach
8	0,830

Fuente: Programa Microsoft Excel

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,830 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación.

Variable 2: Calidad del Producto

Estadística de fiabilidad	
Ítems	Alfa de Cronbach
13	0,821

Fuente: Programa Microsoft Excel

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,821 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación.

3.5. Técnicas para el Procedimiento de la Información

3.5.1. Recolección de datos

“Implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (Hernández, 2014).

La información recolectada del trabajo de investigación es tabulada y analizada estadísticamente por medio del Programa Microsoft Excel de acuerdo a la muestra y el instrumento ya escogido para este proyecto.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Presentación de Resultados

Se procesa las encuestas en el programa Microsoft Excel utilizando la escala de Likert y presenta los siguientes resultados:

a.- Variable 01: Gestión Administrativa

Tabla 01: Frecuencia de la Dimensión de Planificación de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	2	10%
Alto	19	90%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

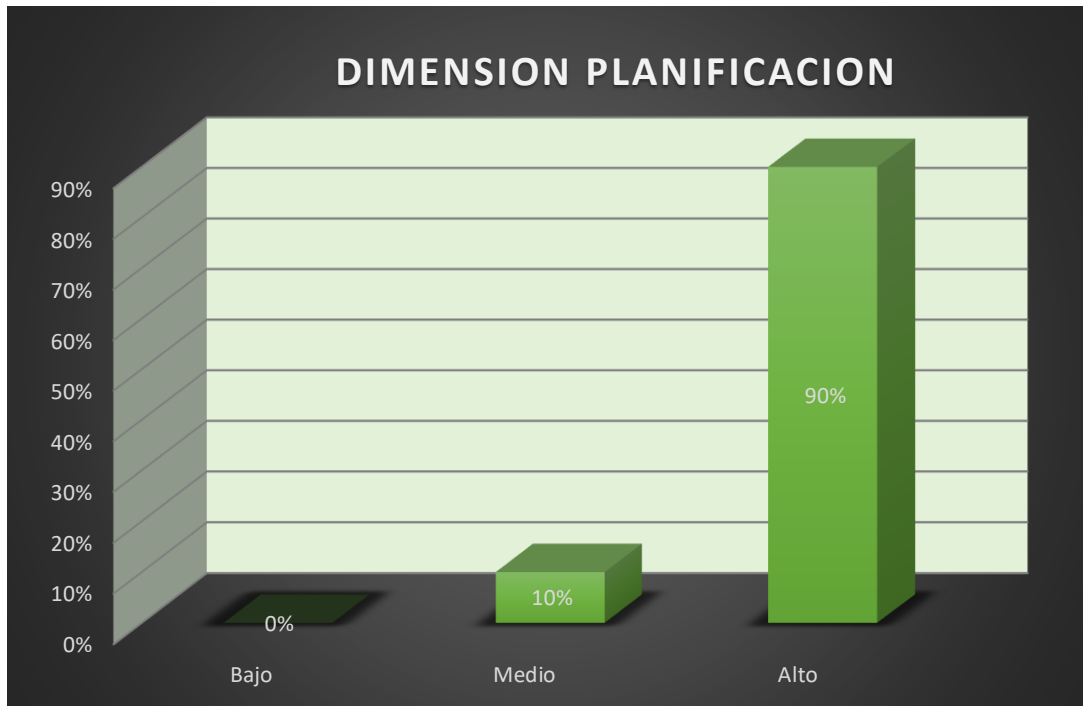


Figura 1: Dimensión: Planificación

Fuente: Tabla 1

Interpretación: De la figura 1 y tabla 1, se observa que el 90% de los encuestados refieren que la Planificación de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 10% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 02: Frecuencia de la Dimensión de Organización de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	6	29%
Alto	15	71%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

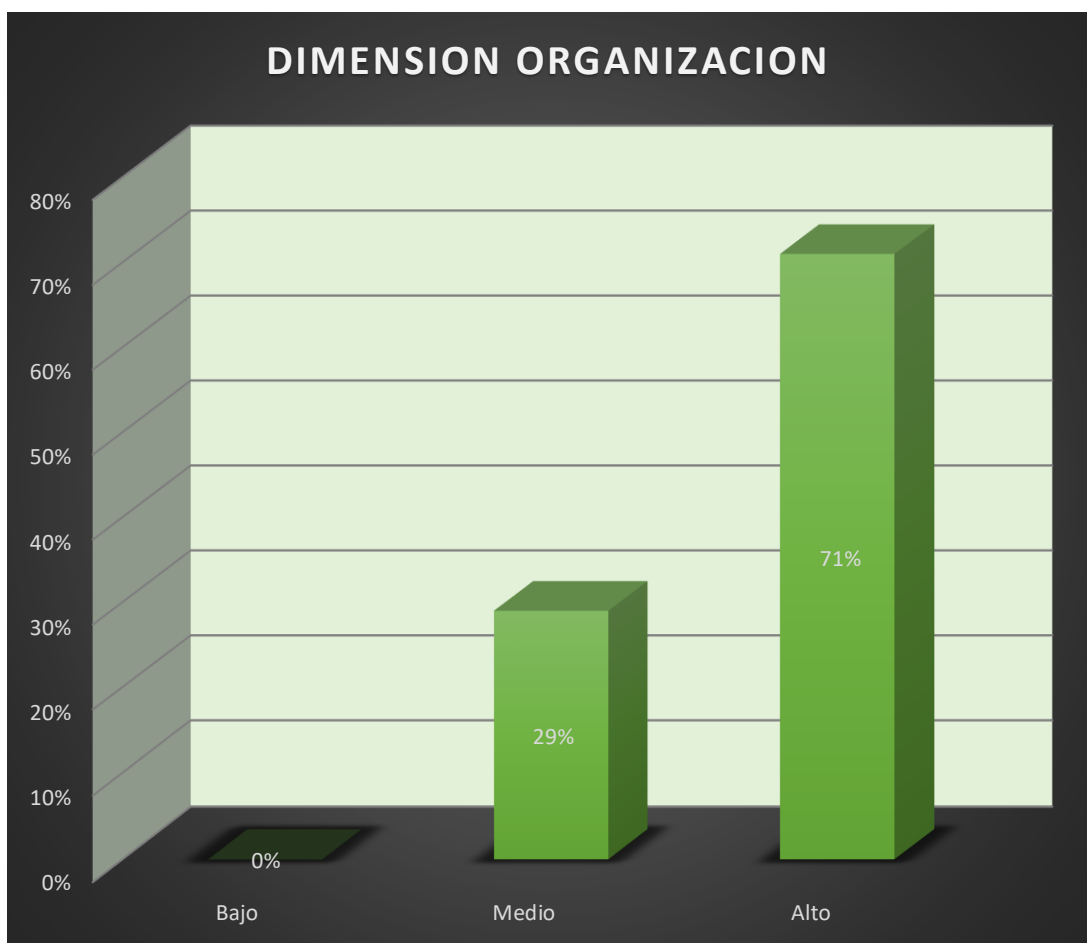


Figura 2: Dimensión: Organización

Fuente: Tabla 2

Interpretación: De la figura 2 y tabla 2, se observa que el 71% de los encuestados refieren que la Organización de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. se encuentra en un nivel Alto, seguido de 29% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 03: Frecuencia de la Dimensión de Dirección de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	3	14%
Alto	18	86%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

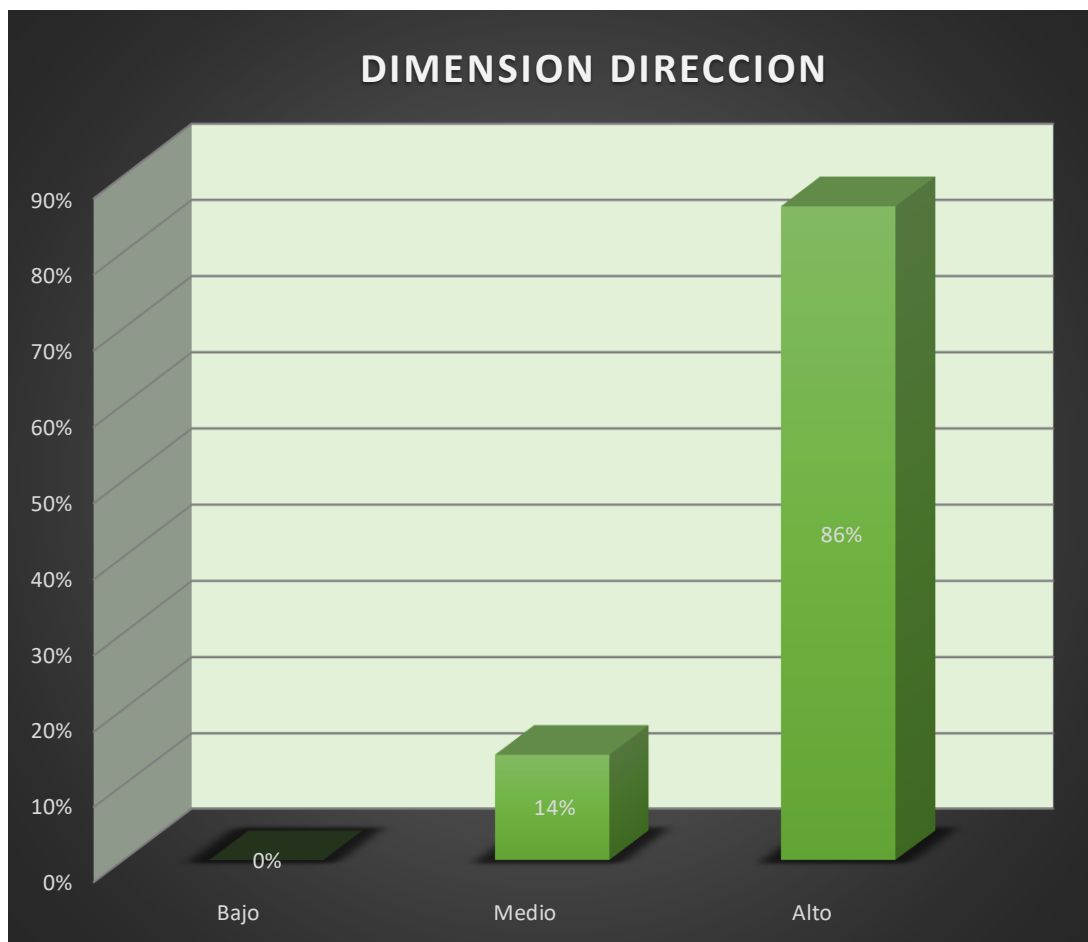


Figura 3: Dimensión: Dirección
Fuente: Tabla 3

Interpretación: De la figura 3 y tabla 3, se observa que el 86% de los encuestados refieren que la Dirección de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 14% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 04: Frecuencia de la Dimensión de Control de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	8	38%
Alto	13	62%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

