

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE  
DIOS**

**FACULTAD DE ECOTURISMO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**“GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO  
MALDONADO 2018”**

Tesis presentada por:

Bach. Vargas Garcia, Ruder.

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Asesora: Dra. Paredes Valverde, Yolanda.

Puerto Maldonado 2021

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE  
DIOS**

**FACULTAD DE ECOTURISMO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**“GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO  
MALDONADO 2018”**

Tesis presentada por:

Bach. Vargas Garcia, Ruder.

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Asesora: Dra. Paredes Valverde, Yolanda.

Puerto Maldonado 2021

## I. DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi familia por haber estado siempre apoyándome a lo largo de mi vida. A todas aquellas personas que me acompañaron y brindaron sus consejos en esta etapa de mi formación profesional y como ser humano.

## II. AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a mi asesora Doctora Paredes Valverde, Yolanda, quien me apoyo y me guio con sus conocimientos en cada etapa de este proyecto y así alcanzar los resultados que buscaba.

También quiero agradecer a la junta directiva del Mercado Modelo, por brindarme las facilidades de recursos y herramientas necesarios para llevar a cabo el proyecto de investigación.

Por ultimo agradecer a mi familia por su apoyo incondicional en todo este proceso. En especial a mis padres y hermanos, que siempre estuvieron ahí para brindarme palabras de aliento y apoyo.

### III. PRESENTACIÓN

Este trabajo de investigación que se presenta, describe la gestión administrativa en el Mercado Modelo de Puerto Maldonado – 2018. La gestión administrativa cumple un rol muy importante dentro de las instituciones públicas y privadas, puesto que de acuerdo a como se desarrolle dicha gestión encaminara a su mejor desarrollo y alcanzar objetivos y metas de la organización. Motivo por el cual el trabajo de investigación tuvo como propósito describir la gestión administrativa en el Mercado Modelo de Puerto Maldonado – 2018, con ello se quiere dar a conocer a los directivos los resultados de la investigación para que sea una herramienta de ayuda a tomar en cuenta para la mejora de toma de decisiones. Así mismo este análisis contribuirá al desarrollo del Mercado Modelo.

Se investigará aspectos básicos de la gestión administrativa en los comprendidos capítulos:

Capítulo I: Contiene la descripción del problema, formulación, objetivos, variables, operacionalización de variables, hipótesis, justificación y consideraciones éticas.

Capítulo II: Contiene el marco teórico, antecedentes, modelo teórico, definición de términos.

Capítulo III: Contiene metodología, tipo de estudio, diseño de estudio, población, métodos y técnicas, tratamiento de los datos, cronograma.

Capítulo IV: Resultados y discusión.

Finalmente, el presente trabajo de investigación realiza las conclusiones y recomendaciones de cuadros y producto de la tabulación de datos.

## IV. RESUMEN

Este estudio de investigación pretende corroborar la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo de Puerto Maldonado. Es un estudio de tipo cuantitativo no experimental descriptivo. El principal objetivo es describir la Gestión Administrativa dentro del Mercado Modelo de Puerto Maldonado. La presente investigación se realizó con un total de 625 socios adscritos dedicados a los diferentes rubros o actividades dentro del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.

El cuestionario se aplicó a 238 socios del Mercado Modelo ya estos representan la muestra. Para el presente trabajo de investigaciones realizo el procesamiento de datos utilizando el programa estadístico SPSS Y Microsoft Excel, lo que permitió obtener cuadros descriptivos de acuerdo al tipo y escala de medición de variable e indicadores

Al evaluar la gestión administrativa del Mercado Modelo se obtuvo que esta se encuentra en un nivel parcialmente adecuado, lo cual significa que los socios perciben que la junta directiva tiene dificultades, en lo que respecta a la planeación, organización, dirección y control, el 73,11% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 16,81% de los socios indican que dicha Gestión es inadecuada; finalmente el 10,08% de los socios manifiestan que la Gestión del Mercado es adecuada .

### **Palabras claves:**

Gestión administrativa, Planeación, Organización, Dirección y control.

## V. ABSTRACT Y KEYWORDS

This research work aims to define the Administrative Management in the Model Market of Puerto Maldonado. The main objective is to describe the Administrative Management within the Model Market of Puerto Maldonado. This research was carried out with a total of 625 partners involved in the different areas or activities within the Puerto Maldonado Model Market.

The questionnaire was applied to 238 members of the Market Model and these represent the sample. For the present investigation. The data analysis was performed using Microsoft Excel and the SPSS V.22 statistical program, which allowed us to obtain the descriptive tables according to the type and scale of measurement of the variable and indicators.

The administrative management of the Mercado Model was analyzed, where it was obtained that it is at a partially adequate level, which means that the partners perceive that the board of directors has difficulties, with regard to planning, organization, direction and control, the 73 , 11% of the surveyed partners of the Model Market state that Administrative Management in the Model Market is partially adequate, while 16.81% of the partners indicate that such Management is inadequate; finally 10.08% of the partners state that Market Management is adequate.

Keywords:

Administrative management, Planning, Organization, Management and Control.

## VI. INTRODUCCIÓN

Este estudio de investigación que se presenta, tiene por objetivo describir la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado, elaborando el marco teórico y conceptual, obteniendo datos de fuentes de la municipalidad como de la junta directiva del Mercado en base a la problemática que viene manejando.

Por otro lado, la realidad estudiada se basa en el trabajo de campo con el apoyo de instrumentos de recolección de datos, como el cuestionario que se aplicó, así como la entrevista y la observación, las que permitió recolectar información respecto al tema.

El cuestionario fue aplicado a los socios del Mercado Modelo por ser estos los más representativos y de mayor población comercial, las variables de la gestión empresarial se tomaron en cuenta cuatro aspectos, que incide en el tema de investigación como la planificación, organización, dirección, y control.

En este trabajo el Mercado Modelo se conceptualizo desde un aspecto empresarial, tomando como guía y orientación el proceso administrativo, el cual nos permite realizar un análisis exhaustivo más real profundizando la situación actual que atraviesa el Mercado Modelo, obteniendo con ello conocimientos previos y así hacer un mayor análisis de juicio. Al final del estudio se obtendrá un diagnostico mucho más real del desempeño de la gestión administrativa del Mercado Modelo y a la vez se podrán dar posibles soluciones de mejora a la organización.



## VII. INDICE DE CONTENIDO

I. DEDICATORIA.....	iii
II. AGRADECIMIENTO.....	iv
III. PRESENTACIÓN.....	v
IV. RESUMEN .....	vi
V. ABSTRACT Y KEYWORDS .....	vii
VI. INTRODUCCIÓN .....	viii
VII. INDICE DE CONTENIDO .....	ix
VIII. INDICE DE FIGURAS .....	xi
IX. INDICE DE TABLAS .....	xii
CAPITULO I:.....	13
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	13
1.1 Descripción del Problema .....	13
1.2 Formulación del Problema .....	15
1.3. Objetivos .....	16
1.4. Variables .....	16
1.5. Operacionalización de variables .....	17
1.6. Hipótesis .....	18
1.7. Justificación .....	19
1.8. Consideraciones éticas .....	20
CAPITULO II .....	21
MARCO TEÓRICO .....	21
2.1. Antecedentes de Estudio .....	21
2.2. Modelo Teórico .....	28
2.3. Marco Teórico.....	28
2.3.1. Gestión Administrativa.....	28
2.3.2. Dimensión Planeación.....	29
2.3.3. Dimensión Organización .....	31

2.3.4. Dimensión Dirección.....	34
2.3.5. CONTROL.....	36
2.4. Definición de términos.....	38
CAPITULO III .....	41
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	41
3.1. Tipo de Estudio .....	41
3.2. Diseño de Estudio .....	42
3.3. Población y Muestra.....	42
3.4. Métodos y Técnicas .....	43
3.5. Tratamiento de Datos .....	44
CAPÍTULO IV:.....	47
RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	47
4.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados. ....	47
CONCLUSIONES .....	78
SUGERENCIA .....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
ANEXOS .....	86
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	86
Anexo 2: Instrumento.....	88
Anexo 3: Solicitud de autorización para realización de estudio. ....	90
Anexo 4: Solicitud de validación de instrumento. ....	91
Anexo 5: Ficha de validación.....	94
Anexo 5: Consentimiento informado.....	97

## VIII. INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gestión administrativa en el Mercado Modelo.....	48
Figura 2. Planeación en el Mercado Modelo.....	50
Figura 3. Toma de decisiones.....	51
Figura 4. Políticas.....	53
Figura 5. Objetivos.....	54
Figura 6. Procedimientos.....	56
Figura 7. Organización en el Mercado Modelo.....	57
Figura 8. Estructura.....	59
Figura 9. Coordinación.....	60
Figura 10. Jerarquía.....	62
Figura 11. Funciones.....	63
Figura 12. Dirección en el Mercado Modelo.....	65
Figura 13. Comunicación.....	66
Figura 14. Influencia.....	68
Figura 15. Motivación.....	69
Figura 16. Control en el Mercado Modelo.....	71
Figura 17. Control previo.....	72
Figura 18. Control concurrente.....	74
Figura 19. Control posterior.....	75
Figura 20. Medidas correctivas.....	77

## IX. INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Baremo de la variable y dimensiones. ....	45
Tabla N° 2. Calificación de la fiabilidad del instrumento a partir de los valores del Alfa de Cronbach. ....	46
Tabla N° 3. Fiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos. ....	46
Tabla 4. Gestión administrativa en el Mercado Modelo. ....	47
Tabla 5. Planeación en el Mercado Modelo. ....	48
Tabla 6. Toma de decisiones. ....	50
Tabla 7. Políticas. ....	52
Tabla 8. Objetivos. ....	53
Tabla 9. Procedimientos. ....	55
Tabla 10. Organización en el Mercado Modelo. ....	56
Tabla 11. Estructura. ....	58
Tabla 12. Coordinación. ....	59
Tabla 13. Jerarquía. ....	61
Tabla 14. Funciones. ....	62
Tabla 15. Dirección en el Mercado Modelo. ....	64
Tabla 16. Comunicación. ....	65
Tabla 17. Influencia. ....	67
Tabla 18. Motivación. ....	68
Tabla 19. Control en el Mercado Modelo. ....	70
Tabla 20. Control previo. ....	71
Tabla 21. Control concurrente. ....	73
Tabla 22. Control posterior. ....	74
Tabla 23. Medidas correctivas. ....	76

## **CAPITULO I:**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Descripción del Problema**

La gestión administrativa es asumir y llevar a cabo responsabilidades sobre un proceso dentro de una organización, esta fue evolucionando a través de la historia de la administración buscando la forma más eficiente y eficaz de lograr metas y objetivos de una organización.

La gestión administrativa fue evolucionando de acuerdo a la revolución industrial, donde las organizaciones pequeñas se agrupaban por diferentes actividades, donde los propios agricultores o artesanos producían sus productos y los comercializaba, siendo este la organización más importante.

Adam Smith en 1776, define la conducta económica del capitalismo aseverando que el origen de la riqueza proviene del trabajo de la nación, siendo mayor en cuanto exista división del trabajo y dependiendo también del mercado existente y de los precios, según el principio de división de trabajo se logra mayor productividad al especializar a los trabajadores en una cierta labor específica.

Este principio fue adoptado por los capitalistas entre 1760-1830 en la revolución industrial, donde encontraron la clave para aumentar su riqueza con la división y especialización del trabajo fortalecieron las estructuras organizacionales de tipo jerárquico.

Al término de la segunda revolución industrial, con el surgimiento de la administración científica de Frederick Taylor e inicios del siglo XX, nacieron fundamentos que dieron lugar a las organizaciones modernas, basándose en paradigmas de la división del trabajo de Adam Smith, permaneciendo la estructura de tipo jerárquico y prevaleciente mecanicismo. Trayendo con ello la administración científica y el paradigma de la eficiencia, productividad y la aplicación de métodos de estandarización que aseguraban el éxito organizacional.

Desde su inicio el Mercado Modelo, surgió con muchos problemas, uno de ellos fue la inseguridad de los socios con la junta directiva, al no estar de acuerdo con los resultados que daba la junta directiva en momentos. Uno de varios problemas que se percibe en el Mercado Modelo es la carencia de un adecuado sistema de proceso administrativo, ya que si no se hace buen uso de gestión el Mercado Modelo no estaría bien conducido y por ende no alcanzaría sus objetivos y metas deseadas.

La empresa no tendría razón de existir si no planea, no existe una organización si no se tiene un buen sistema de control de procesos operativos dentro de la misma, según (Fernandez Arena, 1990) en su libro Políticas en Proceso Administrativo.

Este estudio de investigación tiene como fin dar un aporte al Mercado Modelo, puntualizando posibles causas que afectan a la organización y en base a ello tratar de proporcionar resultados que puedan ayudar a la mejora de sus funciones, Si no logra tener una adecuada gestión y haciendo uso eficiente de sus recursos, no lograra cumplir sus objetivos y metas planteados a futuro.

En el Mercado Modelo se percibe dificultades en la gestión administrativa, el mismo que no permite un correcto desarrollo de sus actividades. Así mismo se percibe que la PLANEACIÓN dentro del mercado no se está aplicando con eficacia y tampoco realizan esfuerzos y no siempre suelen cumplir con sus objetivos por lo que carece de buenas tomas de decisiones por parte de la junta

directiva, esto me hace observar que no están cumpliendo en su totalidad con sus diversos propósitos ni mucho menos respetan los procesos que deben seguir para ejecutar sus planes en forma directa.

Por otro lado, se percibe que el mercado Modelo tiene una ORGANIZACIÓN que esta disociada, las coordinaciones de sus actividades entre sus agremiados parecen ser ineficientes, al igual que el manejo de recursos humanos, tecnológicos que con lleva a una gestión administrativa en tanto la DIRECCION se puede ver una ausencia de liderazgo sumado a la carencia de motivación y una débil comunicación entre los directivos y socios lo que incide en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, finalmente el CONTROL, se evidencia la falta de orientación preventiva, lo que genera que los directivos y socios incurran en faltas, del mismo modo se observa la falta de un control continuo, ya que se percibe que carece de supervisión con respecto a sus planes establecidos, se puede ver que tampoco existe una buena regulación de sus actividades, no aplican medidas correctivas eficaces, siendo pertinente que se desarrolle un control preventivo para cautelar los intereses organizacionales y optimizar el uso adecuado de los recursos. Observando estas carencias nos hace realizar el siguiente planteamiento del problema.

## **1.2 Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cómo es la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo de Puerto Maldonado - 2018?

### **1.2.2. Problema Específicos**

- ¿Cómo es la planeación en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado?

- ¿Cómo es la organización en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado?
- ¿Cómo es la dirección en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado?
- ¿Cómo es el control en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado?

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivos Generales**

Describir la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo de Puerto Maldonado 2018.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Describir la Planeación en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado.
- Describir la Organización en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado.
- Describir la Dirección en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado.
- Describir el Control en la gestión administrativa del mercado Modelo de Puerto Maldonado.

### **1.4. Variables**

#### **Variable 1. Gestión Administrativa**

Las variables son pertenencias, tipologías o características del objeto de estudio, es decir explica el rumbo en el cual se desarrolla las acciones de la investigación, la investigación será descriptiva. La determinación de variables



es más factible en las investigaciones sociales por la diferencia que presenta los individuos, grupos e instituciones.

### 1.5. Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>  Según (Louffat, 2012) “Señala que la gestión como el elemento convergente e integrador de la acción administrativa por medio de la planeación, organización, dirección y control”	<b>PLANEACIÓN</b> En este proceso administrativo se planea, guía y orienta las acciones necesarias para lograr las metas que se propone una organización, mediante las mejores prácticas administrativas, logrando una realización sostenible y rentable, tomando decisiones y estableciendo políticas, objetivos y procedimiento adecuados para lograr mayor productividad en la organización. (Louffat, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Toma de decisiones.</li> <li>✓ Políticas.</li> <li>✓ Objetivos.</li> <li>✓ Procedimientos.</li> </ul>
	<b>ORGANIZACIÓN</b> Es el proceso en donde se diseña y organiza la estructura de una organización “modelo organizacional”, estableciendo jerarquías, funciones y coordinación entre los individuos que laboran en la institución de acuerdo a los planes establecidos que quieren lograrse. (Louffat, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estructura.</li> <li>✓ Coordinación.</li> <li>✓ Jerarquía.</li> <li>✓ Funciones.</li> </ul>
	<b>DIRECCIÓN</b> Es el proceso administrativo que se encarga de cuidar las relaciones del personal dentro de la organización, cuyo objetivo más importante es direccionar las actividades y asegurar que se ejecuten y	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comunicación.</li> <li>✓ Influencia interpersonal.</li> <li>✓ Motivación.</li> </ul>

<p>se lleven a la práctica todo aquello que está establecido en lo planeado anteriormente, fomentando una buena comunicación, motivación e influyendo en los demás. (Louffat, 2012)</p>	
<p><b>CONTROL</b> Se encarga de verificar el nivel de eficiencia y eficacia de resultados obtenidos de acuerdo a las metas y objetivos establecidos en un periodo determinado. El control no solo debe ser realizado al final, sino de manera frecuente a efectos de poder corregir alguna dificultad en el momento oportuno a partir de ello, aplicar un control previo, concurrente, posterior y medidas correctivas necesarias. (Louffat, 2012)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Control previo.</li> <li>✓ Control concurrente.</li> <li>✓ Control posterior.</li> <li>✓ Medidas correctivas.</li> </ul>

## 1.6. Hipótesis

Este trabajo de investigación no cuenta con hipótesis por ser un trabajo de investigación descriptivo.