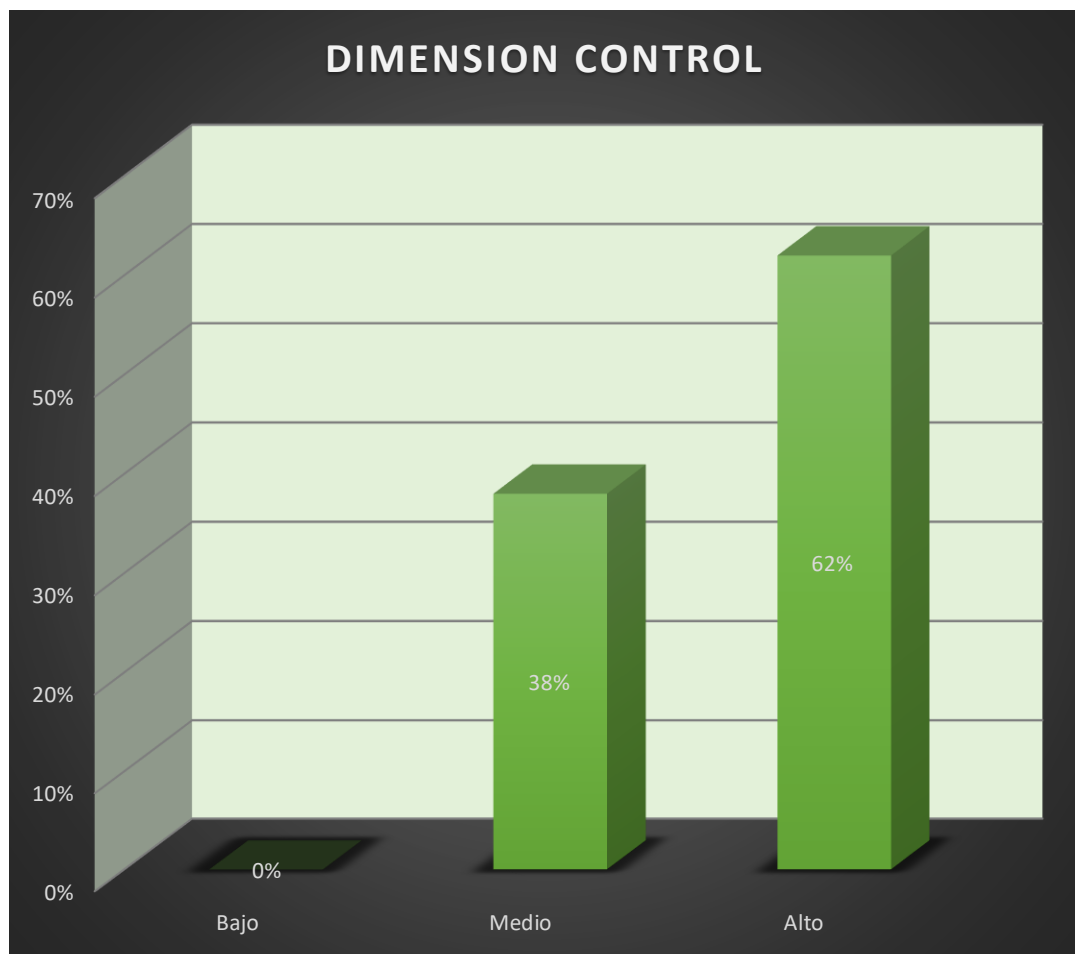


Figura 4: Dimensión: Control

Fuente: Tabla 4

Interpretación: De la figura 4 y tabla 4, se observa que el 62% de los encuestados refieren que el Control de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 38% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 05: Frecuencia de la Variable Gestión Administrativo de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	2	10%
Alto	19	90%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

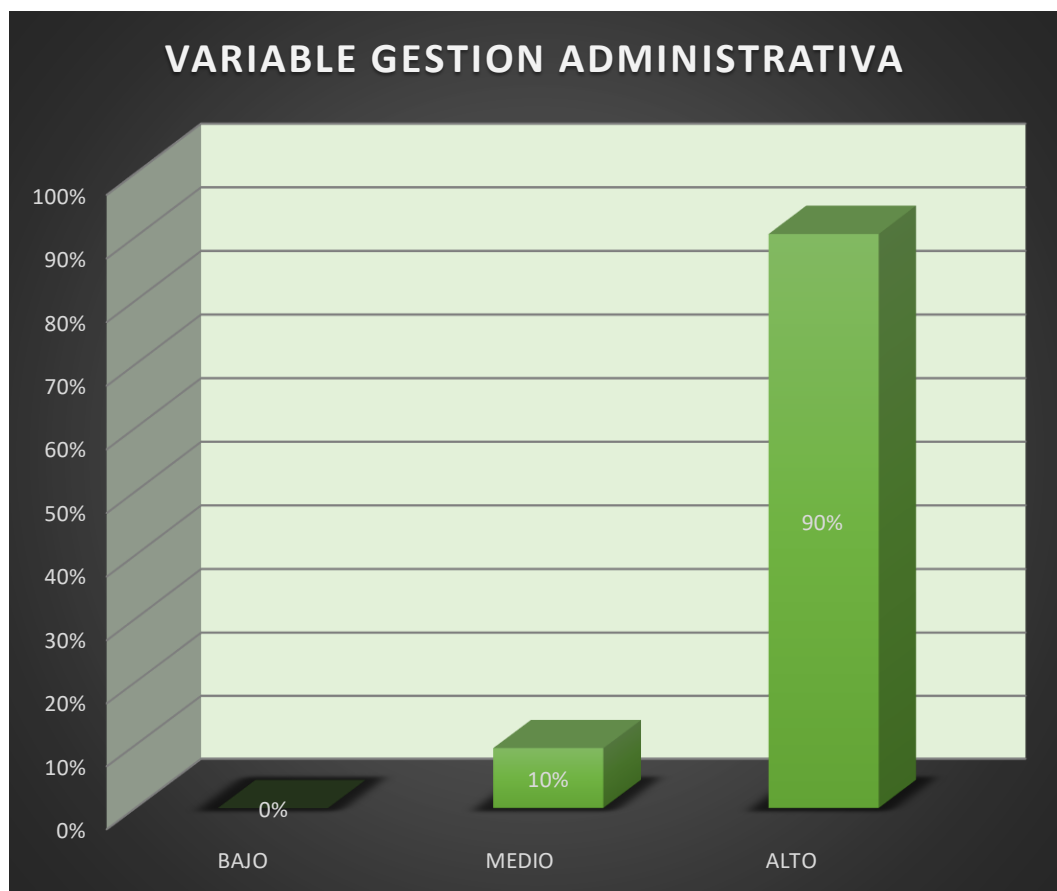


Figura 5: Variable 1: Gestión Administrativa
Fuente: Tabla 5

Interpretación: De la figura 5 y tabla 5, se observa que el 90% de los encuestados refieren que la Gestión Administrativa de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 10% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

b.- Variable 02: Calidad del Producto

Tabla 06: Frecuencia de la Dimensión de Rendimiento de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	17	81%
Alto	4	19%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