(Sampieri y Baptista, 2006), “no en todas las investigaciones cuantitativas se plantea hipótesis, el que formulemos o no hipótesis dependerá del alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas en donde se formulen hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo que intentan pronosticar una cifra o un hecho”.

## 1.7. Justificación

Este estudio de investigación tiene como propósito describir la gestión administrativa en el Mercado Modelo, es decir conocer como se viene dando el proceso de planeación, organización, dirección y control en las actividades que se desarrolla en el Mercado Modelo.

La gestión administrativa es un aspecto de mucha importancia para el Mercado Modelo, este trabajara con el fin de buscar y lograr un mayor beneficio de recursos, teniendo en cuenta que por medio de estas se integran haciendo un uso eficiente y eficaz de los recursos con los cuales genera mejoría logrando un cambio positivo cuando se realizan de manera oportuna. Este es el conjunto de capacidades, aptitudes y actitudes que se adquieren con el paso del tiempo, la experiencia y la responsabilidad de capacitarse y plasmarlo en su organización logrando así sus objetivos. De esta forma también se logra optimizar el recurso vital como es el recurso humano de forma eficaz y eficiente, así logrando un desarrollo de los procesos administrativos de la junta directiva del Mercado Modelo

Este trabajo permitirá conocer con mejor detalle el que hacer de la junta directiva y brindar un aporte a la misma para lograr su mejor funcionamiento. Este trabajo tiene como finalidad dar un aporte de gran importancia al Mercado Modelo, ya que tendrá una visión actual de su desenvolvimiento administrativo con información propicia, lo cual facilitará el desarrollo de sus funciones para la mejora de su desempeño en un futuro, poniéndose metas definidas a alcanzar a corto, mediano y largo plazo, llevando los procesos necesarios para una mejora continua. Logrando utilizar en un futuro el buen manejo de proceso administrativo y de gestión.

Los resultados de este trabajo de investigación servirán para la mejora del Mercado Modelo, también valdrá de ayuda a los socios para mejorar su forma de planificación, organización y la ejecución de un buen trabajo.

## **1.8. Consideraciones éticas**

Para la realización del presente trabajo de investigación se tomaron en cuenta principios éticos tales como:

### **Confidencialidad:**

El investigador tiene la responsabilidad de garantizar que la información brindada de los participantes se tratara con cautela y hermetismo, ya que el fin de esta investigación es completamente académica.

### **Consentimiento informado:**

Se solicitó de forma sensata a la junta directiva del Mercado Modelo el consentimiento para el trabajo de campo en mención a la organización.

### **Respeto a los sujetos:**

Se respeta su privacidad de los participantes en la información que suministre, de acuerdo con reglas claras de confidencialidad en el manejo de datos; los asociados participaran de forma anónima.

### **Libre participación:**

La colaboración de los socios del Mercado en la investigación será de forma voluntaria, sin ningún tipo de exigencia por los investigadores o la junta directiva.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de Estudio

##### 2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

(Alfaro, 2017), en su trabajo de investigación: **“Impacto de la Gestión Administrativa sobre la Eficiencia de la Actividad Pesquera Artesanal – Cantón Manta - Ecuador”**. Llega a las conclusiones que “la Gestión Administrativa de los armadores influye en la eficiencia de la actividad pesquera del Cantón, lo cual se demostró al obtener los resultados de la prueba de hipótesis planteados, en cuanto a la gestión estratégica de los Armadores, existe una influencia de la gestión administrativa en la eficiencia respecto a la actividad pesquera artesanal. También existe la influencia de la gestión operativa de los armadores en la eficiencia de dicha actividad, así como la incidencia de la Gestión de Control de los armadores en la eficiencia de la actividad pesquera en el Cantón-Manabí-Ecuador. Además de ello se demostró que algunos indicadores de la Gestión Control, son desconocidos por los Armadores. (Lara Alfaro, 2017).

(Torrez Castillo, 2015), en su trabajo de investigación: **“La Gestión Administrativa y su Impacto en la mejora continua hacia la calidad en la Empresa Matagalpa Coffee Group, en el Municipio de Matagalpa, departamento de Matagalpa, 2013-2014”**, Concluyendo que el proceso

administrativo que se desarrolla en la empresa Matagalpa Coffee Group carece de planes estratégicos en el que se manifiesten estrategias de operaciones y asegurar el cumplimiento de sus objetivos y metas, así mismo la empresa carece de una cultura de planificación ya sea estratégica como táctica, ni operativo, teniendo así una gestión con nivel muy bajo. Al finalizar el estudio en esta empresa se recomienda y/o sugiere emplear un modelo de Gestión con objetivos de mejora en puntos que en la actualidad existe una debilidad pero que ello podría convertirlo en fortaleza. Así mismo hacer un análisis organizacional de su entorno y hacer una reflexión sobre su misión con el objetivo de definir un rumbo estratégico para el futuro. Realizar un análisis DAFO y desde ese punto desarrollar estrategias útiles que coadyuven a mejorar la organización, elaborando una estructura organizacional de la empresa que ayude a tener un mejor nivel de comunicación entre los empleados y coordinar esfuerzos entre áreas o departamentos, también lograr definir y establecer indicadores de mejoras continúa midiendo el desempeño de los empleados, creando manuales, funciones y procedimientos para el mejor desarrollo organizacional, trazando nuevas metas y gestionando recursos de la organización teniendo así un mejoramiento a través de indicadores establecidos y así lograr tener mejores tomas de decisiones aplicando mejoras continuas en cada uno de los procesos: planificar, ejecutar, revisar y volver a actuar. (Tórrez Castillo, 2015).

(Márquez, 2002), en su investigación desarrollada **“La Gestión Administrativa de las Empresas Agropecuarias de los municipios San Fernando y Biruaca del Estado Apure en Venezuela”**, Llega a la conclusión que el desarrollo agropecuario ha sido lento a comparación de otros sectores económicos. En Venezuela los productores apuntan más a la búsqueda de la eficiencia, con una administración eficiente y eficaz lo cual les permite alcanzar ganancias económicas, así como también alcanzar metas políticas y sociales. Además, indica que la administración concede eficiencia y eficacia a los esfuerzos humanos en el logro de metas a menores costos y gastos posibles. La administración es básica, pero sin ella es difícil realizar otras funciones

necesarias para el logro de un fin. En este trabajo se evidencia lo importante que es el administrador encargado del ejercicio de sus funciones y la gestión que realiza para obtener un mayor rendimiento en la actividad agropecuaria, ya que la administración es un proceso de vital importancia a cualquier organización y esfuerzo colectivo. La importancia que da el productor o dueño de finca a la gerencia de este es casi nula, mientras tenga un flujo de caja positivo piensa que su negocio va en buena marcha, olvidándose que una buena gerencia de buenos principios administrativo y contables conllevan a obtener mejores resultados que podrían ser mucho más superiores que los que tenga contribuyendo la economía no solo suya, sino que también al desarrollo de la localidad y de la nación. Es importante cambiar la forma de pensar del productor y así lograr que vea la finca como una unidad de producción y que esta sea conducida bajo principios administrativos, dirigidas por personas preparadas en lo que respecta a conducir una empresa y la conduzca como tal, lo cual se puede llegar a lograr haciendo conciencia entre los productores a través de capacitaciones y conferencias a asociaciones o agrupaciones de productores; el desarrollo de un sector productivo de un país como lo es en este caso el de la industria agropecuaria solo se lograra mediante la unificación de esfuerzos y recursos humanos calificados en la gestión de producción, uniendo esfuerzos de cada uno de los involucrados en este caso de cada uno de los productores. (Márquez, Enero-Junio 2002)

### **2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

(Villegas, 2019), en su trabajo de investigación, “**Gestión Administrativa en la Municipalidad Provincial de Anta, en el periodo 2019**”, En donde el objetivo principal fue: “Describir la Gestión Administrativa”, En el cual se obtuvo como resultado que la “Gestión Administrativa en la Municipalidad de Anta” es regular, observándose que la dirección es de nivel bajo siendo este dónde se tiene más aspectos de falencia y debilidades, seguidamente se ubica la dimensión control con un nivel regular en donde se encuentran debilidades en lo que respecta al

establecimiento de estándares. La dimensión planeación tiene un nivel regular y finalmente la dimensión organización también está en un nivel regular según los resultados obtenidos nos demuestra que la gestión administrativa es regular con una tendencia negativa, por ello es importante que la institución tome acciones y medidas necesarias para hacer frente a estas situaciones identificadas, pues siguiendo así la institución no marchara bien y por ende corre riesgo el correcto funcionamiento de la institución pública en mención. (Villegas, 2019)

(Gonzales, 2018), en su trabajo de investigación “**La Gestión administrativa en una empresa Industrial**”, el presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el objetivo de comparar la gestión administrativa de una empresa industrial y una empresa retail; Concluyendo de que no existen diferencias significativas en la gestión administrativa de ambas empresas, obteniéndose en este estudio que la gestión administrativa de ambas empresas fue regular, en cuanto a las dimensiones, los resultados obtenidos demuestran que los procesos administrativos disponibles fueron regulares en dichas empresas tanto en el uso de recursos como el manejo empresarial. (Gonzales, 2018)

(Obispo Chumpitaz, 2013), en su investigación “**Caracterización del control Interno en la Gestión de las Empresas Comerciales en el Perú 2013**” teniendo como resultado que el control interno permite evaluar el grado de eficiencia, eficacia y productividad en las empresas del rubro comercial con lo que se logra alcanzar en la mayoría sus objetivos y metas planteadas. Concluyendo que la presencia de un control influye significativamente en las diferentes áreas de la empresa aumentando la rentabilidad a través del uso eficiente de los recursos en las operaciones desarrolladas y dando una mayor confiabilidad de la información administrativa, contable y financiera que se emplean. Las acciones y actividades de control se constituyen para coadyuvar a que se instalen las reglas y se pongan en práctica estas para enfrentar cualquier riesgo que se pueda presentar, todo este proceso es supervisado para facilitar seguridad en los objetivos de la organización. También concluyo que la ejecución de un sistema de control influye en las áreas de la empresa. Con la existencia de un buen sistema de control de



inventario se obtendrán en el tiempo pertinente los activos circulantes, de esta forma se cubran las necesidades de los clientes. Se debe elegir al personal adecuado, capacitado para desempeñar sus cargos, lo cual permitirá tener un reporte de forma oportuna las operaciones para tener una mejor gestión, control y conducción de los recursos de la organización. La empresa debería de ejecutar procedimientos de control interno que ayuden a tomar buenas decisiones independientes del rubro que pertenezca. Por otra parte, el control interno se caracteriza por ser un instrumento que ayuda a la gestión a identificar y corregir todos los errores que se identifiquen en los diferentes procedimientos de la empresa, en ese sentido las organizaciones que ejecuten el control interno pueden lograr tener incrementos en la productividad cerca de un 80%. Realizar un control interno en las áreas de una organización ayuda a alcanzar sus objetivos en casi un 100%, pero requiriendo el apoyo indispensable de la alta jefatura de la organización para así llevarse a cabo; ya que todas las actividades se interrelacionan sistemáticamente y brindan información valiosa a los interesados. El personal debe de ser competente bien capacitado para que cumplan con un excelente desempeño sus funciones, para lo cual debe de haber una buena organización administrativa en donde se diseñen manual de procedimientos y funciones para el personal de las diferentes áreas; en empresas que no se ejecuten control interno se debería de reestructurar esa política y hacer que se apliquen controles internos y de esta forma mejorar la gestión de la organización. (Obispo Chumpitaz, 2013).

(Makon, 2000), en la investigación **“El Modelo de Gestión por Resultados en los Organismos de la Administración Pública Nacional”**, Concluye que durante los últimos años el país sufrió un creciente proceso de deterioro de las cuentas públicas, en donde el déficit fiscal y el aumento del endeudamiento tuvo un gran impacto en el sector público. Por ende, esta coyuntura trajo consigo un aumento en la tasa de riesgo país con dificultades al acceso hacia el mercado voluntario de crédito. Dichas situaciones tuvieron un impacto de forma directa en las expectativas que estimula nuestro país para las inversiones de riesgo, los

cuales son genuinos e importantes para el crecimiento de una economía de mercado. Constando de dos grandiosos propósitos: el compromiso de alcanzar para el 2003 el equilibrio de las cuentas públicas, en otras palabras, llegar a la eliminación del déficit fiscal como principal eje del incremento del endeudamiento externo. Por otra parte, el compromiso de la entidad de perfeccionar sus estándares de calidad y así aumentar su productividad y por otro el compromiso de la administración de compatibilizar el uso de recursos a los efectos de viabilizar el uso más creativo y eficiente del mismo. La Gestión por resultados, es un dispositivo de fortalecimiento a las capacidades de planificación y optimización de procesos importantes de las instituciones y organizaciones. (Makón, 2000)

### **2.1.2. ANTECEDENTES REGIONALES**

(Choque, Jesica & Wayna, Estefanía, 2018), en la investigación “**Análisis de la Gestión Administrativa de la empresa ecoturística Inkaterra - Reserva Amazónica**”. De la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, llega a las siguientes conclusiones: la Reserva Amazónica tiene un buen desempeño de su organización, así como de su entorno organizacional con un buen clima laboral, una excelente planificación estratégica y estructura organizacional, lo cual le permite brindar servicios de calidad a sus clientes, este a la vez genera ventajas de desarrollo de capacidades de sus trabajadores tanto en lo personal como profesional, la empresa también cuenta con una adecuada capacidad, acciones y estrategias para tomar decisiones, logrando así una significativa ventaja competitiva en el mercado local.

Una vez analizado la estructura de la empresa Inkaterra Reserva Amazónica, podemos afirmar que la delegación de funciones se hace de una manera oportuna eficiente y eficaz, por que hace que la organización sea más eficiente ya que con sus diferentes áreas y subdivisiones de departamentos, se enfocan en necesidades particulares, ateniendo estas de una manera rápida y oportuna

creando así confianza y fortaleciendo la organización, permitiéndole brindar un servicio idóneo y con excelencia. (Choque, 2018)

(Delia Esther Nina Machahuay, 2017), en su investigación **“La Gestión Administrativa en el Gobierno Regional de Madre de Dios”**. De la Universidad Andina del Cusco, concluye que la gestión administrativa en el Gobierno Regional es regular, lo cual quiere decir que los trabajadores de dicha institución pública tienen dificultades en lo que respecta la gestión administrativa, en los procesos de: planificación, organización, dirección y control. (Delia, 2017)

(Melissa Alexis, García Madera, 2017), en su investigación **“La Gestión Administrativa y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Madre de Dios”**, De la Universidad Andina del Cusco, llega a la conclusión que tanto la gestión administrativa como la satisfacción laboral están en un nivel aceptable, los trabajadores y colaboradores creen que se realizan los procesos de planificación, organización, dirección y control, lo cual hace que los colaboradores cumplan con sus funciones, pero a la vez tienen en mente que efectuándose una guía de trabajo en los procedimientos administrativos y/o manuales de funciones e instrucciones y en las cuales debe incluirse las tareas, actividades y determinar responsabilidades de los funcionarios, con el fin de lograr todas las metas y objetivos de la organización de mejor forma. En cuanto a la satisfacción laboral de los colaboradores se sienten motivados en su entorno laboral porque tienen un buen ambiente que les permite desarrollar sus funciones, pero consideran que deberían de llevarse a cabo capacitaciones en cuanto a los ascensos y pasantías, también deberían de mejorar la remuneración de los trabajadores así hacerles sentir identificados con la organización. (Madera, 2017)

## **2.2. Modelo Teórico**

La presente investigación no requiere de modelo teórico por ser de una sola variable.

## **2.3. Marco Teórico**

### **2.3.1. Gestión Administrativa**

Las organizaciones en la actualidad realizan procesos de forma unificada y no aisladas, sus procesos se encuentran interrelacionados. Hoy en día las investigaciones referentes a la gestión administrativa han venido sufriendo muchos cambios fortaleciendo su forma básica; como es definir soluciones y mejoras para cumplir metas establecidas y objetivos propuestos.

La gestión administrativa tiene mucha relevancia en la administración pública, debido a que en el ejercicio de la misma los funcionarios están sujetas y reguladas a disposiciones legales, por lo que están obligados a establecer mecanismos que le permitan alcanzar objetivos y estar en el marco legal que deben cumplir.

Definiciones de gestión administrativa según diferentes autores.

Según (Louffat, 2012) “señala que la gestión como el elemento convergente e integrador de la acción administrativa por medio de la planeación, organización, dirección y control”

(Corvo, 2019), manifiesta que la gestión administrativa es “el conjunto de formas, acciones y mecanismos mediante las cuales se facilitan el uso de los recursos humanos, materiales y financieros de una organización con el fin de alcanzar objetivos, a través del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, y controlar”.

(Arzola, 2002), indica que la gestión administrativa “consiste en hacer todas aquellas acciones que se necesitan para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera de tratar de alcanzar metas y objetivos, mediante el desempeño de acciones esenciales como la planeación, organización, dirección y control”. (pág. 70). (Arzola, 2002)

(Münch, L, 2011), La gestión viene a ser “un conjunto de actividades, acciones que se despliegan dentro de una institución u organización con un determinado fin. Además, es esencial en una organización porque dependerá de un buen manejo para lograr alcanzar sus objetivos de la organización”. (pág. 32)

(Espinoza, J, 2013), define a la gestión “Como un conjunto de normas, procesos y métodos prácticos que apoyan a que la administración de la organización cumpla metas y objetivos establecidos. Dependiendo del liderazgo del que este administrando la organización para que tenga óptimos o negativos resultados”. (Espinoza, 2013)

(Idalberto Chiavenato, 2013), define a la gestión administrativa como; “el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales”. (Chiavenato I. , 2013)

(Clushkov & Valencia, 2016), define a la gestión administrativa como; “un dispositivo que organiza y realiza la transformación ordenada de la **Información**, recibe esta del objeto de **Dirección**, la procesa y la transmite bajo la forma necesaria para la **Gestión**, realizando este **Proceso** continuamente”. (Clushkov & Valencia, 2016)

### 2.3.2. Dimensión Planeación

(Louffat, 2012), define a la planeación como el primer componente del proceso administrativo el cual establece las bases de la administración de una

organización; es el componente que guía, orienta el camino que se plantea a alcanzar la institución, haciendo que esta diagnostique y determine las mejores opciones administrativas alcanzando así una realización sostenible y rentable. tomando decisiones, estableciendo políticas, objetivos y procedimiento adecuados para lograr mayor productividad en la organización. (Louffat, 2012)

(Marcó, Loguzzo, & Fedi, 2016), “En esta etapa se asentarán las bases de la gestión administrativa de la organización”.

Es a partir de esta donde inicia la gestión administrativa, en donde se constituyen los elementos y criterios sobre el cual se asientan las demás. También esta etapa se determina las bases que servirán de guía para las demás acciones y actividades que se desarrollaran teniendo en claro los objetivos a los cuales se quieren llegar y los lineamientos para lograr este.

(Cano Plata, 2017), “la planeación es la manera en la cual los responsables de la organización trazan el rumbo de la misma y la orientan al cumplimiento de misión y consecución de su visión”. (pág. 30)

(Chiavenato, 2013), “Lo cual refuerza que esta etapa es primordial para el desarrollo de las etapas sobrevivientes”. (pág.148). (Chiavenato I. , "Introduccion a la teoria general de la administracion", 2013)

Asimismo, esta etapa radica en tomar decisiones con anticipación sobre las acciones que deben de realizarse antes de llevar a cabo la realización de una acción, desde un punto sensato planear consiste en simular un futuro deseado y constituir previamente el curso de acciones necesarias y medios idóneos para lograr alcanzar los objetivos trazados.

(Chiavenato, 2000), define a la planeación como: “la función administrativa que determina anticipadamente cuáles son los objetivos que deben alcanzarse. La

considera como la primera función administrativa, pues ella es la base para que se den las demás”. (Chiavenato I. , Planificación estrategia, 2000)

**Planeación** es el elemento administrativo en el que se trazan objetivos de la organización, estableciendo estrategias para alcanzarlos y el desarrollo de planes para coordinar e integrar acciones en la actividad laboral. Donde se plantea alcanzar un fin mediante los medios necesarios para lograrlo. (Pág. 220)

(Torres, 2014), la planeación es el proceso donde se toman decisiones para tener los lineamientos fundamentales, donde se priorizan las asignaciones de los recursos teniendo en cuenta las estrategias de acción y los medios e instrumentos necesarios que se utilizaran para lograr alcanzar los resultados esperados. (pág. 101) (Torréz, 2014)

### **2.3.3. Dimensión Organización**

(Louffat, 2012) “Es el proceso en donde se diseña y organiza la estructura de una organización “modelo organizacional”, estableciendo jerarquías, funciones y coordinación entre los individuos que laboran en la institución de acuerdo a los planes establecidos que quieren lograrse”.

(Chiavenato, 2013) “La organización vista como función administrativa, es el acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos involucrados en la ejecución de actividades dentro de la organización, estableciendo también las relaciones entre ellos” (pág. 72).

(Cano Plata, 2017) La organización: “constituye la etapa que se refiere a la estructuración de la organización y a todas las actividades y tareas, que, de acuerdo con los planes preestablecidos, deban ejecutarse” (pág. 53)

(Robbins & Coulter, 2010, págs. 185-190), “algunos aspectos importantes dentro de esta etapa”:

➤ **Especialización del trabajo:** “Consiste en la división de las actividades que se desarrollan por parte de los integrantes de la organización en tareas separadas, especializando a cada trabajador en hacer una parte de cada actividad” (Robbins & Coulter, 2010).

➤ **Departamentalización:** “es el modo cómo se agrupan los puestos, ya sea según las funciones, ubicación, etc. Depende de cada organización la forma de departamentalizar sus puestos, de acuerdo a su realidad y necesidades. Se encuentra establecida por medio del organigrama organizacional” (Robbins & Coulter, 2010).

➤ **Cadena de mando:** “representa la línea de autoridad que abarca la totalidad de la organización, establece las áreas que informan o reportan a otras. Establece para los trabajadores la autoridad bajo la cual desempeñan labores” (Robbins & Coulter, 2010).

➤ **Tramo de control:** “referencia la cantidad máxima de trabajadores a los cuales puede tener bajo su mando un responsable de unidad o dependencia, asegurando que esta se desarrolle de forma adecuada, eficiente y eficaz” (Robbins & Coulter, 2010).

➤ **Centralización y descentralización:** “se refiere al grado en el que se toman las decisiones, la centralización implica que la toma de decisiones se da en los niveles superiores de la entidad, la descentralización incluye a los niveles inferiores en este proceso” (Robbins & Coulter, 2010).



➤ **Formalización:** “esta se refiere a tener en cuenta los documentos de gestión, como el MOF y ROF, clasificador de puestos y perfil, manuales de perfiles de puesto (MPP), cuadro de puestos entre otros” (Robbins & Coulter, 2010)

(Torrent, 2014), “el término **organización** como la función administrativa que tiene que ver con disponer y estructurar el trabajo para lograr los objetivos organizacionales”.

(Torrent, 2014), “Cuando los gerentes crean o modifican la estructura, están poniendo en práctica el diseño organizacional, un proceso que involucra decisiones relativas a seis elementos: especialización laboral, departamentalización, cadena de mando, alcance del control, centralización y descentralización, y formalización”. (Pag.332) (Torrent, 2014)

Organización: “es el esquema de la estructura, proceso, funciones, responsabilidades, técnicas que ayudan a facilitar el trabajo a fin de obtener una mayor maximización de los recursos financieros, materiales y humanos, para lograr el fin que persigue la organización”. (Torrent, 2014)

Algunas actividades de mucha importancia para una organización:

- “Elaborar el organigrama de la empresa subdividiendo el trabajo en unidades operativas (departamentos)” (Torrent, 2014)
- “Agrupar las obligaciones operativas en puestos y determinar sus requisitos”. (Torrent, 2014)
- “Seleccionar y colocar a los individuos en el puesto adecuado”. (Torrent, 2014)
- “Elaboración de manuales”. (Torrent, 2014, Pág. 58)

### 2.3.4. Dimensión Dirección

(Louffat, 2012), Es el proceso administrativo que se encarga de cuidar las relaciones del personal dentro de la organización, cuyo objetivo más importante es direccionar las actividades y asegurar que se ejecuten y se lleven a la práctica todo aquello que está establecido en lo planeado anteriormente, fomentando una buena comunicación, motivación e influyendo en los demás.

(Chiavenato, 2013), “Como tercera etapa de la gestión administrativa, surge la dirección, la cual está relacionada con la acción, puesta en marcha, tiene mucho que ver con las personas. Está directamente relacionada con la disposición de los recursos humanos de la empresa” (pág. 149)

Es decir que es el acompañamiento que se da al desarrollo de los planes y organizaciones previas, la dirección se puede dar en niveles de dirección global “la organización”, departamental “incluye a todos los departamentos” y la dirección operacional que engloba al personal de acuerdo al organigrama.

(Cano Plata, 2017), “es precisamente la función de la dirección la que orienta, conduce la ejecución de los planes y programas que conducen al cumplimiento de la misión organizacional” (pág. 74)

Según Chiavenato la dirección consta de 3 factores:

**-Motivación:** “se considera que es un término general que se aplica a todo tipo de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares” (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012).

“Es decir que los altos mandos al motivar al personal, tratan de orientar esos impulsos o deseos para que de esta manera logren los objetivos de la organización y como también objetivos personales”. (Koontz W. , 2012)

**-Liderazgo:** “es un término que ha venido tomando una importancia sustancial en las organizaciones, algunos autores sostienen que: es el proceso de influenciar y dirigir la conducta de las personas en dirección al alcance de objetivos” (Chiavenato, 2013).

Hoy en día el ser líder va más allá de influir en los demás miembros de su organización, un líder enseña con el ejemplo, transmitiendo así su compromiso con el logro de los objetivos y metas que desea alcanzar la organización.

**-Comunicación:** Es un factor importante de dirección, este se define como la interacción social, a través de este se transmite información de una persona a otra, buscando intercambiar ideas, conocimiento y emociones, con el fin de promover cambios positivos en la manera de pensar y actuar de las personas. (Plata, 2017)

**Dirección:** Es la realización de acciones y actividades que se ejecutan en la planeación y organización, llevando y orientando los recursos a través de una buena comunicación, estimulación y toma de decisiones. Dirección es controlar y guiar las operaciones por un medio adecuado supervisando el esfuerzo de las personas, con el propósito de lograr altos niveles de productividad. (Córdova, 2012)

Algunas actividades significativas de dirección:

- “Conducir o retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo”.
- “Motivar a los miembros”.
- “Comunicar con efectividad”.
- “Desarrollar a los miembros para que realicen todo su potencial
- Comunicar con efectividad”.

- “Recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho”.
- “Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo”.
- “Poner en práctica la filosofía de participación por todos los afectados por la decisión o acto”. (Córdova, 2012)

(Chiavenato, 2013), define a la dirección como; “conducir a la empresa teniendo en cuenta los fines y buscando obtener las mayores ventajas posibles de todos los recursos de que disponga. Su objetivo es alcanzar al máximo rendimiento de todos los empleados”. (Chiavenato I. , "Introduccion a la teoria general de la administracion", 2013)

### **2.3.5. CONTROL**

(Louffat, 2012), Se encarga de verificar el nivel de eficiencia y eficacia de resultados obtenidos de acuerdo a las metas y objetivos establecidos en un periodo determinado. El control no solo debe ser realizado al final, sino de manera frecuente a efectos de poder corregir alguna dificultad en el momento oportuno a partir de ello, aplicar un control previo, concurrente, posterior y medidas correctivas necesarias.

(Cano Plata, 2017), el control viene a ser la cuarta etapa del proceso o gestión administrativa, como función administrativa, mediante este proceso se garantiza que se cumplan los propósitos y políticas de una organización y que los recursos materiales, humanos y financieros estén siendo administrados eficaz y eficientemente. (pág. 104).

En otros términos, en el proceso de control se supervisa que el desarrollo de las actividades de la entidad se esté llevando de acuerdo a los planes establecidos que se tienen programados y así cumplirlos haciendo un uso eficaz y eficiente de los recursos. El objetivo del control es buscar la eficiencia y eficacia

en la operación y administración, consiguiendo así menores errores o desviaciones en el cumplimiento de los objetivos establecidos y si en caso se encontrara errores proponer acciones correctivas o preventivas

(Chiavenato, 2013), “El control, tiene la finalidad de verificar que los resultados de aquello que fue planeado, organizado y dirigido se ajusten a los objetivos establecidos”. (pág. 150).

Según Chiavenato el proceso de control cuenta con cuatro etapas:

- **“Establecimiento de estándares o criterios:** Representan el desempeño deseado y esperado, corresponden a disposiciones que proporciona medios para establecer cuáles son las acciones a realizar y cuál es el resultado que se aceptará de los mismos”. (Chiavenato, 2013)
- **“Observación del desempeño:** Se busca obtener información acerca de las operaciones que viene desarrollando, para así obtener información, la que a su vez fundamenta el proceso de control”. (Chiavenato, 2013)
- **“Comparación del desempeño:** Las actividades desarrolladas son susceptibles de variaciones y errores, por este motivo, realizar la comparación de lo conseguido con lo establecido permite identificar en donde existen variaciones por encima de los límites estándar definidos, y así corregirlos”. (Chiavenato, 2013)
- **Acción correctiva:** “Una vez realizada la comparación con los estándares y analizada la información obtenida, se podrán identificar las variaciones, errores o desviación que ameriten la adopción de medidas correctivas, a fin de que lo realizado se ciña a lo que estableció”. (Chiavenato, 2013)

(Cordova, 2012), “Control: En esta etapa se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos, con el objeto de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones”. (pág. 51)

Las actividades más importantes del control son las siguientes:

- “Comparar los resultados con los planes en general”.
- “Avaluar los resultados contra los estándares de desempeño”.
- “Idear los medios efectivos para medir las operaciones”.
- “Comunicar cuales son los medios de medición”.
- “Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y variaciones”.
- “Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias”.
- “Informar a los miembros responsables de las interpretaciones”.
- “Ajustar el control de acuerdo a los resultados”. (Cordova, 2012)

#### **2.4. Definición de términos**

**Toma de decisiones:** Es el acto que desarrollan los individuos para dar posibles soluciones a problemas y aprovechar oportunidades dentro de una organización, también se analizan los medios para determinar alternativas de solución, así determinar la mejor opción de solución.

**Políticas:** Dentro de una entidad las políticas vienen a ser patrones o criterios que se tienen como base para lograr la consecución de objetivos.

**Objetivos:** Es establecer una meta o un propósito que se desea alcanzar en un futuro, para una entidad los objetivos son situaciones que se pretenden alcanzar buscando un mejor desarrollo de la misma.

**Procedimientos:** Son los mecanismos que se ejecutan para alcanzar ciertas actividades futuras, son guías para las acciones necesarias para lograr un fin y establecer las reglas bajo las cuales debe de cumplirse ciertas actividades.

**La estructura organizacional:** Es el diseño de la estructura de una empresa para organizarla, con el objetivo de que pueda cumplir de una mejor manera sus metas y objetivos planteados.

**Coordinación:** Son las acciones y medios a través de la cual se buscan integrar actividades entre áreas de una organización para lograr metas de la misma con eficacia.

**Jerarquía:** Es la estructura organizacional que establece los puestos entre los trabajadores según nivel de cargos y subordinaciones entre personas, dando origen a criterios de superioridad, inferioridad y antigüedad.

**Funciones:** Son las actividades que tienen como tarea las personas dentro de una organización según el cargo que ocupan y las capacidades y facultades que poseen a fin de lograr un objetivo.

**Comunicación:** Es el medio mediante el cual se intercambia información entre dos individuos con un mismo lenguaje.

**Influencia interpersonal:** Es la capacidad de controlar o influir en la forma de pensar y actuar de otra persona.

**Motivación:** Es la acción que impulsa a las personas y le permita perseguir, luchar por sus sueños o lograr un fin determinado, es más esta dependerá de la situación que atraviesa o le rodea a la persona.

**Control previo:** Son las acciones que se realizan antes que se ejecuten las operaciones de las actividades, para asegurar y verificar el correcto funcionamiento y que las actividades programadas sean ejecutas de una forma correcta.

**Control concurrente:** Estas acciones se realizan en el periodo operacional, mediante la cual se supervisa y direcciona la sincronización de las actividades que se están desarrollando y así lograr que las acciones sean llevadas a cabo según las condiciones establecidas.

**Control posterior:** Son las acciones que se realizan en base a la información de los resultados obtenidos para dar soluciones y corregir los posibles problemas y errores encontrados.

**Medidas correctivas:** Son las medidas que se establecen para darán solución a aquellas desviaciones, errores o fallas que se encuentren en alguna actividad, dándoles una solución y eliminado posibles causas potenciales de un problema.