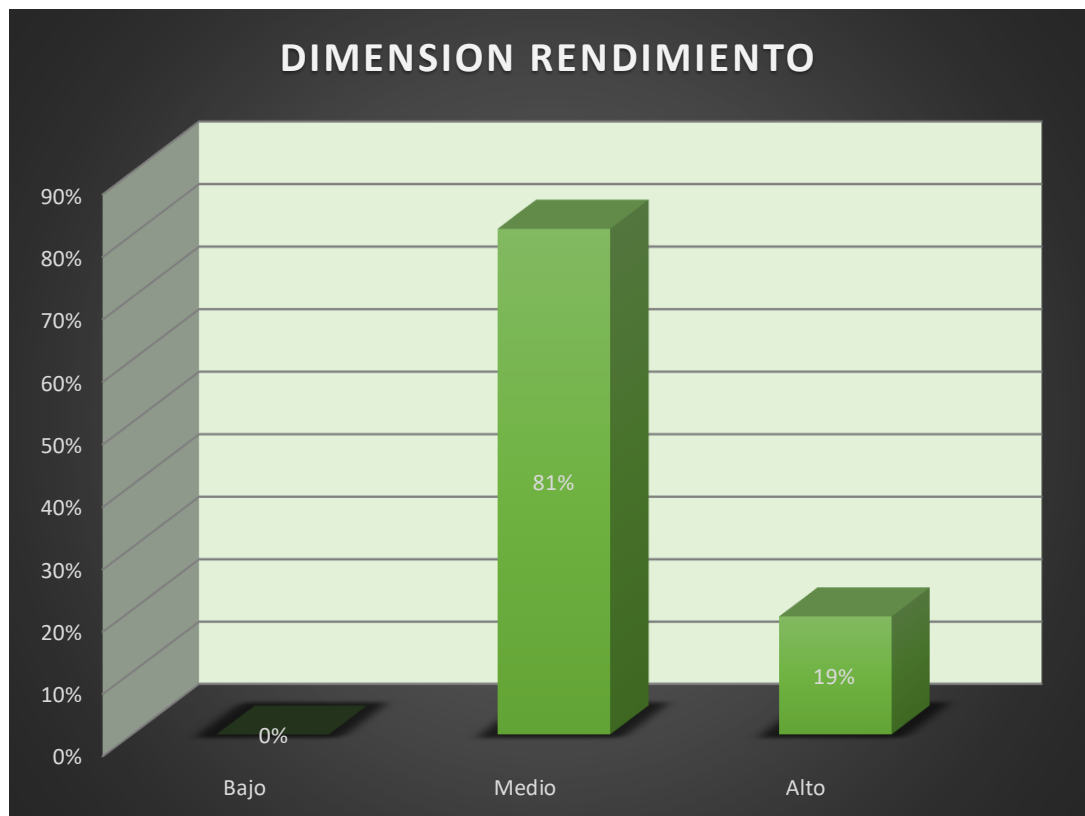


Figura 6: Dimensión: Rendimiento

Fuente: Tabla 6

Interpretación: De la figura 6 y tabla 6, se observa que el 19% de los encuestados refieren que el Rendimiento de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. se encuentra en un nivel Alto, seguido de 81% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 07: Frecuencia de la Dimensión de Características de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	3	14%
Alto	18	86%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

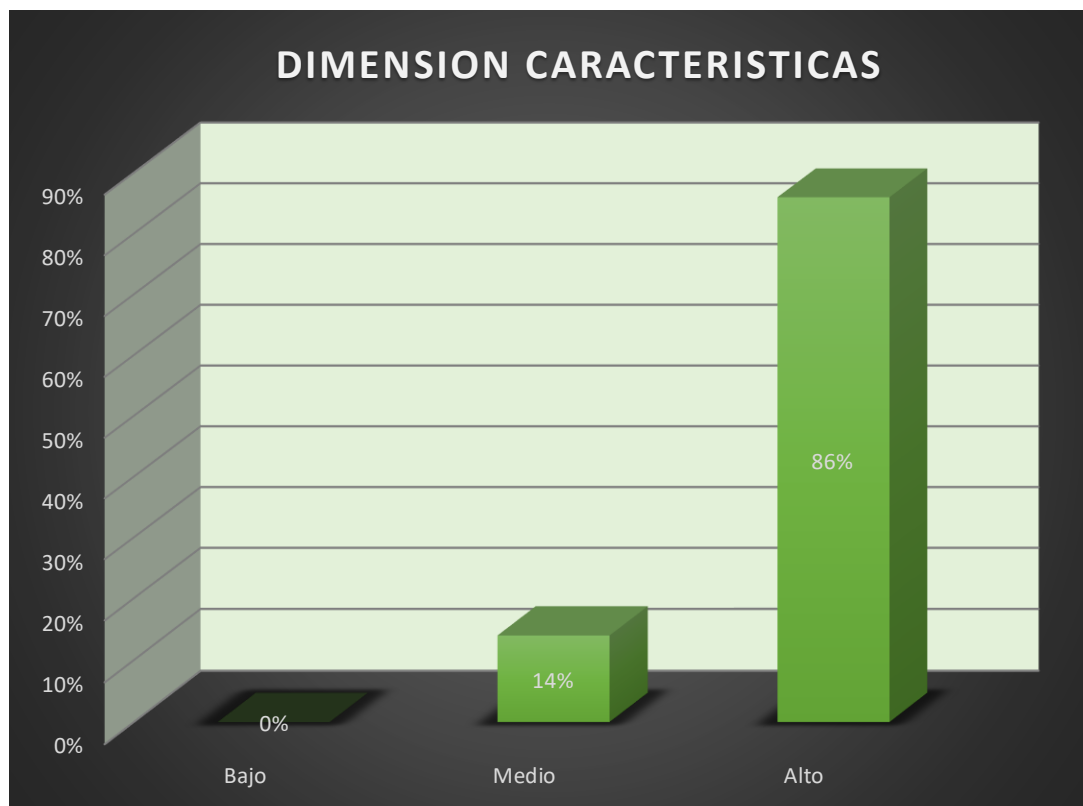


Figura 7: Dimensión: Características
Fuente: Tabla 7

Interpretación: De la figura 7 y tabla 7, se observa que el 86% de los encuestados refieren que las Características que contiene la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto en Características, seguido de 14% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 08: Frecuencia de la Dimensión de Confiabilidad de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	3	14%
Alto	18	86%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

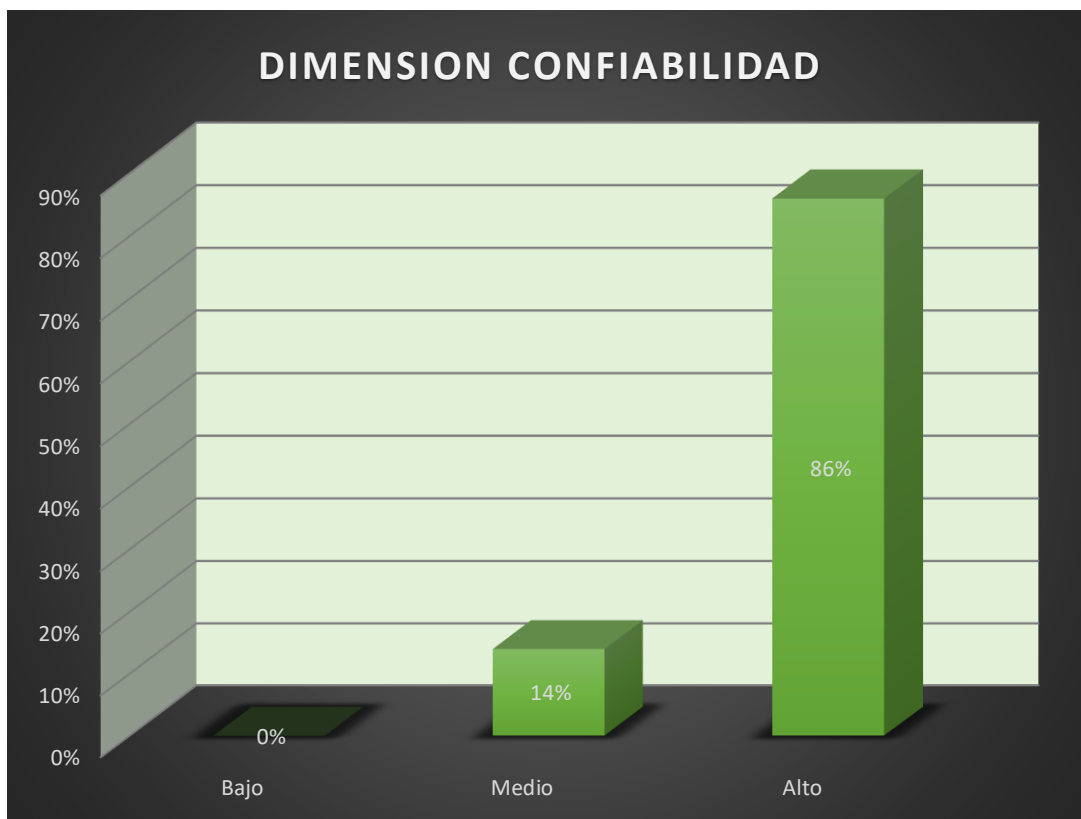


Figura 8: Dimensión: Confiabilidad

Fuente: Tabla 8

Interpretación: De la figura 8 y tabla 8, se observa que el 86% de los encuestados refieren que la Confiabilidad de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. se encuentra en un nivel Alto, seguido de 14% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 09: Frecuencia de la Dimensión de Conformidad de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	6	29%
Alto	15	71%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

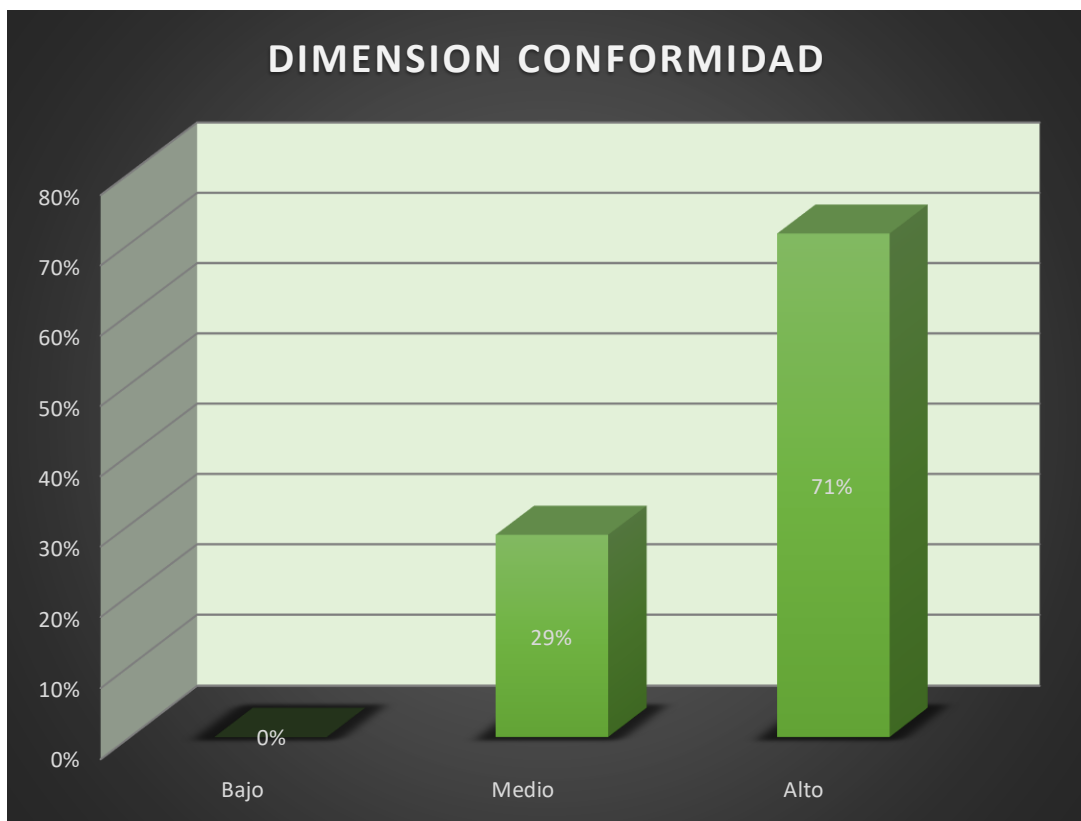


Figura 9: Dimensión: Conformidad

Fuente: Tabla 9

Interpretación: De la figura 9 y tabla 9, se observa que el 71% de los encuestados refieren que la Conformidad de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. se encuentra en un nivel Alto, seguido de 29% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 10: Frecuencia de la Dimensión de Durabilidad de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	1	5%
Alto	20	95%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

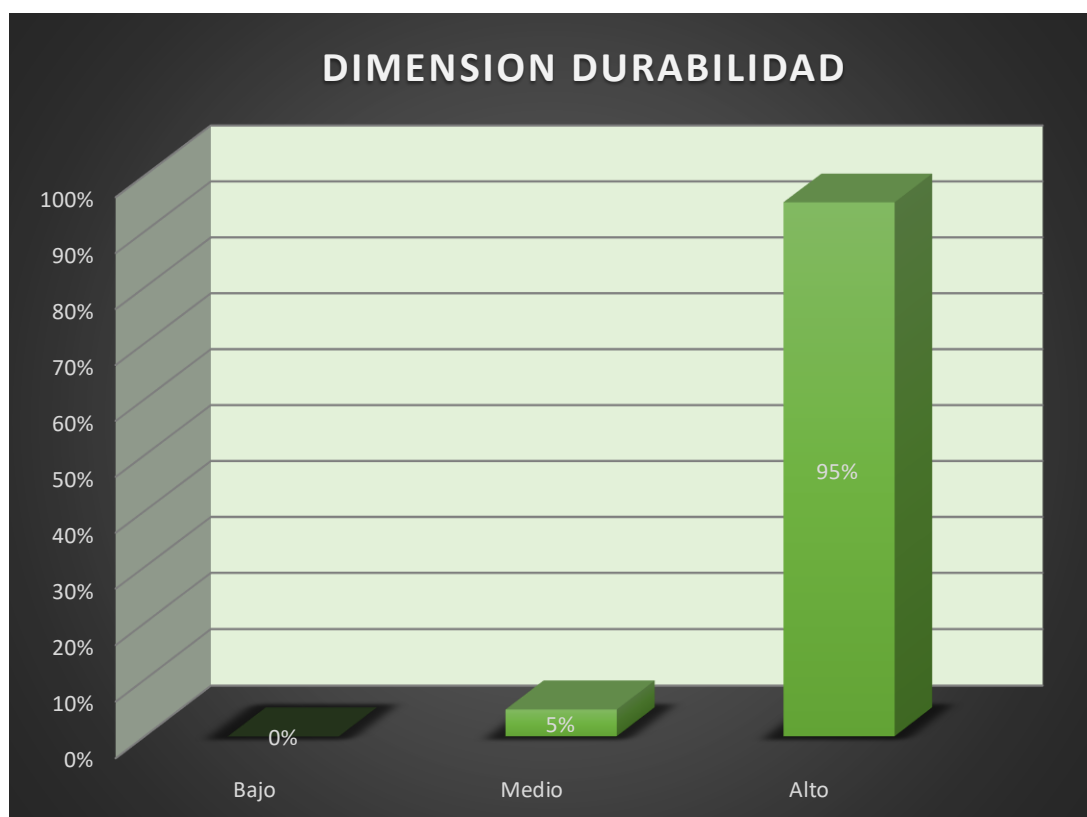


Figura 10: Dimensión: Durabilidad

Fuente: Tabla 10

Interpretación: De la figura 10 y tabla 10, se observa que el 95% de los encuestados refieren que la Durabilidad del producto de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 5% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 11: Frecuencia de la Dimensión de Facilidad de Servicio de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	7	33%
Alto	14	67%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

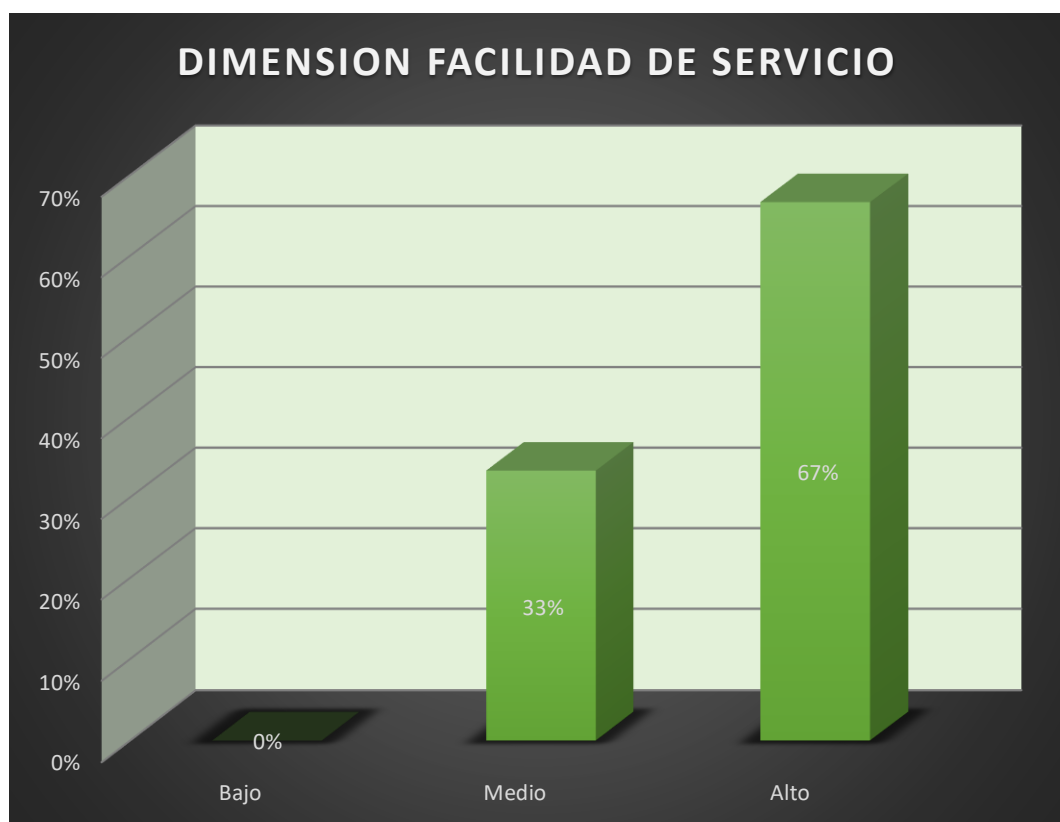


Figura 11: Dimensión: Facilidad de Servicio
Fuente: Tabla 11

Interpretación: De la figura 11 y tabla 11, se observa que el 67% de los encuestados refieren que la Facilidad de Servicio de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 33% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 12: Frecuencia de la Dimensión de Estética de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	7	33%
Alto	14	67%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