## CAPITULO III

### METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo de Estudio

El tipo de estudio a realizarse durante el desarrollo de la investigación es descriptivo a fin de determinar el enfoque cuantitativo del Estudio tal como es observando la variable y permitirnos recoger los datos, describir las características del problema, dimensiones, objeto de estudio e identificando el grupo o población de estudio que maneja la Gestión Administrativa del Mercado Modelo así como su frecuencia y su peculiaridad, identificada, estimada su frecuencia, tendencia de gestión y la de responder a los objetivos.

**Sampieri, Fernández y Baptista** (2006), “Menciona que, en la investigación cuantitativa, existen cuatro tipos de investigación: investigación exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa”.

**Según Sampieri**, (2006), “En la investigación descriptiva, se busca explicar las propiedades, características de personas, grupos, comunidades u otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren”.

### **3.2. Diseño de Estudio**

El diseño de este estudio es transversal, debido a que los datos obtenidos serán tomados solo una vez en un determinado periodo de tiempo muy corto, con el fin de obtener información necesaria para responder a los objetivos planteados y así demostrar la gestión administrativa. Por otro lado, sirve de control de las variables y evita la interferencia de variables extrañas, finalmente este trabajo es de un diseño no experimental.

(Sampieri, Fernández y Baptista, 2006), “definen al diseño como al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza su diseño para analizar la certeza de la hipótesis formulada en un contexto en particular o para aportar evidencia respecto a los lineamientos de la investigación (si no se tiene hipótesis)”.

### **3.3. Población y Muestra**

#### **3.3.1. POBLACIÓN**

La población está constituida por todos los socios del mercado modelo vinculados directamente al sector comercio así lo determina el consejo de la junta directivo que son seiscientos (625) socios que están legalmente constituidos ya que están inscriptos en la SUNAT.

El universo de la población a la cual se va analizar los datos obtenidos del sector comercio según el Consejo de la Junta Directiva son ellos los que tienen mayor demanda y quienes participan directamente en la actividad comercial dentro del mercado modelo, además este sector dinamiza la economía.

### 3.3.2. MUESTRA

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

**Donde:**

**n** = Tamaño de la muestra.

**N** = Tamaño de la población.

**Z $\alpha$**  = Nivel de confianza, 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

**p** = Probabilidad de éxito (en este caso 5% = 0.05)

**q** = Probabilidad de fracaso (en este caso 1-0.05 = 0.95)

**d** = Margen de error (en su investigación use un 5%).

Al aplicar la formula se tiene:

$$\mathbf{n = 238}$$

Nivel deseado de confianza = 95%

Error máximo aceptable = 5%

### 3.4. Métodos y Técnicas

El método utilizado para recolectar datos fue el analítico y deductivo con el fin de alcanzar datos y responder al problema planteado y los objetivos de la investigación.

En esta investigación se manejó algunas técnicas como herramientas estratégicas, logrando facilitar la realización del estudio; las técnicas usadas fueron la recolección de información a través de “encuestas y entrevistas”, la encuesta recolecta datos que establece el contacto con los encuestados de acuerdo al cuestionario elaborado previa encuesta

realizada en el Mercado Modelo, así como la entrevista realizada previa interrelaciones o diálogos entre los socios y el encuestador o entrevistador simultáneamente.

### **Instrumentos**

En esta investigación se utilizó la encuesta o cuestionario como instrumento, el cual contiene diferentes preguntas teniendo en cuenta los indicadores de cada uno de los procesos de gestión que debe responder el socio del Mercado Modelo, la encuesta sirvió como instrumento para obtener información lo más verídica posible.

### **3.5. Tratamiento de Datos**

El procesamiento de datos de la investigación se organizó y resumió con el fin de buscar e identificar la información útil de la gran cantidad de datos. Esta información se procesa y produce la información elaborada a fin de contestar las preguntas del cuestionario. Finalmente se utilizó la hoja de cálculo como Excel y el programa SPSS, los cuales permitieron obtener los cuadros descriptivos de acuerdo al tipo y escala de medición de variable.

### **Baremos.**

Para adquirir la información se utilizó el cuestionario como instrumento, el cual fue el medio de recolección de datos, el cuestionario contiene un conjunto de preguntas elaboradas para obtener la información de datos necesarios para lograr alcanzar los objetivos de la investigación, los cuales serán interpretados de acuerdo a los resultados obtenidos. A continuación, se muestra:

**Tabla N° 1 Baremo de la variable y dimensiones.**

	Categoría	Puntuación	
Variable gestión Administrativa	Muy adecuado	127	150
	Adecuado	103	126
	Parcialmente adecuado	79	102
	Inadecuado	55	78
	Muy inadecuado	30	54
Dimensión Planificación	Muy adecuada	39	45
	Adecuada	32	38
	Parcialmente adecuada	25	31
	Inadecuada	17	24
	Muy inadecuada	9	16
Dimensión Organización	Muy adecuada	31	35
	Adecuada	25	30
	Parcialmente adecuada	19	24
	Inadecuada	13	18
	Muy inadecuada	7	12
Dimensión Dirección	Muy adecuada	26	30
	Adecuada	21	25
	Parcialmente adecuada	16	20
	Inadecuada	11	15
	Muy inadecuada	6	10
Dimensión Control	Muy adecuado	35	40
	Adecuado	29	34
	Parcialmente adecuado	22	28
	Inadecuado	15	21
	Muy inadecuado	8	14

Fuente: elaboración propia.

**Tabla N° 2. Calificación de la fiabilidad del instrumento a partir de los valores del Alfa de Cronbach.**

<b>Puntuación del Alfa de Conbrach</b>	<b>Calificación</b>
Mayores a 0.9	Excelente
Mayor de 0.8 hasta 0.9	Bueno
Mayores de 0.7 hasta 0.8	Aceptable
Mayor de 0.6 hasta 0.7	Cuestionable
Mayor de 0.5 hasta 0.6	Pobre

Fuente: (Frías, 2014).

En la tabla N°2. Se presenta la puntuación de la calificación de la fiabilidad del instrumento a partir de los valores que se establecen con el Alfa de Conbrach.

**Tabla N° 3. Fiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos.**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados</b>	<b>N° de elementos</b>
0,892	0,898	30

Fuente: elaboración propia.

En la tabla N° 3 se observa que el valor Alfa de Conbrach es de 0,898, lo cual indica que la fiabilidad del instrumento es buena.

## CAPÍTULO IV:

### RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.

##### 4.1.1. Resultados descriptivos de la variable Gestión Administrativa.

Tabla 4. Gestión administrativa en el Mercado Modelo.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuado	40	16,8
	Parcialmente adecuado	174	73,1
	Adecuado	24	10,1
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

#### **Interpretación**

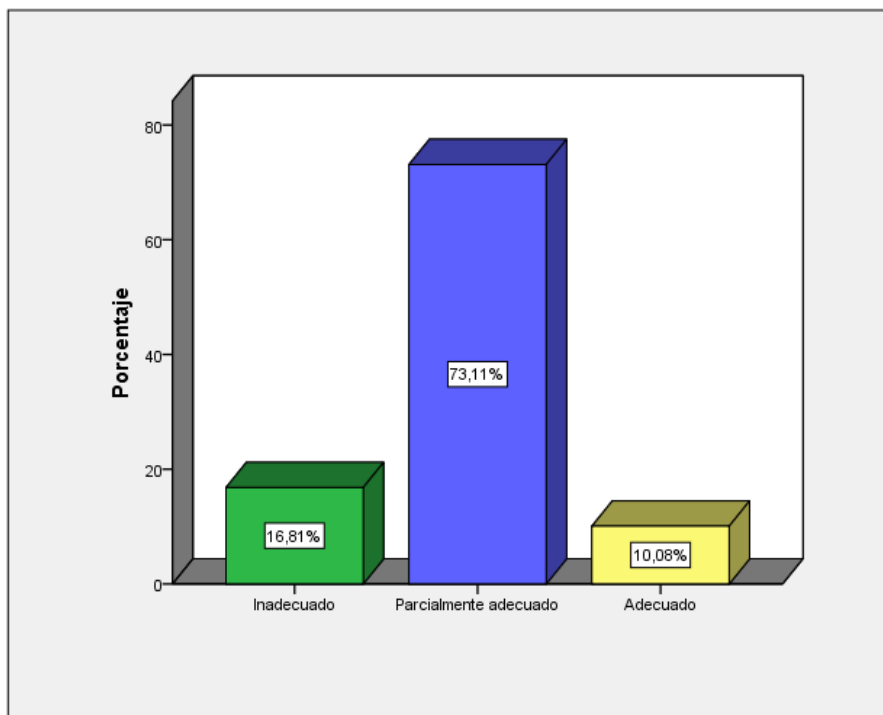
Según la tabla 4, 174 socios encuestados del Mercado Modelo indican que la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que 40 socios, indican que dicha Gestión es inadecuada; finalmente 24 socios manifiestan que la Gestión del Mercado es adecuada.

#### **Análisis**

De acuerdo a la figura 1, el 73,11% de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 16,81% de los socios indican que dicha Gestión es inadecuada; finalmente el 10,08% de los socios manifiestan que la

Gestión del Mercado es adecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que no existe mucho interés e iniciativa de mejorar las dificultades que se presentan ya que la mayoría de los encuestados manifiestan que la gestión administrativa del Mercado modelo es parcialmente adecuada.

Figura 1. Gestión administrativa en el Mercado Modelo.



*Fuente: Elaboración propia.*

#### 4.1.2. Resultados descriptivos de la dimensión Planeación.

Tabla 5. Planificación en el Mercado Modelo.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Inadecuada	8	3,4
Válido Parcialmente adecuada	190	79,8
Válido Adecuada	40	16,8
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.



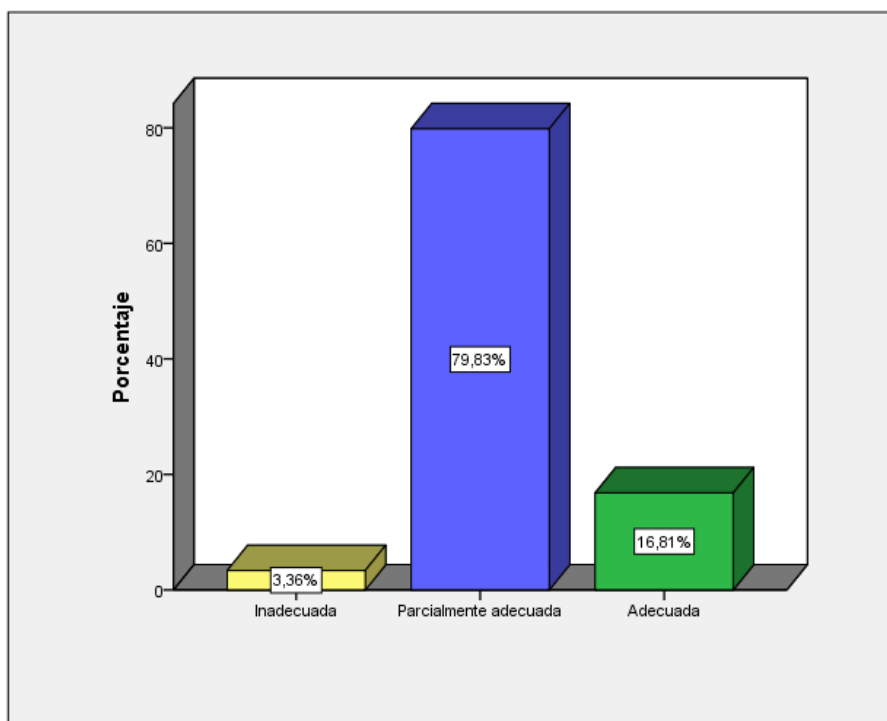
**Interpretación**

Según la tabla 5, 190 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la planeación que en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que 40 socios encuestados indican que dicha planeación es adecuada; finalmente 8 socios manifiestan que la planeación de la junta directiva es inadecuada.

**Análisis**

De acuerdo a la figura 2, el 79,8% de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que la planeación que realiza la junta directiva es parcialmente adecuada, lo cual se tendría que mejorar para así poder lograr objetivos planteados, el 16,8% de los socios indican que dicha planeación es adecuada, finalmente el 3,4% manifiestan que la planeación de la junta directiva es inadecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que se percibe que la planeación no es muy adecuada ni muy inadecuada, lo cual significa que está en un nivel medio, es decir existe limitaciones en cuanto al conocimiento y aplicación de toma de decisiones, políticas, objetivos y procedimientos.

Figura 2. Planeación en el Mercado Modelo.



*Fuente: Elaboración propia.*

### Resultados descriptivos del indicador Toma de decisiones.

Tabla 6. Toma de decisiones.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Inadecuada	7	2,9
Válido Parcialmente adecuada	183	76,9
Válido Adecuada	48	20,2
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

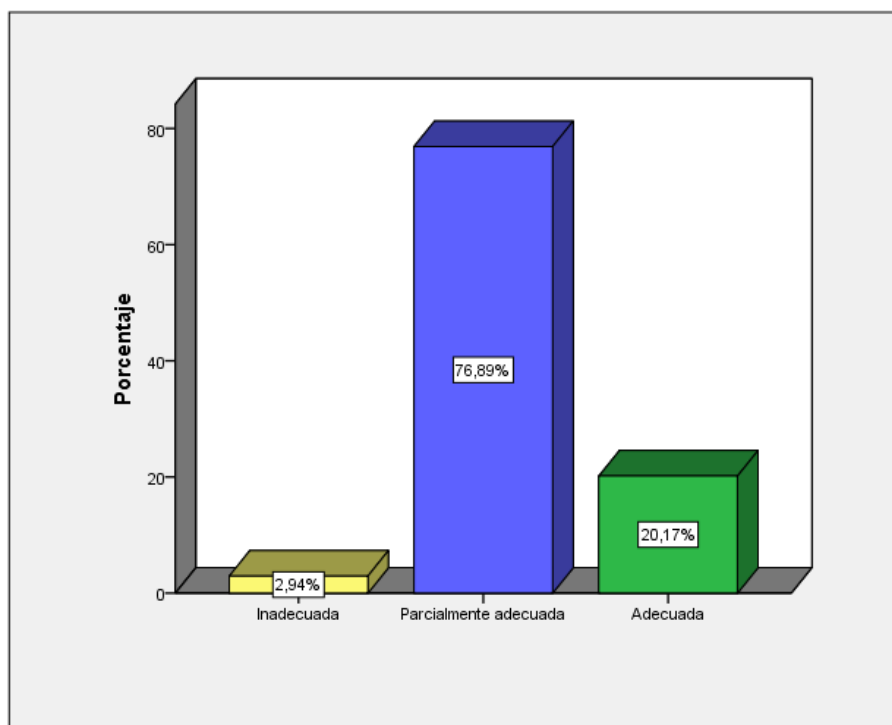
### Interpretación

Según la tabla 6, 183 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la toma de decisiones en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que 48 socios encuestados indican que la toma de decisiones es adecuada; finalmente 8 socios manifiestan que es inadecuada.

## Análisis

De acuerdo a la figura 3, el 76,89% de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que la toma de decisiones que realiza la junta directiva es parcialmente adecuada, el 20,17 % de los socios indican que la toma de decisiones es adecuada, finalmente el 2,94% manifiestan que es inadecuada. De los resultados obtenidos los socios perciben que la toma de decisiones por parte de la junta directiva no son las pertinentes, ya que no toman en cuenta principios éticos y no toman mucho en consideración la participación de los socios.

Figura 3. Toma de decisiones.



*Fuente: Elaboración propia.*

## Resultados descriptivos del indicador políticas.

Tabla 7. Políticas.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Parcialmente adecuadas	102	42,9
	Adecuadas	112	47,1
	Muy adecuadas	24	10,1
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

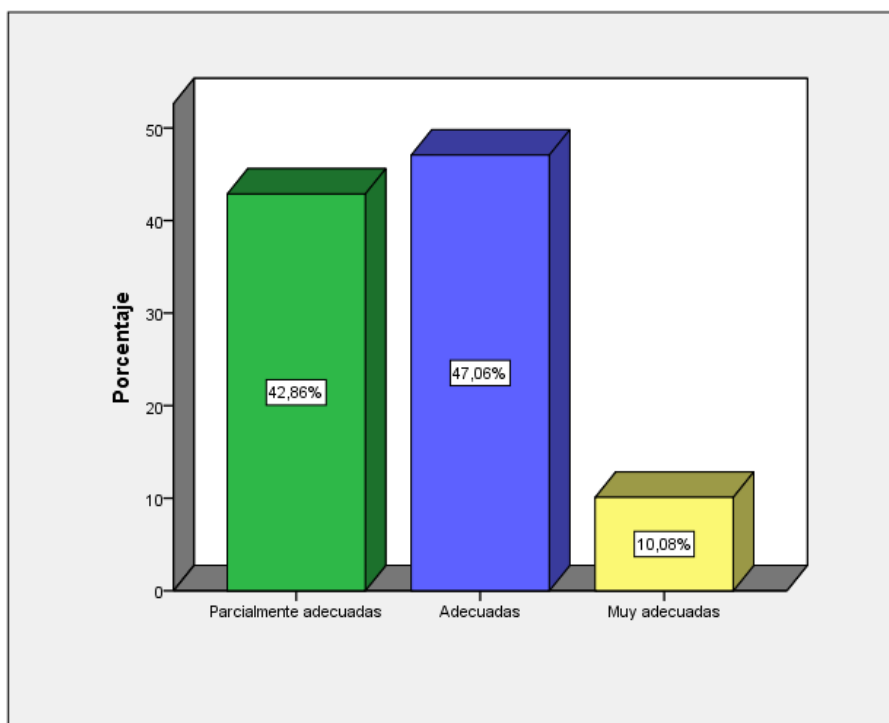
### Interpretación

Según la tabla 7, 112 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que las políticas empleadas por la junta directiva del Mercado Modelo son adecuadas, mientras que 102 socios encuestados indican que las políticas empleadas son parcialmente adecuadas; finalmente 24 socios manifiestan que es muy adecuada.