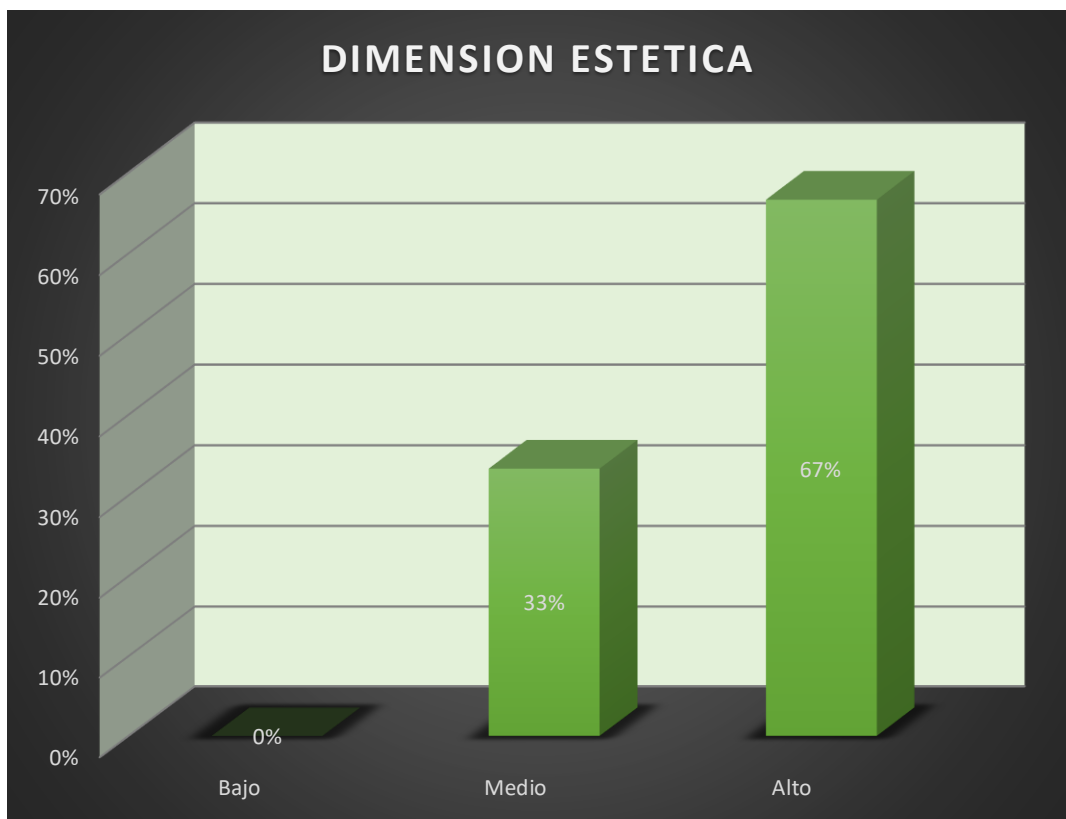


Figura 12: Dimensión: Estética
Fuente: Tabla 12

Interpretación: De la figura 12 y tabla 12, se observa que el 67% de los encuestados refieren que la Estética de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 33% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 13: Frecuencia de la Dimensión de Calidad Percibida de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	1	5%
Alto	20	95%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

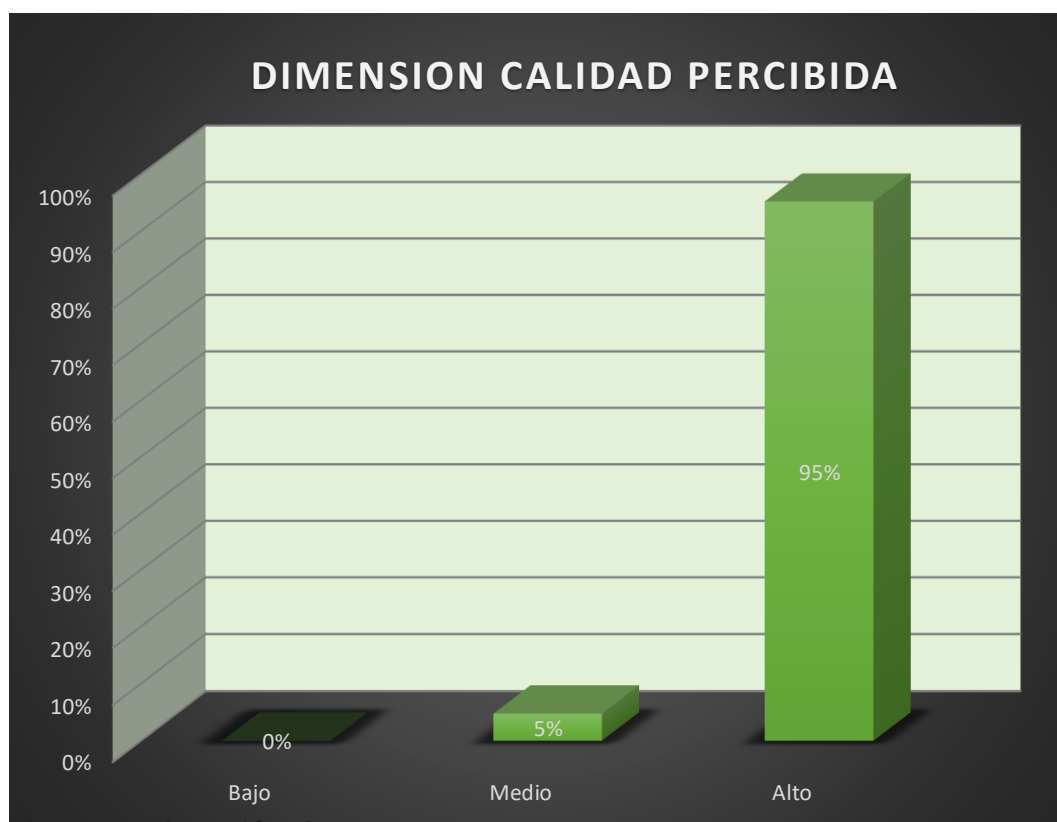


Figura 13: Dimensión: Calidad Percibida

Fuente: Tabla 13

Interpretación: De la figura 13 y tabla 13, se observa que el 95% de los encuestados refieren que la Calidad Percibida de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 5% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

Tabla 14: Frecuencia de la Variable Calidad del Producto de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali 2024.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	1	5%
Alto	20	95%
Total	21	100%

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa Microsoft Excel.

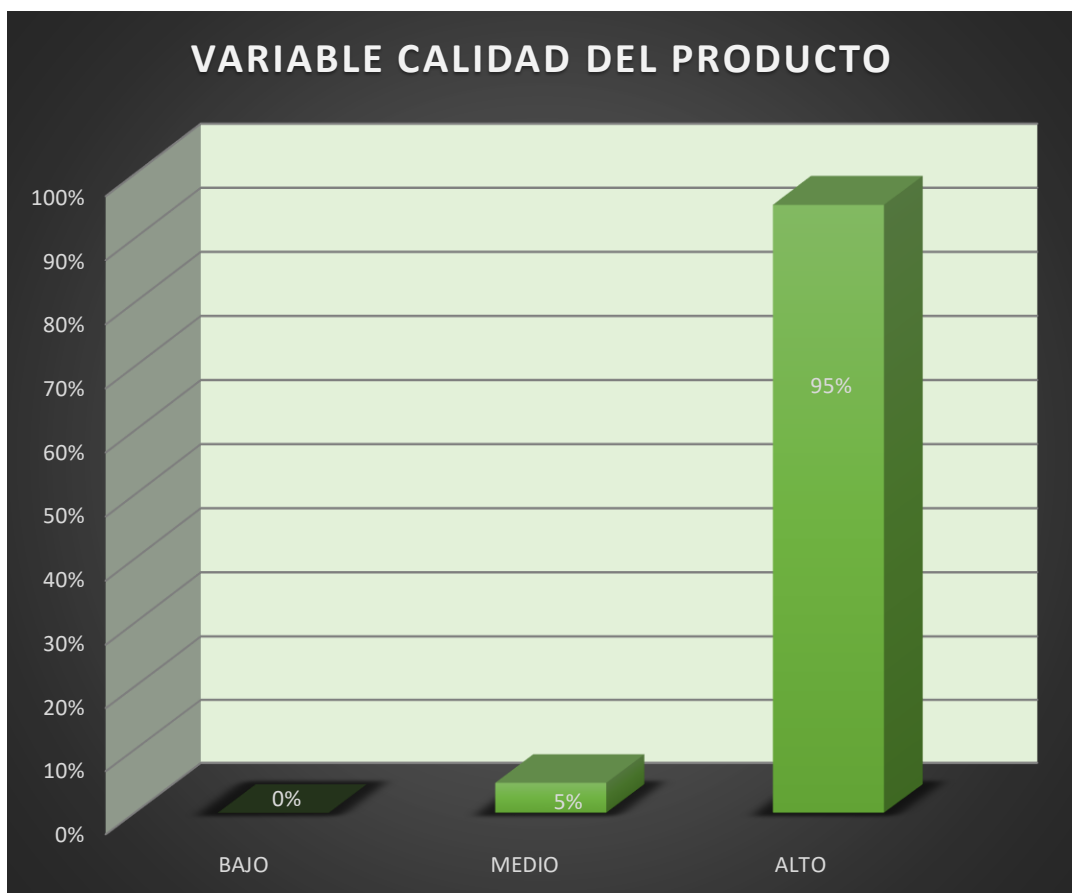


Figura 14: Variable 2: Calidad del Producto
Fuente: Tabla 14

Interpretación: De la figura 14 y tabla 14, se observa que el 95% de los encuestados refieren que la Calidad del producto de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 5% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

4.1.1. Prueba de Hipótesis:

Tabla 15: Aplicación de la prueba de normalidad Shapiro-Wilk para la variable Gestión Administrativa con sus respectivas dimensiones y la variable Calidad del Producto.

	Pruebas de normalidad		
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
PLANIFICACIÓN (D1)	.901	21	.037
ORGANIZACIÓN (D2)	.851	21	.004
DIRECCION (D3)	.774	21	<.001
CONTROL (D4)	.620	21	<.001
GESTION ADMINISTRATIVA (V1)	.911	21	.058
CALIDAD DEL PRODUCTO (V2)	.900	21	.034

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Resultados obtenidos del programa SPSS-V29

Interpretación: De la tabla 15, el valor de Significancia de la Prueba de Normalidad de Shapiro-Wilk es menor que 0.05 se obtiene una distribución no paramétrica, se determina que las pruebas de correlaciones se realizaran con la Estadística Rho Spearman.

Hipótesis General

Ho: No Existe vínculo entre la gestión administrativa y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Hi: Existe vínculo entre la gestión administrativa y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Tabla 16: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables gestión administrativa y calidad del producto.

			(V1)	(V2)
Rho de Spearman	Variable 1 (V1)	Coeficiente de correlación	1.000	.362
	Gestión Administrativa	Sig. (bilateral)	.	.107
		N	21	21
	Variable 2 (V2)	Coeficiente de correlación	.362	1.000
	Calidad del Producto	Sig. (bilateral)	.107	.
		N	21	21

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS-V29

Interpretación: De la tabla 16 se obtiene $r = 0.362$ correlación positiva débil y $p\text{valor} = 0.107 > 0.05$, es decir, que no existe una relación significativa entre las variables gestión administrativa y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

Hipótesis Específica 01

Ho: No existe vínculo entre la planificación y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Hi: No existe vínculo entre la planificación y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Tabla 17: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión planificación y la variable calidad del Producto.