### Análisis

De acuerdo a la figura 4, el 47,1% de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que las políticas empleadas por la junta directiva del Mercado Modelo son adecuadas, mientras que el 42,9% de los socios encuestados indican que las políticas empleadas son parcialmente adecuadas; finalmente el 10,1% de los socios manifiestan que es muy adecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que las políticas de la organización están parcialmente definidas de acuerdo a sus planes establecidos al igual que contribuyen parcialmente al desarrollo personal por lo que no se logra cumplir con las actividades de manera efectiva. Lo cual indica que es necesario replantear y reformular las políticas para mejorar la gestión administrativa en el Mercado Modelo.

Figura 4. Políticas.



*Fuente: Elaboración propia.*

### Resultados descriptivos del indicador Objetivos.

Tabla 8. Objetivos.

	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente adecuados	103	43,3
Válido Adecuados	135	56,7
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

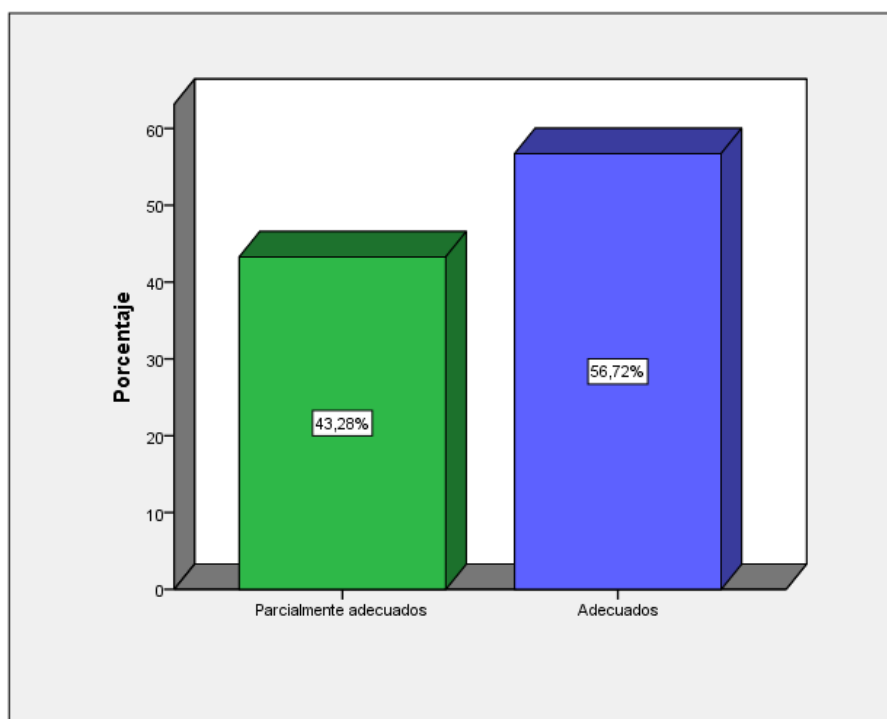
### Interpretación

Según la tabla 8, 135 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que los objetivos planteados por la junta directiva del Mercado Modelo son adecuados, mientras que 103 socios encuestados indican que dichos objetivos son parcialmente adecuados.

## Análisis

De acuerdo a la figura 5, el 56,72 % de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que los objetivos planteados por la junta directiva del Mercado Modelo son adecuados, mientras que el 43,28% de los socios encuestados indican que dichos objetivos son parcialmente adecuados. De los resultados obtenidos se demuestra que en el Mercado Modelo más de la mitad de los socios manifiestan que se logran parcialmente los objetivos planteados en la organización y menos de la mitad indican que casi siempre se llegan a lograr.

Figura 5. Objetivos.



*Fuente: Elaboración propia.*

## Resultados descriptivos del indicador procedimientos.

Tabla 9. Procedimientos.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuados	8	3,4
	Parcialmente adecuados	142	59,7
	Adecuados	88	37,0
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

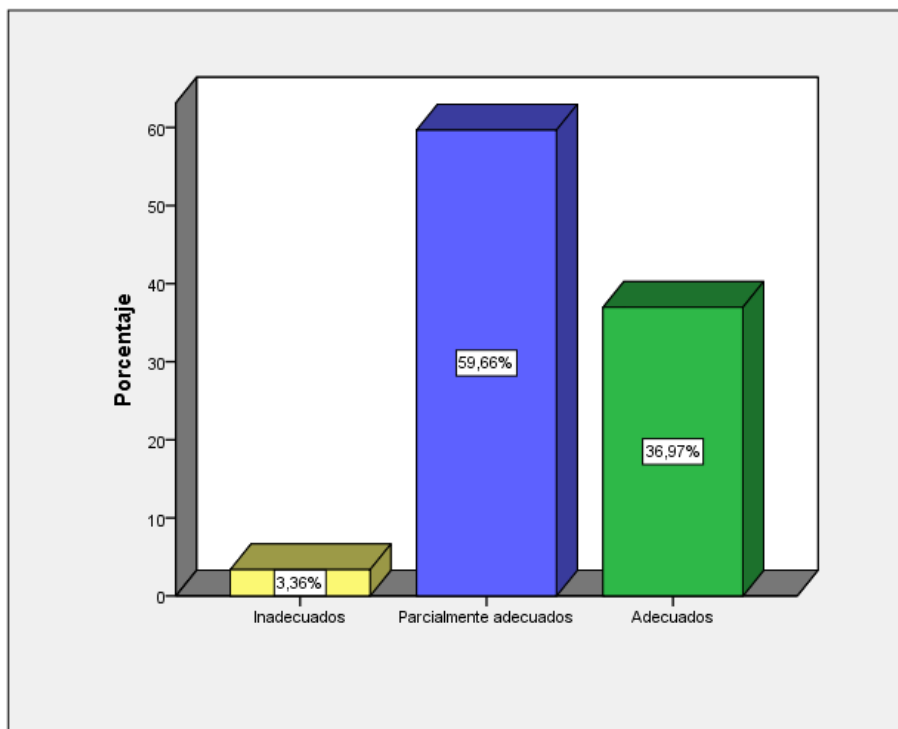
### Interpretación

Según la tabla 9, 142 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que los procedimientos y estrategias empleados en la planificación por la junta directiva del Mercado Modelo son parcialmente adecuados, mientras que 88 socios encuestados indican que dichas estrategias y procedimientos son adecuados, finalmente 8 de los socios indican que estos son inadecuados.

### Análisis

De acuerdo a la figura 6, el 59,7 % de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que los procedimientos y estrategias empleados en la planificación por la junta directiva del Mercado Modelo son parcialmente adecuados, mientras que el 37% de los socios encuestados indican que dichas estrategias y procedimientos son adecuados, finalmente el 3,4% de los socios indican que estos son inadecuados. De los resultados obtenidos nos demuestra que no se están empleando estrategias y procedimientos adecuados en la planificación para cumplir los planes establecidos.

Figura 6. Procedimientos.



Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.3. Resultados descriptivos de la dimensión Organización.

Tabla 10. Organización en el Mercado Modelo.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Inadecuada	16	6,7
Válido Parcialmente adecuada	214	89,9
Válido Adecuada	8	3,4
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos

#### Interpretación

Según la tabla 10, 214 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la organización del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que 16

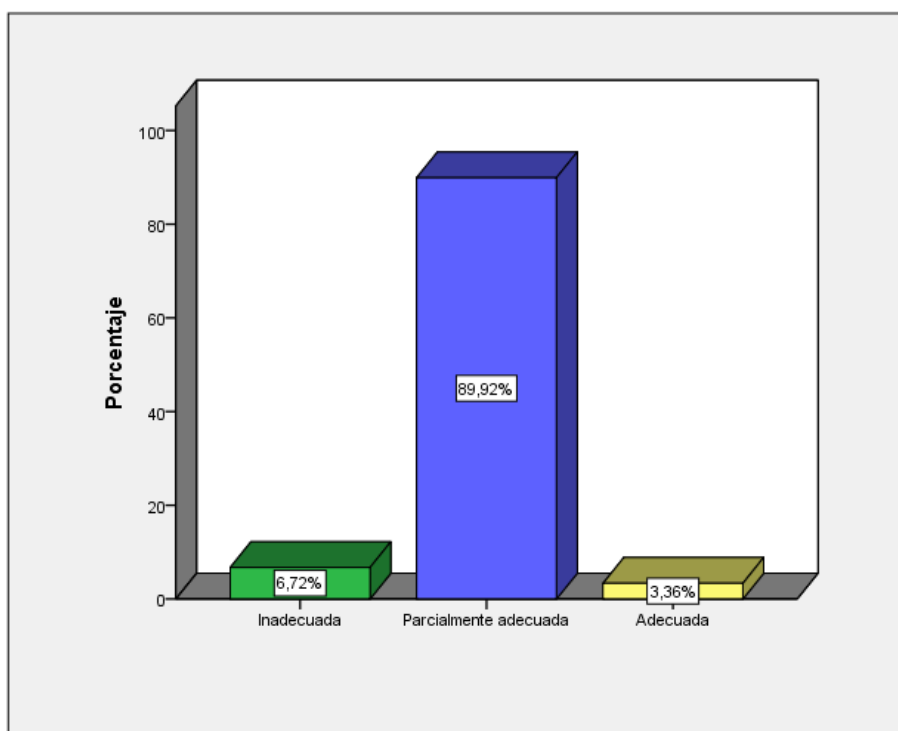


de los socios indican que es inadecuada, finalmente 8 de los socios manifiestan que la organización es adecuada.

### **Análisis**

De acuerdo a la figura 7, el 89,92 % de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la organización del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 6,72 % de los socios indican que es inadecuada, finalmente el 3,36 % de los socios manifiestan que la organización es adecuada. De los resultados obtenidos se puede apreciar que los socios del Mercado Modelo de Puerto Maldonado piensan que la organización no es muy adecuada ni muy inadecuada, manifestando que está en un nivel regularmente manejado, debido a que hay limitaciones y dificultades en cuanto a la aplicación y el conocimiento de una buena implementación de organización en cuanto a su diseño estructural, coordinación, jerarquía y funciones.

Figura 7. Organización en el Mercado Modelo.



*Fuente: Elaboración propia.*

## Resultados descriptivos del indicador Estructura.

Tabla 11. Estructura.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuada	8	3,4
	Parcialmente adecuada	118	49,6
	Adecuada	112	47,1
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

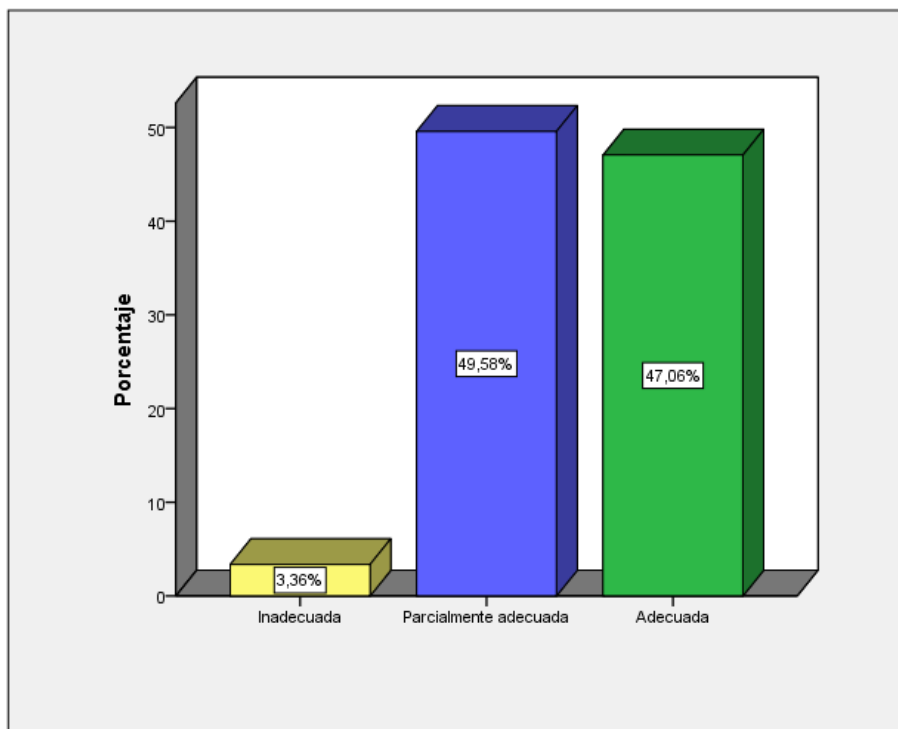
### Interpretación

Según la tabla 4, 118 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la estructura organizacional del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que 112 de los socios indican que es adecuada, finalmente 8 de los socios manifiestan que la organización es inadecuada.

### Análisis

De acuerdo a la figura 8, el 49,6 % de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que la que la estructura organizacional del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 47,1 % de los socios indican que es adecuada, finalmente el 3,4 % de los socios manifiestan que es inadecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que la mayoría de los socios perciben que la estructura del Mercado Modelo es parcialmente adecuada para su funcionamiento de la organización y así encaminarse a un buen desarrollo.

Figura 8. Estructura.



Fuente: Elaboración propia.

### Resultados descriptivos del indicador Coordinación.

Tabla 12. Coordinación.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuada	16	6,7
	Parcialmente adecuada	142	59,7
	Adecuada	80	33,6
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

### Interpretación

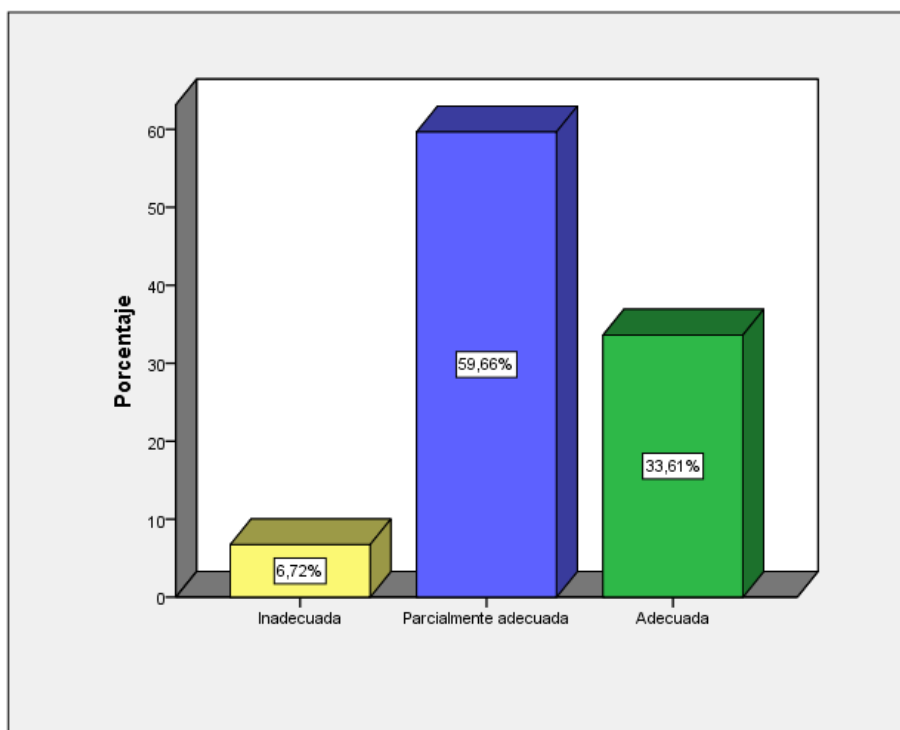
Según la tabla 12, 142 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la coordinación de la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente

adecuada, mientras que 80 de los socios indican que es adecuada, finalmente 16 de los socios manifiestan que dicha coordinación es inadecuada.

### **Análisis**

De acuerdo a la figura 9, el 59,66 % de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que la coordinación de la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 33,61 % de los socios indican que es adecuada, finalmente el 6,72 % de los socios manifiestan que dicha coordinación es inadecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que existe una coordinación parcialmente adecuada entre la junta directiva y los socios para realizar actividades planteadas para el buen desarrollo de la organización.

Figura 9. Coordinación.