			Correlaciones	
			(D1)	(V2)
Rho de Spearman	Dimensión 1(D1) Planificación	Coefficiente de correlación	1.000	.153
		Sig. (bilateral)	.	.508
		N	21	21
	Variable 2 (V2) Calidad del Producto	Coefficiente de correlación	.153	1.000
		Sig. (bilateral)	.508	.
		N	21	21

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS-V29

Interpretación: De la tabla 17 se obtiene $r = 0.153$ correlación positiva muy débil y $p\text{valor} = 0.508 > 0.05$, es decir, que no existe una relación significativa entre la dimensión planificación y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

Hipótesis Específica 02

Ho: No existe vínculo entre la organización y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Hi: Existe vínculo entre la organización y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Tabla 18: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión organización y la variable calidad del Producto.

			Correlaciones	
			(D2)	(V2)
Rho de Spearman	Dimensión 2(D2) Organización	Coeficiente de correlación	1.000	.546*
		Sig. (bilateral)	.	.011
		N	21	21
Variable 2 (V2) Calidad del Producto		Coeficiente de correlación	.546*	1.000
		Sig. (bilateral)	.011	.
		N	21	21

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

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS-V29

Interpretación: De la tabla 18 se obtiene $r = 0.546$ correlación positiva media y $p\text{valor} = 0.011 < 0.05$, es decir, se rechaza la hipótesis nula y que existe una relación significativa del entre la dimensión organización y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

Hipótesis Específica 03

Ho: No existe vínculo entre la dirección y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Hi: Existe vínculo entre la dirección y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Tabla 19: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión dirección y la variable calidad del Producto.

			Correlaciones	
			(D3)	(V2)
Rho de Spearman	Dimensión (D3) Dirección	Coeficiente de correlación	1.000	.457*
		Sig. (bilateral)	.	.037
		N	21	21
Variable 2 (V2) Calidad del Producto		Coeficiente de correlación	.457*	1.000
		Sig. (bilateral)	.037	.
		N	21	21

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

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS-V29

Interpretación: De la tabla 19 se obtiene $r = 0.457$ correlación positiva débil y $p\text{valor} = 0.037 < 0.05$, es decir, se rechaza la hipótesis nula y que existe una relación significativa del entre la dimensión dirección y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

Hipótesis Específica 04

Ho: No existe vínculo entre el control y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Hi: Existe vínculo entre el control y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región Ucayali, 2024.

Tabla 20: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión control y la variable calidad del Producto.

			(D4)	(V2)
Rho de Spearman	Dimensión4 (D4) Control	Coefficiente de correlación	1.000	.213
		Sig. (bilateral)	.	.354
		N	21	21
	Variable 2 (V2) Calidad del Producto	Coefficiente de correlación	.213	1.000
		Sig. (bilateral)	.354	.
		N	21	21

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS-V29

Interpretación: De la tabla 20 se obtiene $r = 0.213$ correlación positiva muy débil y $p\text{valor} = 0.354 > 0.05$, es decir, que no existe una relación significativa entre la dimensión control y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024.

4.2 Discusión

Los resultados de la investigación señalan que no existe una relación significativa entre la Gestión Administrativa y Calidad del Producto de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región de Ucayali, 2024, pero si una correlación positiva débil entre ambas variables.

Este resultado señala que La administración juega un papel importante en todas las empresas de cualquier tipo, porque permite la coordinación eficaz de los recursos y la ejecución correcta de las funciones o actividades de las organizaciones, mediante la apropiada implementación de técnicas o estrategias reales y efectivas (Fuentes,2021) y que la calidad del producto influye en el valor de la marca de acuerdo a los consumidores (Perez,2019).

Respecto a las dimensiones planificación y control arroja el resultado que no existe una relación significativa con la calidad del producto de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región de Ucayali, 2024, pero si una correlación positiva débil, se podría mejorar con el tiempo ya que La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse y el control permite verificar que se cumpla con lo planificado (Reyes.2007).

En las dimensiones organización y dirección arroja el resultado que si existe una relación significativa con la calidad del producto de la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región de Ucayali, 2024, con una correlación positiva media y se puede indicar que la organización es la asignación y también la coordinación de las distintas tareas y la dirección están relacionados con los líderes o gerentes que impulsan y motivan al personal que labora en la compañía (Ramos & Huerta et al. 2018).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

Se presenta las siguientes conclusiones:

- 1.- En la tabla 16 al aplicar la estadística Rho Spearman se obtiene $r=0.362$ correlación positiva débil y $pvalor=0.107>0.05$, es decir, que no existe una relación significativa entre las variables gestión administrativa y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali,2024. Asimismo, de la figura 5 y tabla 5, se observa que el 90% de los encuestados refieren que la Gestión Administrativa de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 10% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.
- 2.- En la tabla 17 al aplicar la estadística Rho Spearman se obtiene $r=0.153$ correlación positiva muy débil y $pvalor=0.508>0.05$, es decir, que no existe una relación significativa entre la dimensión planificación y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali,2024. Asimismo, de la figura 1 y tabla 1, se observa que el 90% de los encuestados refieren que la Planificación de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 10% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.
- 3.- En la tabla 18 al aplicar la estadística Rho Spearman se obtiene $r=0.546$ correlación positiva media y $pvalor=0.011<0.05$, es decir, se rechaza la hipótesis nula y que existe una relación significativa del entre la dimensión organización y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali,2024. Asimismo, de la figura 2 y tabla 2, se observa que el 71% de los encuestados refieren que la Organización de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 29% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

- 4.-** En la tabla 19 al aplicar la estadística Rho Spearman se obtiene $r=0.457$ correlación positiva débil y $pvalor=0.037<0.05$, es decir, se rechaza la hipótesis nula y que existe una relación significativa del entre la dimensión dirección y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali,2024. Asimismo, de la figura 3 y tabla 3, se observa que el 86% de los encuestados refieren que la Dirección de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 14% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.
- 5.-** En la tabla 20 al aplicar la estadística Rho Spearman se obtiene $r=0.213$ correlación positiva muy débil y $pvalor=0.354>0.05$, es decir, que no existe una relación significativa entre la dimensión control y la variable calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali,2024. Asimismo, de la figura 4 y tabla 4, se observa que el 62% de los encuestados refieren que el Control de la empresa Eco Exotic E.I.R.L se encuentra en un nivel Alto, seguido de 38% que indican que tiene nivel Medio y 0% de nivel bajo.

RECOMENDACIONES:

Se presenta las siguientes recomendaciones a la empresa Eco Exotic E.I.R.L.:

- 1.- De acuerdo a los resultados obtenidos en la variable gestión administrativo se debe implementar un plan de negocios de manera urgente de acuerdo al estudio del mercado regional.
- 2.- De acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión planificación se debe mejorar las estrategias de ventas y marketing en los productos de la empresa y, además, buscar una buena ubicación de punto de venta que sea más accesible al público.
- 3.- De acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión organización se debe mejorar el manejo de los recursos de la empresa ya sea materia prima, financiero, humano, etc; para optimizar los resultados.
- 4.- De acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión dirección se debe implementar capacitaciones continuas en atención al cliente y motivacionales para el crecimiento gradual de la empresa.
- 5.- De acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión control se debe mejorar la medición de calidad y la presentación de sus diversos productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Fuentes Cortez, E. K. (2021). *Gestión administrativa en la empresa CHOCOLATESF&C SA del cantón Ventanas-Provincia de Los Ríos.*
- Sánchez, J. D. M. (2019). *Gestión de Marca en la Industria Chocolatera de Tabasco.*
- León Ubilla, Á. E., & Salas Ubilla, R. K. (2020). *Análisis comparativo del consumo de chocolate artesanal vs chocolate industrializado en la Ciudad de Guayaquil.*
- Sarmiento Guevara, Josselyn Tatiana (2019). *Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 para la Empresa de chocolate artesanal “Estrella del Oriente”, ubicada en el Cantón Carlos Julio Arosemena Tola de la provincia de Napo.*
- Manobanda Zapata, G. E. (2018). *Elaboración de un manual de calidad mediante la aplicación de la normativa de las BPM para el mejoramiento de la producción de chocolate en la Microempresa Chocolates Monge.*
- Pérez Toullier, V. A. (2019). *La Calidad del Producto y su Influencia en el Valor de la Marca de Acuerdo a los Consumidores de la*

FAB de Chocolates La Ibérica S.A., Sede Tacna. Periodo 2018.

Guerra Céspedes, J. A. (2020). *Implementación de la metodología PDCA para mejorar la calidad del servicio, empresa Caramelo & Chocolate S.A.C., Lima 2020.*

De La Cruz Canales, G. M., Benites Villanueva, L. E., & Zapata Ramírez, T. d. C. (2021). *Calidad en el servicio del trade marketing a las bodegas de Lima Metropolitana, en el sector de consumo masivo para el rubro de chocolatería.*

Briones Rodríguez, F. M., & Hoyos Fernández, T. (2018). *Contribución de un sistema de gestión empresarial a la pequeña agroindustria caso empresa Agroindustria Margareth Provincia de Celendín-2017.*

Hilario Verástegui, S. M. (2019). *Propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad en una industria alimentaria según la norma ISO 9001: 2015.*

Herrera Lopez, G., & Cuzcano Castillo, G. R. (2018). *Mercado potencial del chocolate orgánico en la ciudad de Pucallpa – región Ucayali.*

Cajo Pinche, M. I. (2021). *Control de calidad en chocolate.*

- Ramos Quispe, E., & Huerta Bellido, L. M. (2019). *La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa, 2018.*
- Reguant, M., y Martínez-Olmo, F. (2014). *Operacionalización de conceptos/variables.*
- Roberto Hernández Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación sexta edición.*
- Vargas Cachay, H. M. (2022). *Gestión administrativa para la sostenibilidad de la empresa familiar Coffee & Chocolate Maná, Chachapoyas-2021.*
- Reategui Yacila, C. E., Cornelio Villanera, C. M., & Peña Herrada, K. J. (2023). *Plan de negocios para la producción y comercialización de chocolates bean to bar elaborados con cacao blanco piurano.*
- Espinoza Vilca, I., & Auccacusi Angles, L. R. (2023). *Gestión estratégica y exportación de chocolate de las empresas de la asociación de chocolateros del Cusco, 2023.*
- PINO AHITON, A. J. (2023). *LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO EN EL CENTRO DE ACOPIO MIRYAN, CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2023 (BACHELOR'S THESIS, UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR. FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN*

EMPRESARIAL E INFORMÁTICA. CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS).

MÁRQUEZ SANDOYA, S. C. (2023). GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN
LA EXPORTADORA DE CACAO GLOBAL COCOA SAS
DEL CANTÓN BABAHOYO, PERIODO
2022 (BACHELOR'S THESIS, BABAHOYO: UTB-FAFI.
2023).

CASCO, A. D. P. R., GARRIDO, R. G. R., & MORAN, E. V. C. (2017). LA
GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL DESARROLLO
EMPRESARIAL. *CONTRIBUCIONES A LA
ECONOMÍA*, 15(1), 8.

PÉREZ, K. V., TORRES, M. C., & XUL, G. D. L. Á. G. (2021). LA
FIABILIDAD EN LA CALIDAD DEL PRODUCTO O
SERVICIO DE UNA EMPRESA. 593 *DIGITAL
PUBLISHER CEIT*, 6(6), 219-232.

[HTTPS://ECONOMIA.ORG/GESTION.PHP](https://ECONOMIA.ORG/GESTION.PHP)

<https://www.master-malaga.com/empresas/criterios-nivel-calidad-producto/>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Anexo 1: Matriz de consistencia
Tesis: Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Existe vínculo entre la gestión administrativa y calidad del Producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024?	Probar el vínculo que existe entre la gestión administrativa y calidad del Producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024	Existe vínculo entre gestión administrativa y calidad del Producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la región Ucayali, 2024	Variable 1: Gestión Administrativa	Planeación Organización	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias. Materia Prima. Objetivos específicos. Coordinación de tareas. 	<p>Tipo de Investigación: No Experimental Transversal</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo Correlacional</p> <p>Esquema:</p> <pre> graph LR M --> O1 M --> O2 </pre> <p>Población: 21 clientes</p> <p>Muestra: 21 clientes</p> <p>Técnica: La encuesta.</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas				
¿Existe vínculo entre la planificación y Calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024?	Definir el vínculo que existe entre la planificación y calidad del producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.	Existe vínculo entre la planeación y Calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.		Dirección Control	<ul style="list-style-type: none"> Motivación. Comunicación. Medición de desempeño. 	
¿Existe vínculo entre la organización y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024?	Definir el vínculo que existe entre la organización y Calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.	Existe vínculo entre la organización y Calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.	Variable 2: Calidad del Producto	Rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> Rentabilidad. Competitividad. 	
¿Existe vínculo entre la dirección y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024?	Definir el vínculo que existe entre la dirección y calidad del Producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.	Existe vínculo entre la dirección y calidad del producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.		Características Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Valor agregado. Diversidad de contenido. Marca del producto. Higiene. 	
				Conformidad	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de Estándares. 	

<p>¿Existe vínculo entre el control y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024?</p>	<p>Definir el vínculo que existe entre el control y calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.</p>	<p>Existe vínculo entre el control y calidad del producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024.</p>		<p>Durabilidad</p> <p>Facilidad de servicio</p> <p>Estética</p> <p>Calidad percibida</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo determinado de consumo. • Atención al cliente. • Servicio de post-venta. • Imagen del producto. • Satisfacción del cliente. • Recomendación. 	<p>Instrumento: Cuestionario de Gestión Administrativa y Calidad del Producto.</p>
--	--	---	--	--	--	---

Anexo 2: Instrumentos de Aplicación

ENCUESTA DE GESTION ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DEL PRODUCTO

La presente encuesta tiene el propósito de recoger información para el desarrollo de una investigación de tesis de la Universidad Privada de Pucallpa (UPP), con el objetivo de determinar la relación entre la Gestión Administrativa y Calidad del producto en la empresa Eco Exotic E.I.R.L en la región de Ucayali. La información que proporcione será manejada de manera confidencial.

Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que usted considere marcando con una "X" la respuesta que corresponda, considerando la siguiente escala:

ESCALA VALORATIVA				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

ITEMS	VARIABLE 1: GESTION ADMINISTRATIVA	ESCALA VALORATIVA				
		1	2	3	4	5
D1	PLANEACION					
1	¿La empresa Eco Exotic cuenta con buenas estrategias de ventas y marketing?					
2	¿Tiene buena ubicación para la venta de sus productos					
3	¿Considera que la empresa utiliza insumos de buena calidad en sus productos?					
D2	ORGANIZACIÓN	1	2	3	4	5
4	¿Considera que la empresa Eco Exotic está bien constituida para alcanzar sus objetivos de ventas?					
5	¿La empresa Eco Exotic tiene personal capacitados para el rubro de chocolates artesanales?					
D3	DIRECCION	1	2	3	4	5
6	¿Considera que la empresa Eco Exotic está motivados para el crecimiento y expansión de su negocio?					
7	¿La empresa Eco Exotic tiene buena comunicación con sus clientes?					
D4	CONTROL	1	2	3	4	5
8	¿La empresa Eco Exotic ha mejorado sus productos de manera gradual?					

ITEMS	VARIABLE 2: CALIDAD DEL PRODUCTO	ESCALA VALORATIVA				
		1	2	3	4	5
D1	RENDIMIENTO					
9	¿Considera que es rentable la venta de chocolates artesanales?					
10	¿Considera que la empresa está bien posicionada en el mercado?					
D2	CARACTERISTICAS	1	2	3	4	5
11	¿La empresa muestra interés en satisfacer la necesidad de sus clientes con sus productos?					
12	¿El producto de chocolates artesanales tiene diversidad de presentación y sabores?					
D3	CONFIABILIDAD	1	2	3	4	5
13	¿La marca del producto tiene buena acogida con los clientes?					
14	¿El producto se muestra en buen estado higiénico y apariencia apetecible?					
D4	CONFORMIDAD	1	2	3	4	5
15	¿Considera que la empresa cumple con los estándares de calidad en sus productos?					
D5	DURABILIDAD	1	2	3	4	5
16	¿Los productos de la empresa Eco Exotic figura su fecha de vencimiento con claridad?					
D6	FACIBILIDAD DE SERVICIO	1	2	3	4	5
17	¿El personal brinda una buena atención a los clientes?					
18	¿La empresa fideliza a sus clientes para futuras ventas?					
D7	ESTETICA	1	2	3	4	5
19	¿Los productos de la empresa cuentan con una buena presentación de imagen?					
D8	CALIDAD PERCIBIDA	1	2	3	4	5
20	¿Los consumidores quedan satisfecho por la compra de los productos de chocolates artesanales?					
21	¿Considera recomendables los chocolates de la empresa Eco Exotic a sus familiares y amigos?					

¡MUCHAS GRACIAS!

Anexo 03: Matriz de Validación

Anexo 03: Matriz de Validación
Título: Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024

Variables	Dimensión	Indicador	Items	Opción de respuesta					Criterio de evaluación						Observación y/o recomendación			
				Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem			Relación entre ítems y la opción de respuesta		
									Si	No	Si	No	Si	No		Si	No	Si
Gestión Administrativa	Planificación	Estrategias	¿La empresa Eco Exotic cuenta con buenas estrategias de marketing y ventas?	X					X									
			¿Tiene buena ubicación para la venta de sus productos?	X					X									
Gestión Administrativa	Organización	Materia Prima	¿Considera que la empresa utiliza insumos de buena calidad en sus productos?	X					X									
			¿Considera que la empresa Eco Exotic está bien constituida para alcanzar sus objetivos de ventas?	X					X									
		Objetivos específicos	¿La empresa Eco Exotic tiene personal capacitados para el rubro de chocolates artesanales?	X						X								
			¿Considera que la empresa Eco Exotic está motivados para el crecimiento y expansión de su negocio?	X						X								
Dirección	Comunicación	Motivación	¿Considera que la empresa Eco Exotic tiene buena comunicación con sus clientes?	X					X									
			¿La empresa Eco Exotic ha mejorado sus productos de manera gradual?	X					X									
Control	Rendimiento	Rentabilidad	¿Considera que es rentable la venta de chocolates artesanales?	X					X									

Calidad del Producto	Características	Competitividad	¿Considera que la empresa está bien posicionada en el mercado?															X							
		Valor agregado	¿La empresa muestra interés en satisfacer la necesidad de sus clientes?																X						
	Confiabilidad	Diversidad de contenido	¿El producto de chocolates artesanales tiene diversidad de presentación y sabores?																X						
		Marca de producto	¿La marca del producto tiene buena acogida con los clientes?																X						
	Conformidad	Higiene	¿El producto se muestra en buen estado higiénico y apariencia apetecible?																X						
		Cumplimiento de estándares	¿Considera que la empresa cumple con los estándares de calidad en sus productos?																X						
	Facilidad de servicio	Durabilidad	Tiempo determinado de consumo	¿Los productos de la empresa Eco Exotic figura su fecha de vencimiento con claridad?															X						
		Atención al cliente	¿El personal brinda una buena atención a los clientes?																X						
	Estética	Servicio de post-venta	¿La empresa fideliza a sus clientes para futuras ventas?																X						
		Imagen de producto	¿Los productos de la empresa cuentan con una buena presentación de imagen?																X						
	Calidad percibida	Satisfacción del cliente	¿Los consumidores quedan satisfecho por la compra de los productos de chocolates artesanales?																X						
		Recomendación	¿Considera recomendable los chocolates de la empresa Eco Exotic a sus familiares y amigos?																X						