*Fuente: Elaboración propia.*

## Resultados descriptivos del indicador Jerarquía.

Tabla 13. Jerarquía.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy inadecuada	40	16,8
	Inadecuada	143	60,1
	Parcialmente adecuada	55	23,1
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

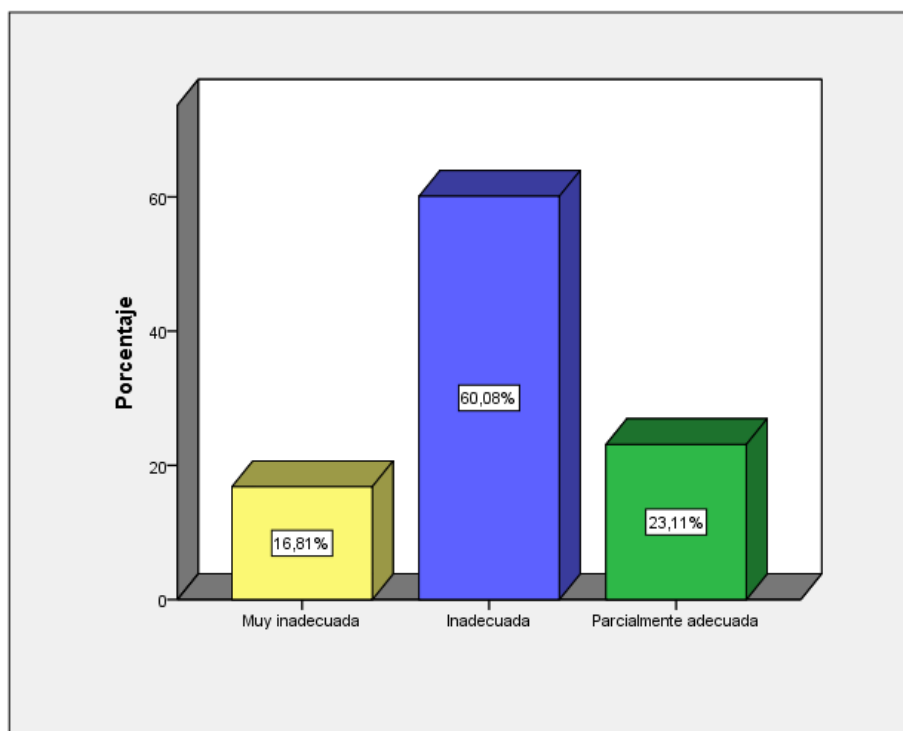
### Interpretación

Según la tabla 13, 143 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que los conflictos jerárquicos de la junta directiva del Mercado Modelo son inadecuados, mientras que 55 de los socios indican que es parcialmente adecuada, finalmente 40 de los socios manifiestan que dichos conflictos jerárquicos son muy inadecuados.

### Análisis

Según la figura 10, el 60,1 % de los socios encuestados del Mercado Modelo indican que los conflictos jerárquicos de la junta directiva del Mercado Modelo son inadecuados, mientras que el 23,1% de los socios indican que es parcialmente adecuada, finalmente el 16.8% de los socios manifiestan que dichos conflictos jerárquicos son muy inadecuados. De los resultados obtenidos nos demuestra que unos que otros se consideran mejores que el resto por ello los conflictos existentes en la organización.

Figura 10. Jerarquía.



*Fuente: Elaboración propia.*

### Resultados descriptivos del indicador Funciones.

Tabla 14. Funciones.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Parcialmente adecuadas	94	39,5
Adecuadas	128	53,8
Muy adecuadas	16	6,7
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

### Interpretación

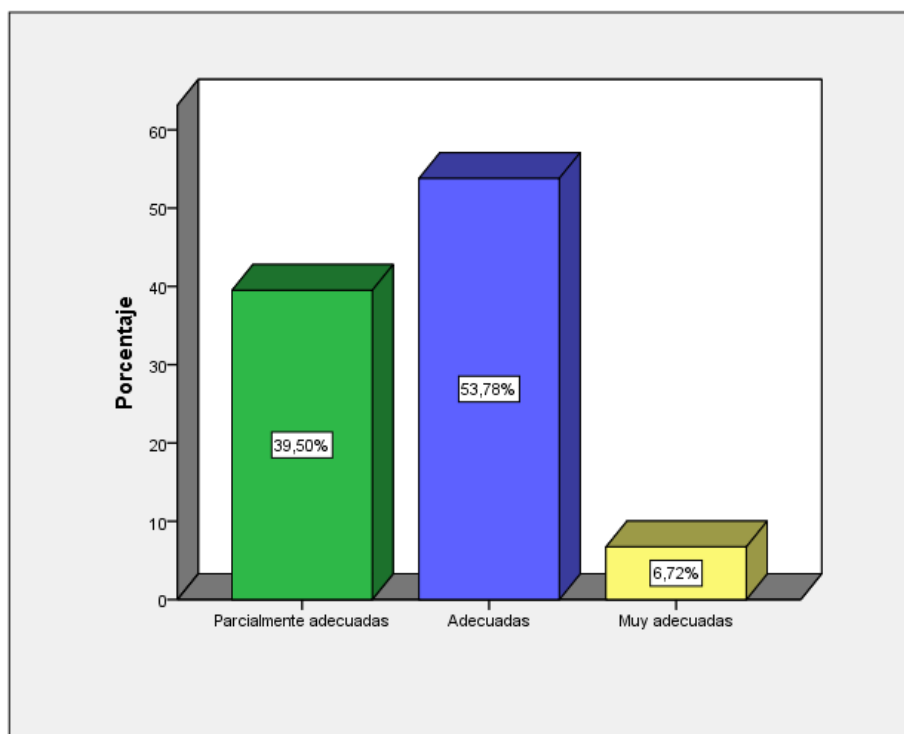
Según la tabla 14, 128 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que las funciones de los cargos jerárquicos de la junta directiva del Mercado Modelo son adecuadas, mientras que 94 de los socios indican que es parcialmente

adecuada, finalmente 16 de los socios manifiestan que dichas funciones son muy adecuadas.

### **Análisis**

Según la figura 11, el 53,8 % de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que las funciones de los cargos jerárquicos de la junta directiva del Mercado Modelo son adecuadas, mientras que el 39,5 % de los socios indican que es parcialmente adecuada, finalmente el 6,7% de los socios manifiestan que dichas funciones son muy adecuadas. De los resultados obtenidos nos demuestra que las funciones de la junta directiva son adecuadas para cumplir con los objetivos y metas de la organización.

Figura 11. Funciones.



*Fuente: Elaboración propia.*

#### 4.1.4. Resultados descriptivos de la dimensión Dirección.

Tabla 15. Dirección en el Mercado Modelo.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuada	8	3,4
	Parcialmente adecuada	190	79,8
	Adecuada	40	16,8
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

#### Interpretación

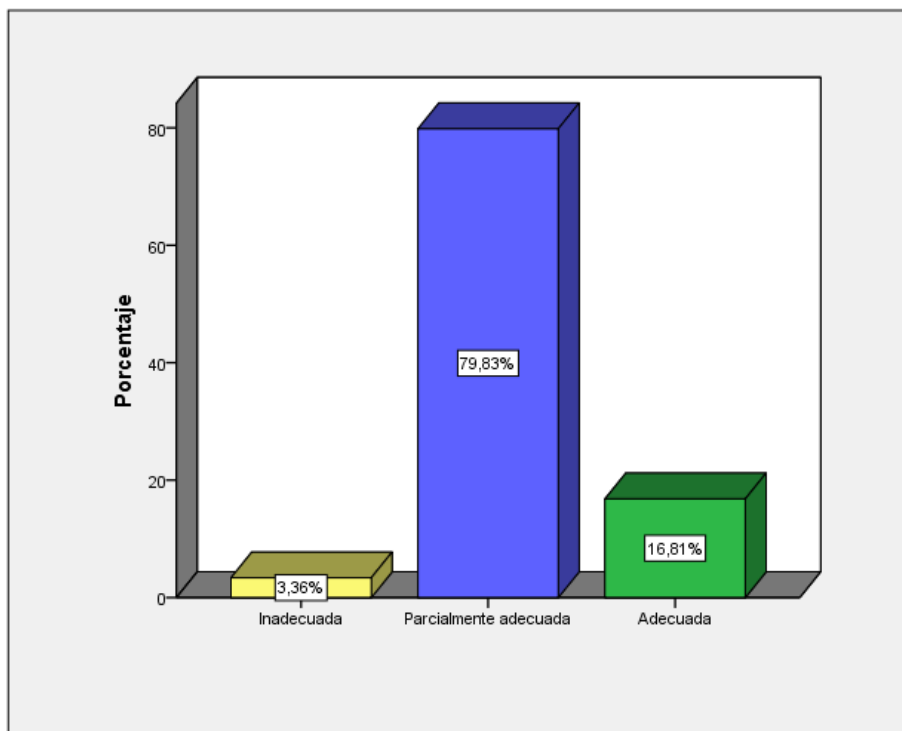
Según la tabla 15, 190 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la dirección del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que 40 de los socios indican que es adecuada, finalmente 8 de los socios manifiestan que la organización es inadecuada.

#### Análisis

Según la figura 12, el 79,8% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la dirección del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 16,8% de los socios indican que es adecuada, finalmente el 3,4% de los socios manifiestan que la dirección es inadecuada. De los resultados obtenidos se puede corroborar que los socios del Mercado Modelo manifiestan que la dirección está en un nivel parcialmente adecuado, por lo que la dirección no es muy mala ni muy buena, debido a que se perciben dificultades en lo referente a la comunicación, influencia interpersonal y motivación.



Figura 12. Dirección en el Mercado Modelo.



Fuente: Elaboración propia.

### Resultados descriptivos del indicador Comunicación.

Tabla 16. Comunicación.

	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente adecuada	127	53,4
Adecuada	103	43,3
Muy adecuada	8	3,4
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

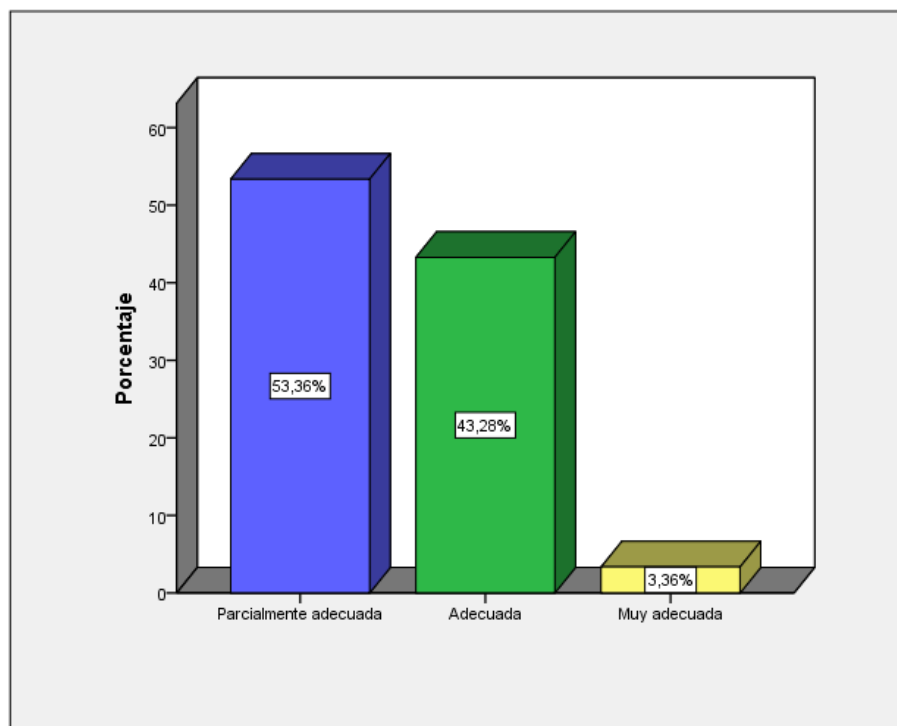
### Interpretación

Según la tabla 16, 127 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la comunicación en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que 103 de los socios indican que es adecuada, finalmente 8 de los socios manifiestan que la comunicación es muy adecuada.

## Análisis

Según la figura 13, el 53,36% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la comunicación en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 43,28% de los socios indican que es adecuada, finalmente el 3,36% de los socios manifiestan que la comunicación es muy adecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que no existe una buena comunicación entre la junta directiva y los socios del Mercado Modelo, ya que consideran que la comunicación es un poco deficiente.

Figura 13. Comunicación.



*Fuente: Elaboración propia.*

## Resultados descriptivos del indicador Influencia.

Tabla 17. Influencia.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Parcialmente adecuada	103	43,3
	Adecuada	111	46,6
	Muy adecuada	24	10,1
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

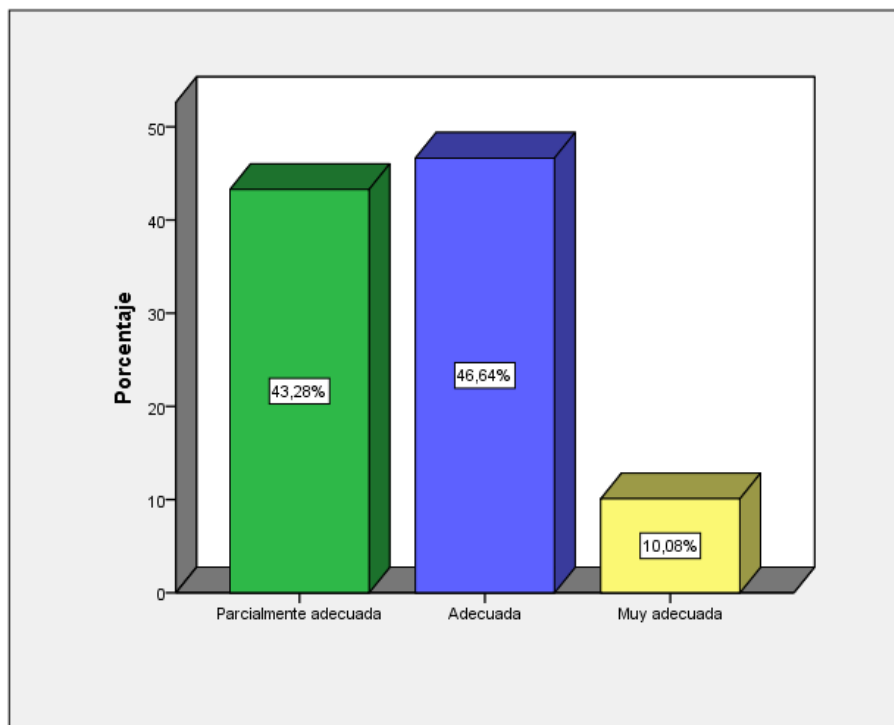
### Interpretación

Según la tabla 17, 111 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la influencia de la junta directiva del Mercado Modelo hacia los socios es adecuada, mientras que 103 de los socios indican que es parcialmente adecuada, finalmente 24 de los socios manifiestan que la influencia es muy adecuada.

### Análisis

Según la figura 14, el 46,64% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la influencia de la junta directiva del Mercado Modelo hacia los socios es adecuada, mientras que el 43,28 de los socios indican que es parcialmente adecuada, finalmente el 10,08% de los socios manifiestan que la influencia es muy adecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que el líder en este caso el presidente de la asociación y sus dirigentes tienen la capacidad para influir en los socios de una forma adecuada respecto a cómo dirigen el Mercado Modelo, dirigiendo a la organización a alcanzar objetivos y metas planteados.

Figura 14. Influencia.



Fuente: Elaboración propia.

### Resultados descriptivos del indicador Motivación.

Tabla 18. Motivación.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuada	24	10,1
	Parcialmente adecuada	134	56,3
	Adecuada	80	33,6
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

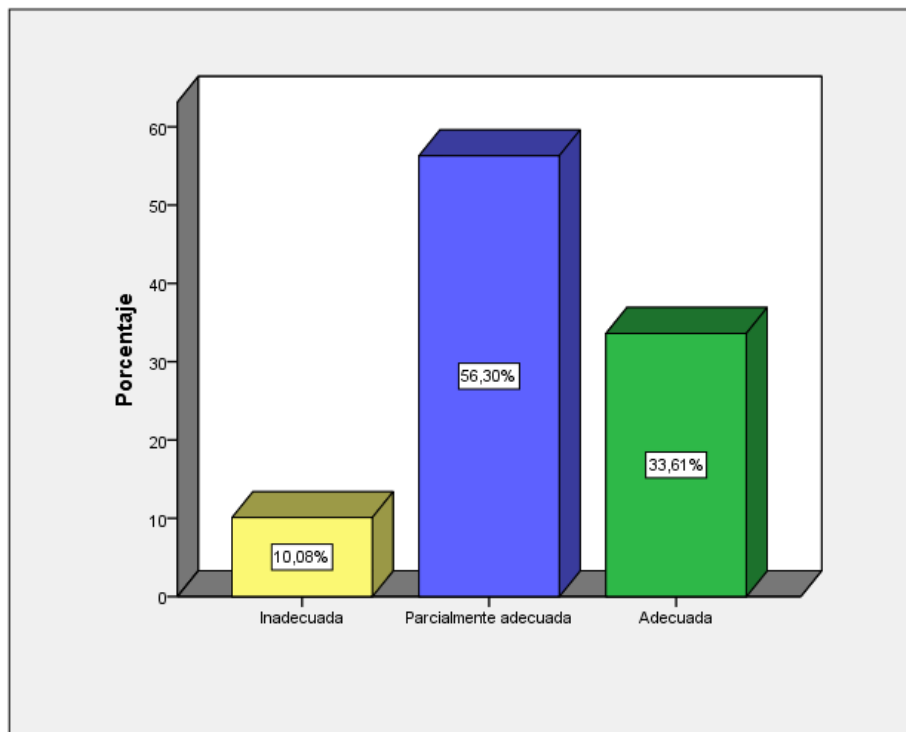
### Interpretación

Según la tabla 18, 134 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la motivación de la junta directiva del Mercado Modelo hacia los socios es parcialmente adecuada, mientras que 80 de los socios indican que es adecuada, finalmente 24 de los socios manifiestan que la influencia es inadecuada.

## Análisis

Según la figura 15, el 56,3% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la motivación de la junta directiva del Mercado Modelo hacia los socios es parcialmente adecuada, mientras que el 33,6% de los socios indican que es adecuada, finalmente el 10,1% de los socios manifiestan que la influencia es inadecuada. De los resultados obtenidos nos demuestra que los socios no se sienten muy motivados para realizar sus actividades eficientemente, ya que consideran que las motivaciones que emplean la junta directiva no es la idónea.

Figura 15. Motivación.



*Fuente: Elaboración propia.*

#### 4.1.5. Resultados descriptivos de la dimensión Control.

Tabla 19. Control en el Mercado Modelo.

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	72	30,3
Válido Parcialmente adecuado	166	69,7
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

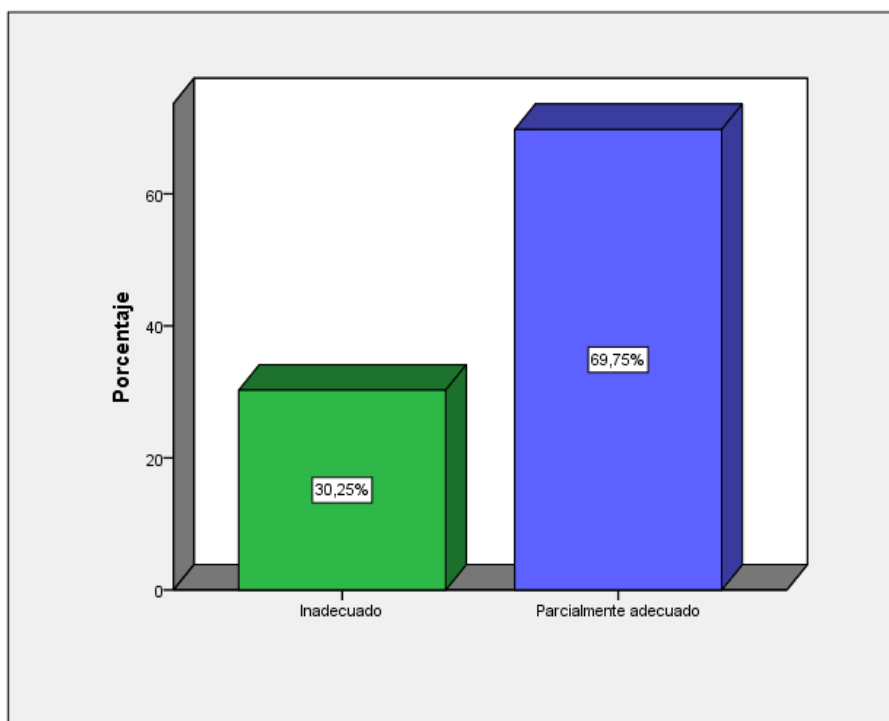
#### Interpretación

Según la tabla 19, 166 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control que realiza el Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que 72 de los socios indican que es inadecuada.

#### Análisis

Según la figura 16, el 69,75% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control que realiza el Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que el 30,25% de los socios indican que es inadecuada. De los resultados obtenidos se puede concluir que los socios del Mercado Modelo, perciben que el control es parcialmente adecuado; es decir no es muy adecuado ni muy inadecuado, en el establecimiento de estándares de control para evaluar, corregir y retroalimentar, por la existencia de limitaciones en su implicancia.

Figura 16. Control en el Mercado Modelo.



*Fuente: Elaboración propia.*

### Resultados descriptivos del indicador Control previo.

Tabla 20. Control previo.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuado	40	16,8
	Parcialmente adecuado	174	73,1
	Adecuado	24	10,1
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

### Interpretación

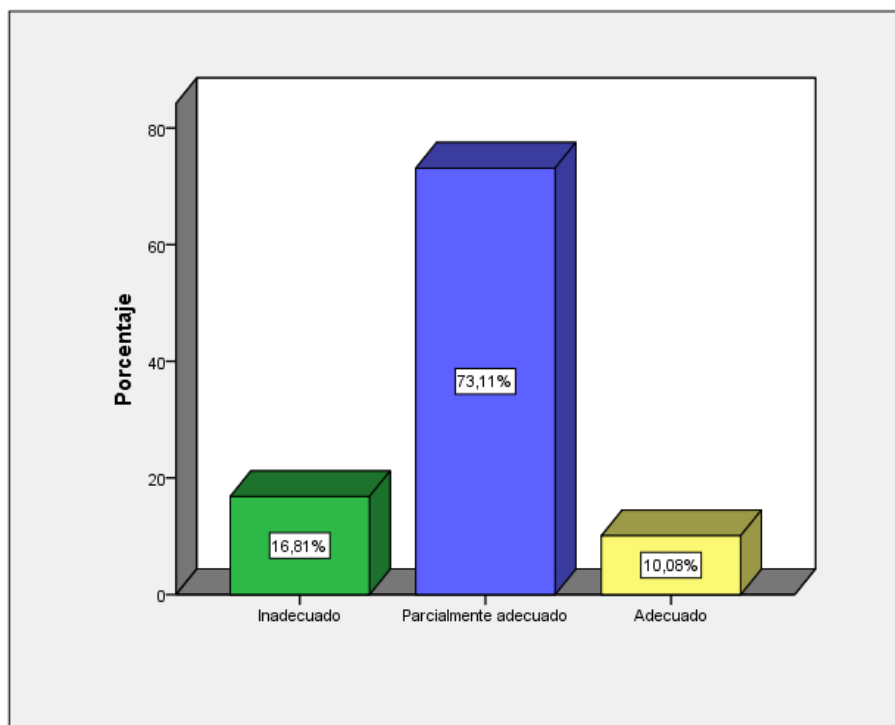
Según la tabla 20, 174 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control previo que realiza la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente

adecuado, mientras que 40 de los socios indican que es inadecuada, finalmente 24 de los socios manifiestan que el control previo es adecuado.

### **Análisis**

Según la figura 17, el 73,1% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control previo que realiza la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que el 16,8% de los socios indican que es inadecuado, finalmente el 10,1% de los socios manifiestan que el control previo es adecuado. De los resultados obtenidos nos demuestra que no existe un adecuado control previo en las actividades y procedimientos de la organización.

Figura 17. Control previo.



*Fuente: Elaboración propia.*



## Resultados descriptivos del indicador Control concurrente.

Tabla 21. Control concurrente.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuado	48	20,2
	Parcialmente adecuado	143	60,1
	Adecuado	47	19,7
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

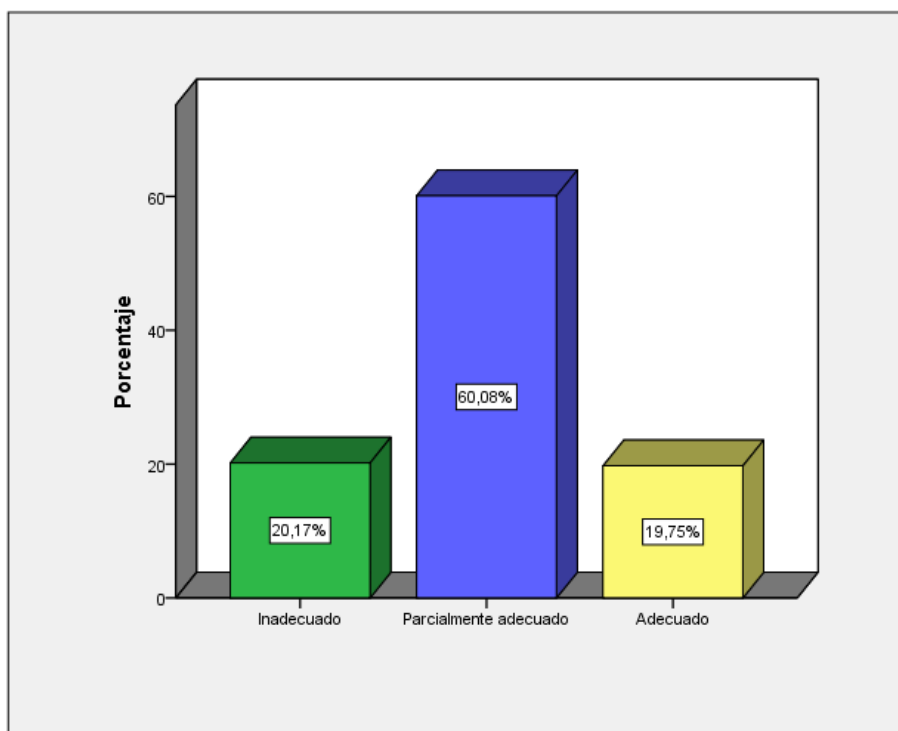
### Interpretación

Según la tabla 21, 143 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control concurrente que realiza la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que 48 de los socios indican que es inadecuado, finalmente 47 de los socios manifiestan que el control concurrente es adecuado.

### Análisis

Según la figura 18, el 60,08% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control concurrente que realiza la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que el 20,17% de los socios indican que es inadecuado, finalmente el 19,75% de los socios manifiestan que el control concurrente es adecuado. De los resultados obtenidos nos demuestra que los socios manifiestan que el control concurrente no es aplicado eficientemente en la organización.

Figura 18. Control concurrente.



*Fuente: Elaboración propia.*

### Resultados descriptivos del indicador Control posterior.

Tabla 22. Control posterior.

	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente adecuado	199	83,6
Válido Adecuado	39	16,4
Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

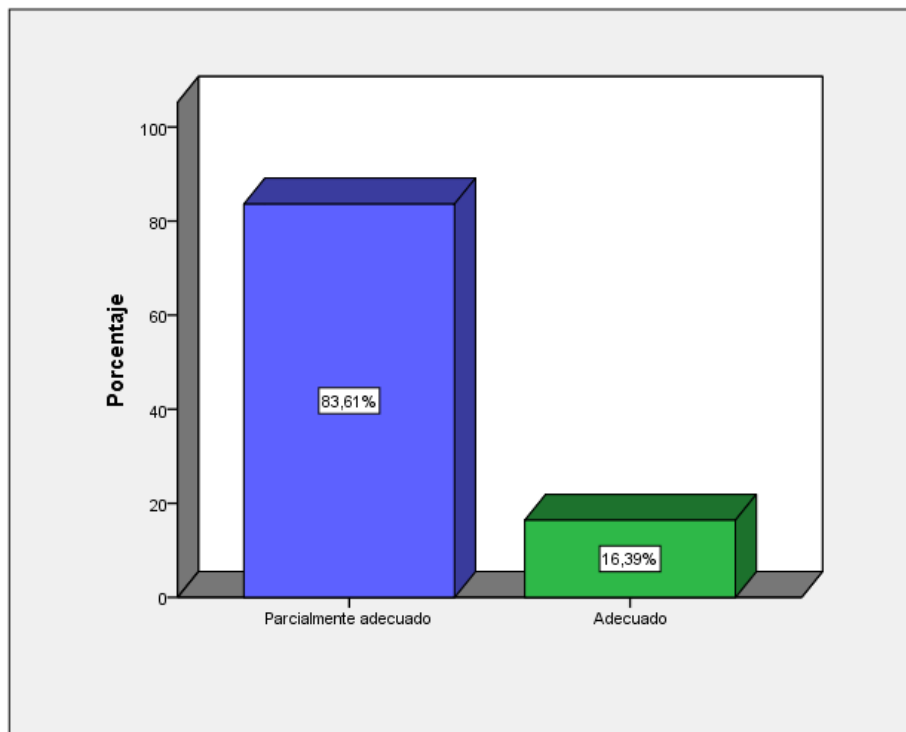
### Interpretación

Según la tabla 22, 199 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control posterior que realiza la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que 39 de los socios indican que es adecuado.

## Análisis

Según la figura 19, el 83.6% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control posterior que realiza la junta directiva del Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que el 16,4% de los socios indican que es adecuado. De los resultados obtenidos nos demuestra que existe un control posterior no tan frecuentemente y a la vez deficiente, la junta directiva mediante dicho control supervisa y verifica todas las actividades desarrolladas con la finalidad de detectar desviaciones, fallas, deficiencias y en base a ello tomar decisiones para su respectiva solución.

Figura 19. Control posterior.



Fuente: Elaboración propia.

## Resultados descriptivos del indicador Medidas correctivas.

Tabla 23. Medidas correctivas.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inadecuadas	63	26,5
	Parcialmente adecuadas	95	39,9
	Adecuadas	80	33,6
	Total	238	100,0

Fuente: Base de datos.

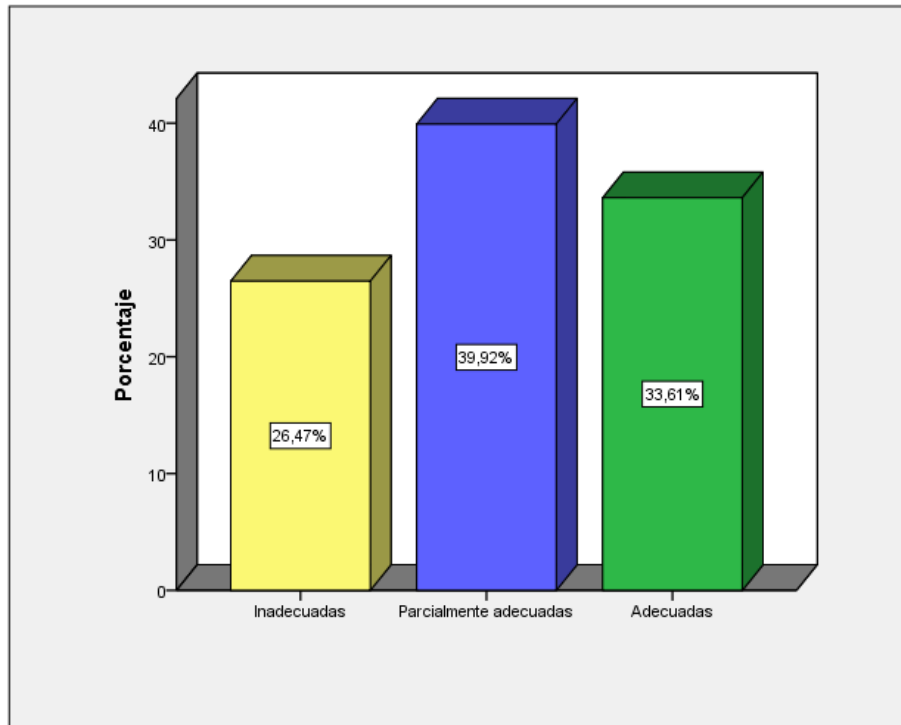
### Interpretación

Según la tabla 23, 95 socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que las medidas correctivas que realiza la junta directiva del Mercado Modelo son parcialmente adecuadas, mientras que 80 de los socios indican que es adecuado, finalmente 63 de los socios manifiestan que dichas medidas correctivas aplicadas son inadecuadas.

### Análisis

Según la figura 20, el 39,9% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que las medidas correctivas que realiza la junta directiva del Mercado Modelo son parcialmente adecuadas, mientras que el 33,6% de los socios indican que es adecuado, finalmente 26,5% de los socios manifiestan que dichas medidas correctivas aplicadas son inadecuadas. De los resultados obtenido nos demuestra que la junta directiva realiza y emplean medidas correctivas y preventivas no tan eficaces para mejorar las actividades realizadas en la organización.

Figura 20. Medidas correctivas.