Dra. Lila Ramirez Zumaeta
DNI 05274592
Validado

Anexo 03: Matriz de Validación

Título: Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024

Variables	Dimensión	Indicador	Items	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación				
				Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre ítems y la opción de respuesta						
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No		
Gestión Administrativa	Planificación	Estrategias	¿La empresa Eco Exotic cuenta con buenas estrategias de marketing y ventas?	X					X												
			¿Tiene buena ubicación para la venta de sus productos?	X					X												
Gestión Administrativa	Organización	Materia Prima	¿Considera que la empresa utiliza insumos de buena calidad en sus productos?	X					X												
			¿Considera que la empresa Eco Exotic está bien constituida para alcanzar sus objetivos de ventas?	X					X												
			¿La empresa Eco Exotic tiene personal capacitados para el rubro de chocolates artesanales?	X					X												
Dirección	Motivación	Comunicación	¿Considera que la empresa Eco Exotic está motivados para el crecimiento y expansión de su negocio?	X					X												
			¿Considera que la empresa Eco Exotic tiene buena comunicación con sus clientes?	X					X												
Control	Rendimiento	Rentabilidad	¿La empresa Eco Exotic ha mejorado sus productos de manera gradual?	X					X												
			¿Considera que es rentable la venta de chocolates artesanales?	X					X												

Anexo 03: Matriz de Validación

Título: Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024

Variables	Dimensión	Indicador	Items	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación		
				Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre ítems y la opción de respuesta				
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		Si	No
Gestión Administrativa	Planificación	Estrategias	¿La empresa Eco Exotic cuenta con buenas estrategias de marketing y ventas?	X					X										
			¿Tiene buena ubicación para la venta de sus productos?	X					X										
	Organización	Materia Prima	¿Considera que la empresa utiliza insumos de buena calidad en sus productos?	X					X										
			Objetivos específicos	¿Considera que la empresa Eco Exotic está bien constituida para alcanzar sus objetivos de ventas?	X					X									
Dirección	Comunicación	Motivación	¿La empresa Eco Exotic tiene personal capacitados para el rubro de chocolates artesanales?	X					X										
			¿Considera que la empresa Eco Exotic está motivados para el crecimiento y expansión de su negocio?	X					X										
			¿Considera que la empresa Eco Exotic tiene buena comunicación con sus clientes?	X					X										
Rendimiento	Control	Rentabilidad	¿La empresa Eco Exotic ha mejorado sus productos de manera gradual?	X					X										
			¿Considera que es rentable la venta de chocolates artesanales?	X					X										

Calidad del Producto		artesanales?																				
Características	Competitividad	¿Considera que la empresa está bien posicionada en el mercado?	X																		X	
	Valor agregado	¿La empresa muestra interés en satisfacer la necesidad de sus clientes?	X																			X
Confiabilidad	Diversidad de contenido	¿El producto de chocolates artesanales tiene diversidad de presentación y sabores?	X																			X
	Marca de producto	¿La marca del producto tiene buena acogida con los clientes?	X																			X
Conformidad	Higiene	¿El producto se muestra en buen estado higiénico y apariencia apetecible?	X																			X
	Cumplimiento de estándares	¿Considera que la empresa cumple con los estándares de calidad en sus productos?	X																			X
Durabilidad	Tiempo determinado de consumo	¿Los productos de la empresa Eco Exotic figura su fecha de vencimiento con claridad?	X																			X
	Atención al cliente	¿El personal brinda una buena atención a los clientes?	X																			X
Facilidad de servicio	Servicio de post-venta	¿La empresa fideliza a sus clientes para futuras ventas?	X																			X
	Imagen de producto	¿Los productos de la empresa cuentan con una buena presentación de imagen?	X																			X
Calidad percibida	Satisfacción del cliente	¿Los consumidores quedan satisfechos por la compra de los productos de chocolates artesanales?	X																			X
	Recomendación	¿Considera recomendable los chocolates de la empresa Eco Exotic a sus familiares y amigos?	X																			X


 Firma del validador
 Dr. Jorge Luis Vargas Espinoza

Anexo 4: Confiabilidad del Instrumento

Variable 1: Gestión Administrativa

Estadística de fiabilidad	
Items	Alfa de Cronbach
8	0,830

Fuente: Programa Microsoft Excel

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,830 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación.

Variable 2: Calidad del producto

Estadística de fiabilidad	
Items	Alfa de Cronbach
13	0,821

Fuente: Programa Microsoft Excel

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,821 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación.



Dra. Lila Ramirez Zumaeta
 DNI 05274592
 Validado

Anexo 5: Base de Datos de Confiabilidad

Variable 1: Gestión Administrativa

N°	ITEMS 1	ITEMS 2	ITEMS 3	ITEMS 4	ITEMS 5	ITEMS 6	ITEMS 7	ITEMS 8
1	5	4	5	5	4	5	5	5
2	5	4	5	4	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	3	4	5	4	4	4	5	4
6	5	5	5	5	4	4	5	4
7	3	4	5	4	5	4	5	5
8	4	4	5	4	5	4	5	5
9	5	5	5	4	5	4	5	5
10	4	4	5	4	4	4	5	5
11	5	5	5	4	5	4	5	5
12	3	4	5	4	5	5	5	4
13	3	4	5	4	4	4	5	4
14	2	3	4	3	4	4	4	4
15	4	4	5	5	4	5	5	5
16	3	4	5	4	5	4	4	4
17	3	4	5	4	5	5	5	4
18	4	4	5	5	5	5	5	5
19	3	4	4	3	4	4	4	4
20	5	4	5	5	5	5	5	5
21	5	4	5	5	5	5	5	5

Fuente: Programa Microsoft Excel

ESCALA VALORATIVA				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Variable 2: Calidad del Producto

N°	ITEMS 1	ITEMS 2	ITEMS 3	ITEMS 4	ITEMS 5	ITEMS 6	ITEMS 7	ITEMS 8	ITEMS 9	ITEMS 10	ITEMS 11	ITEMS 12	ITEMS 13
1	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
2	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
6	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
7	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
8	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
9	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
10	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
11	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
12	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
13	3	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
14	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5
15	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
16	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
17	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
18	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
20	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
21	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5

Fuente: Programa Microsoft Excel

ESCALA VALORATIVA				
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Anexo 6: Autorización de Publicación de Tesis



UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

OGyT - REPOSITORIO INSTITUCIONAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Rosa Luz Rios Del Aguila, autor(es) de la tesis de pregrado titulada:

"Gestión Administrativa y calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024"

Sustentada el año: 2024

Con la asesoría de: Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales

En la Facultad: Ciencias Contables y Administrativas

Escuela Profesional: Administración de Negocios

Autorizo la publicación:

PARCIAL Significa que se publicará en el repositorio institucional solo la caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar si su tesis o documento presenta material patentable, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite el VRI UPP.

TOTAL Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Privada de Pucallpa (<http://repositorio.upp.edu.pe/>), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Privada de Pucallpa licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UPP, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto, me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Privada de Pucallpa y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 29/10/2024

.....
DNI: 42896753

.....
DNI:

.....
DNI:

<http://repositorio.upp.edu.pe/>
✉ repositorio@upp.edu.pe

Anexo 7: Informe de Conformidad del Asesor



INFORME N° 0018-2024-UPP-AMSR

A : Mg. Adrian Marcelo Sifuentes Rosales
Decano de la Facultad
Asunto : Conformidad del informe final de tesis
Fecha : Pucallpa, 01 de agosto de 2024.

Grato es dirigirme a usted para saludarle cordialmente y a la vez hacerle llegar a su despacho la **CONFORMIDAD** del informe final de tesis, denominado **"Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024"** pertenecientes a **Rosa Luz Rios del Aguila de la Escuela Profesional Administración de Negocios**, en calidad de **Docente asesor**.

Remito a su despacho mi **CONFORMIDAD** del informe final de tesis para continuar con los trámites correspondientes.

Es todo lo que le puedo informar por el momento a usted señor Decano

Atentamente,


Mg. Adrián Marcelo Sifuentes Rosales

Anexo 8: Informe de Conformidad del Revisor

INFORME N° 0062-2024-UPP-AHVFB-REVISOR

A : Mg. Adrián Marcelo Sifuentes Rosales
Decano de la FCCyA

Del : Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio
Revisor

Asunto : Conformidad del Informe de Tesis

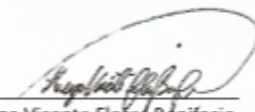
Fecha : Pucallpa, 04 de setiembre de 2024

Grato es dirigirme a usted para saludarle cordialmente y a la vez hacerle llegar a su despacho la **CONFORMIDAD** del Informe de Tesis, denominado: **“Gestión Administrativa y Calidad del Producto en la Empresa Eco Exotic E.I.R.L. en la Región Ucayali, 2024”** de la tésista Rosa Luz Ríos del Águila de la Escuela Profesional de Administración de Negocios.

Remito a su despacho mi **CONFORMIDAD** del Informe de Tesis.

Es todo lo que informo a usted señor Decano.

Atentamente,


Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio
Revisor

Anexo 9: Evidencias (imágenes y/o fotos)