Fuente: *Elaboración propia.*

## CONCLUSIONES

- La variable gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado se encuentra en un nivel parcialmente adecuado, lo cual significa que los socios perciben que la junta directiva tiene dificultades, en lo que respecta a la planeación, organización, dirección y control, el 73,11% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 16,81% de los socios indican que dicha Gestión es inadecuada; finalmente el 10,08% de los socios manifiestan que es adecuada .
- La dimensión planeación se encuentra en un nivel parcialmente adecuada lo cual significa que los socios del Mercado Modelo perciben que la junta directiva del Mercado Modelo de Puerto Maldonado tiene dificultades en la planeación, en lo que respecta a las tomas de decisiones, políticas, objetivos y procedimientos. El 79,8% de los encuestados manifiestan que la planeación que realiza la junta directiva es parcialmente adecuada, lo cual se tendría que mejorar para así poder lograr objetivos planteados, el 16,8% de los socios indican que dicha planeación es adecuada, finalmente el 3,4% manifiestan que la planeación de la junta directiva es inadecuada.
- La dimensión organización se encuentra en un nivel parcialmente adecuada, lo cual significa que los socios del Mercado Modelo perciben que la junta directiva del Mercado Modelo de Puerto Maldonado tiene dificultades en la organización, en lo que respecta a coordinación, estructura, jerarquía y funciones, en donde el 89,92 % de los encuestados manifiestan que la organización del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 6,72 % de los socios indican que es inadecuada, finalmente el 3,36 % de los socios manifiestan que la organización es adecuada.

- La dimensión dirección se encuentra en un nivel parcialmente adecuada, lo cual significa que los socios del Mercado Modelo perciben que la junta directiva del Mercado Modelo de Puerto Maldonado tiene dificultades en la dirección, en lo que respecta a comunicación, influencia interpersonal y motivación, en donde el 79,8% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que la dirección del Mercado Modelo es parcialmente adecuada, mientras que el 16,8% de los socios indican que es adecuada, finalmente el 3,4% de los socios manifiestan que la dirección es inadecuada.
- La dimensión control se encuentra en un nivel parcialmente adecuada, lo cual significa que los socios del Mercado Modelo perciben que la junta directiva del Mercado Modelo de Puerto Maldonado tiene dificultades en el control, en lo que respecta a control previo, concurrente, posterior y medidas correctivas, donde el 69,75% de los socios encuestados del Mercado Modelo manifiestan que el control que realiza el Mercado Modelo es parcialmente adecuado, mientras que el 30,25% de los socios indican que es inadecuada.

## SUGERENCIA

- Se recomienda que dentro del Mercado Modelo la junta directiva debe de implementarse planes de mejora de gestión administrativa, así como implementar los instrumentos de gestión “manual de organización y funciones (MOF), reglamento de organización y funciones (ROF), reglamento de aplicación de sanciones y reglamento interno de trabajo”, logrando mejorar la calidad de servicio en la organización.
- En cuanto al proceso planeación el presidente de la Junta Directiva debe sensibilizar, motivar el conocimiento y aplicación de los instrumentos de gestión así mismo de tomar en cuenta la participación de los socios en la toma de decisiones, plantear políticas que permitan el desarrollo personal de los mismos, cumpliendo sus objetivos de la organización mediante procedimientos y estrategia adecuadas.
- En cuanto al proceso organización se sugiere que el presidente de la Junta Directiva realice talleres de capacitación para que así los socios conozcan la estructura organizacional del Mercado Modelo y sus funciones de los directivos logrando así tener coordinaciones frecuentes que permita a la organización el logro del desarrollo organizacional, en lo que respecta a jerarquía, superar los conflictos en los niveles de trabajo, definiendo claramente sus funciones de los directivos.
- En cuanto al proceso dirección se sugiere que la junta directiva mantenga siempre una comunicación eficiente y eficaz con los socios respecto a nuevos planes establecidos, así como influir significativamente en los socios, desarrollando capacidades que permitan motivar a los socios, reconociendo habilidades y destrezas de los mismos, así como identificar



líderes que permitan supervisar y alcanzar metas y objetivos establecidos de la organización.

- En cuanto al proceso control se sugiere que la junta directiva del Mercado Modelo desarrolle talleres y capacitación que garanticen los niveles de control de acuerdo a la planeación y en la ejecución de las acciones correctivas necesarias en las desviaciones encontradas en la organización; a fin de que los socios trabajen correctamente brindando un buen servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Administradores, A. A. (2013 EE.UU). La Planificación. Asociación Americana de Administradores.
- Ander-Egg de Yerhezkeldror, E. (2015). Introducción a la Planificación. Mexico: Editorial Lumen Hvmanitas.
- Arzola. (2002). Gestion Aministrativa.
- Lourdes Munch, (2011). Administración Gestión Organizacional, Enfoque y Proceso Administrativo-Pearson Educacion de México S.A
- Helmut Corvo, (2019). Las Empresas su Organización y Funcionamiento.
- Clushkov, & Valencia, J. (2016). <http://educación.el pensante.com/v-clushdov-administración>. Recuperado el martes de septiembre de 2018, de <http://educación.el pensante.com/v-clushdov-administración>: <http://educación.el pensante.com/v-clushdov-administración>
- Chiavenato, I. (2000). Planificación estrategia. En I. Chiavenato, Planificación estrategia. Brasil: Instituto de Educación Chiavenato.
- Chiavenato, I. (2013). "Introduccion a la teoria general de la administracion". Mexico: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Espinoza. (2013). Responsabilidad Social Empresarial.
- Choque, J. &. (2018). Analisis de la Gestión Administrativa de la Empresa Ecoturistica INKATERA-RESERVA AMAZONICA. Puerto Maldonado.
- Chumpitaz. (2013). Caracterización del Control Interno en la Gestión de las Empresas Comerciales en el Perú .
- Delia, N. M. (2017). La Gestión Administrativa en el Gobierno Regional de Madre de Dios. Puerto Maldonado.
- Fayol, H. (1916). Administración Industrielle et Generale. En H. Fayol, Administración Industrielle et Generale. Francia.
- Fernandez Arena, J. A. (1990). Politicas en Proceso Administrativos.

- George, R. (1975). Principios de la Administración. En R. George, Principios de la Administración (pág. 747). CECSA.
- Gilli, J. (2017). Claves de la estructura organizativa. Buenos Aires.
- González. (2018). La Gestión administrativa en una empresa Industrial.
- Guzman Valdivia, I. (1949). Administración y Finanzas. En I. Guzman Valdivia, Administración y Finanzas. Mexico: Universidad de Mexico.
- Huamán. (2018). La Gestión administrativa en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público-Cajamarca 2018.
- koontz, D. (1972). Administración. En D. koontz, Administración. Mexico: Mc Graw - Hill.
- Koontz, H., & Donnell, C. (1972). Administración. Mexico: Mc Graw - Hill.
- Koontz, W. (2012). En W. Koontz, Administracion. Una perspectiva Global y Empresarial.
- Lara Alfaro, J. C. (2017). Impacto de la Gestión Administrativa sobre la Eficiencia de la Actividad Pesquera Artesanal- Cantón Manta. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Lopez, J. (2005). Motivacion Laboral y Gestion de Recursos Humanos en la Teoria de Frederick Herzberg. En J. Lopez, Motivacion Laboral y Gestion de Recursos Humanos (págs. 8-15 25-36).
- Louffat. (2012). Fundamentos del Proceso Administrativo.
- Madera, M. G. (2017). La Gestión Administrativa y la Satisfacción Laboral de los Trabajadores de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Madre de Dios. Puerto Maldonado.
- Makón, M. P. (2000). El Modelo de Gestión por Resultados en los organismos de la Administración Pública Nacional.
- Márquez, M. (Enero-Junio 2002). La Gestión Administrativa de las Empresas Agropecuarias de los Municipios San Fernando y Biruaca del Estado Apure, en Venezuela. Revista Maxicana de Agronegocios .
- Montenegro, J. y. (2014). Diseño de un sistema de gestión de calidad (Tesis de pregrado). . Obtenido de Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/21642>

- Obispo Chumpitaz, D. (2013). Caracterización del Control Interno en la Gestión de las Empresas.
- Ocampo, V. (2017). Gestión Administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial essalud-tumbes, 2016.
- Plata, C. (2017). En C. Plata, La Administración y el Proceso Administrativo.
- Reye Ponce, A. (1992). Administración Moderna. En A. Reyes Ponce, Administración Moderna. Mexico: Limusa.
- Reyes Ponce, A. (1992). Administración Moderna. México: Limusa.
- Rivera. (2017). Gestión administrativa del director y estrés laboral. Huacho.
- Robbins, & Coulter. (2010). En Administración (págs. 185-190).
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). "La Administración". España: Pearson Educacion.
- Rodriguez. (2014). Biblioteca Anales de Investigacion , 11(11). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5704545>
- Scanlan, B. k. (1987). Principles of Management and Organizational Behaviour. E.E.U.U. de America: Malabar.
- Taylor, F. W. (1911). <http://www.losrecursoshumanos.com/teoria-clasica-de-taylor/>. Recuperado el 16 de Setiembre de 2018, de <http://www.losrecursoshumanos.com/teoria-clasica-de-taylor/>.
- Terry. (1999). Libro Principios de la Administración.
- Torrent. (2014). En Torrent, Administración e Innovación.
- Torréz. (2014). En I. a. Planificación.
- Tórrez Castillo, M. F. (2015). La Gestión Administrativa y su Impacto en la Mejora Continua hacia la Calidad en la Empresa Matagalpa COFFEE GROUP, en el Municipio de Matagalpa, Departamento de Matagalpa, 2013-2014. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Unidas, N. (1976 Ginebra - Suiza). La Planificación. Organización de las Naciones Unidas.
- Velasco, E. S. (2011). Estructura de las Relaciones entre Personas Trabajo y Recursos. Mexico: Pearson Prentice Hall.

Villegas. (2019). Gestion Administrativa en la Municipalidad Provincial de Anta.

Yaranga. (2015). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6124>

Zuzama. (2015). Universitat de les Illes Balears, Palma, España. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11201/3638>

## **ANEXOS**

### **Anexo 1: Matriz de consistencia**

PROBLEMA	TIPO DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	VARIABLE	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES			
				INDICADOR VARIABLE RESPUESTA	INSTRUMENTO	ESCALA	FUENTE
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cómo es la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo de Puerto Maldonado 2018?</p>	<p><b>El tipo de investigación es Descriptiva cuantitativa.</b></p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Describir la Gestión Administrativa en el Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p>	<p>El presente trabajo de investigación es <b>UNIVARIABLE</b> y tiene cuatro dimensiones</p> <p>GESTION ADMINISTRATIVA</p>	<p><u>Planificación</u></p> <p>Toma de decisiones. Políticas. Objetivos. Procedimientos.</p>	<p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p>	<p><b>Será de:</b></p> <p><b>0 _ 1</b></p> <p><b>Y</b></p> <p><b>1 _ -5</b></p>	<p><b>El tipo de letra utilizada será Arial</b></p>
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>Como es la planeación en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p> <p>Como es la organización en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p> <p>Como es la dirección en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p> <p>Como es el control en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p>		<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Describir la Planeación en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p> <p>Describir la Organización en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p> <p>Describir la Dirección en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p> <p>Describir el Control en la gestión administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado.</p>		<p><u>Organización</u></p> <p>Estructura. Coordinación. Jerarquía. Funciones.</p> <p><u>Dirección</u></p> <p>Comunicación. Influencia interpersonal Motivación</p> <p><u>Control</u></p> <p>Control previo. Control concurrente. Control posterior. Medidas correctivas</p>			

## Anexo 2: Instrumento

### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Describir la Gestión Administrativa del Mercado Modelo de Puerto Maldonado

Nombre: .....

Edad.....Sexo: F ( ) M ( )

#### **ESCALA DE VALORACIÓN.**

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5



<b>VARIABLE 1: GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>						
<b>Nº</b>	<b>DIMENSIÓN: PLANEACIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	El presidente de la junta directiva toma las decisiones con la participación de los socios					
2	En las asambleas del Mercado Modelo en la toma de decisiones se tiene en cuenta principios éticos					
3	Las políticas de la organización están de acuerdo a los planes establecidos					
4	Las políticas adoptadas por la organización contribuyen a su desarrollo personal					
5	Se logran los objetivos de acuerdo a los planes establecidos de la organización					
6	La organización tiene un plan para lograr objetivos					
7	La junta directiva tiene objetivos claramente definidos en su periodo de gestión					
8	Se emplean estrategias y procedimientos adecuados en la planificación para cumplir los planes establecidos					
9	Los procedimientos administrativos son conocidos por todos los socios					
<b>DIMENSIÓN: ORGANIZACIÓN</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
10	Los socios tienen conocimiento que la organización cuenta con un organigrama estructural					
11	Se organiza y supervisa el buen uso de los recursos propios					
12	Se organiza el mantenimiento de la infraestructura para el adecuado funcionamiento de la organización					
13	La junta directiva coordina con los socios para realizar actividades					
14	La coordinación que se realizan se llegan a ejecutar					
15	Los conflictos entre los niveles jerárquicos de la organización son muy comunes					
16	Están claramente definido las funciones de la organización					
<b>DIMENSIÓN: DIRECCIÓN</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
17	Existe comunicación dentro de la organización					
18	Considera que la comunicación a nivel de la organización es deficiente					
19	La junta directiva direcciona los planes de trabajo consultando a los socios					
20	La junta directiva influye significativamente en el manejo del mercado					
21	La junta directiva realiza motivaciones a los socios por sus actitudes favorables y creativas					
22	La motivación que suele dar la junta directiva del Mercado Modelo es la adecuada					
<b>DIMENSIÓN: CONTROL</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
23	Existe el control previo en las actividades y procedimientos de la organización					
24	En su organización se realiza el control previo					
25	Le parece que el control concurrente es efectuado eficientemente en la organización					
26	Las actividades del control concurrente se realizan frecuentemente en la organización					
27	El control posterior se aplica después que las actividades han sido ejecutadas					
28	La junta directiva realiza frecuentemente un control posterior a través de las verificaciones en las actividades realizadas					
29	La junta directiva a través de un control posterior verifica todas las actividades con la finalidad de detectar deficiencias y tomar decisiones					
30	Se realizan medidas correctivas y preventivas en el Mercado Modelo					

### Anexo 3: Solicitud de autorización para realización de estudio.

Puerto Maldonado, 16 de Julio 2019

**Señor:** Yemi Paul Portocarrero Enrique  
Presidente de la Asociación del Mercado Modelo  
Presente.

**Asunto: Solicito autorización para realizar investigación de tesis**

Previa un cordial saludo solicito a su digno despacho la autorización a fin de realizar la investigación de pre grado, intitulado "LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO 2018" de la Universidad Nacional Amazónica De Madre De Dios, tesis que dará realce a la gestión administrativa del Mercado Modelo a fin de generar un desarrollo en el ámbito administrativo de su asociación.

Sin otro en particular le reiteramos nuestras consideraciones y estima personal.

Atentamente



Bach. Ruder Vargas Garcia



Recibido

## Anexo 4: Solicitud de validación de instrumento.

SOLICITO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Puerto Maldonado, 25 de julio del 2019

Señor:

Guido Holguin Ferrer


La presente tiene por finalidad su colaboración para determinar la validez de contenido de los instrumentos de recolección de datos a ser aplicados en el estudio denominado "GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018"

Su valiosa ayuda consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variables, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas.

Agradeciendo de antemano su valiosa colaboración, se despide de usted,

Atentamente,

  
.....  
Bach. Ruder Vargas Garcia  
DNI: 71909052

  
MS Guido Holguin Ferrer

SOLICITO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Puerto Maldonado, 25 de julio del 2019

Señor:

Mag. ALONSO ROMANI CLAROS

La presente tiene por finalidad su colaboración para determinar la validez de contenido de los instrumentos de recolección de datos a ser aplicados en el estudio denominado "GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018"

Su valiosa ayuda consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variables, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas.

Agradeciendo de antemano su valiosa colaboración, se despide de usted,

Atentamente,



Bach. Ruder Vargas Garcia

DNI: 71909052



31/07/19

**SOLICITO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS**

Puerto Maldonado, 25 de julio del 2019

Señor: Mgt Rolando Espinoza Berrientos

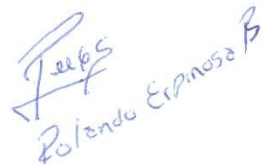
La presente tiene por finalidad su colaboración para determinar la validez de contenido de los instrumentos de recolección de datos a ser aplicados en el estudio denominado "GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018"

Su valiosa ayuda consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variables, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas.

Agradeciendo de antemano su valiosa colaboración, se despide de usted,

Atentamente,

  
.....  
Bach. Ruder Vargas Garcia  
DNI: 71909052

  
Rolando Espinoza B

## Anexo 5: Ficha de validación.

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

#### I. DATOS GENERALES

**Título del trabajo de investigación**

"GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018"

**Nombre de instrumento:**

Encuesta para describir LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018

**Investigador:**


Bach. Ruder Vargas Garcia.

CRITERIOS	Nunca 0-20%	Casi nunca 21-40%	Raras veces 41-60%	A veces 61-80%	Muchas veces 81-100%
Relación entre variable y dimensiones					X
Relación entre variable y los indicadores				X	
Relación entre indicador y la pregunta				X	
La pregunta mide lo que se propone medir				X	
La relación es clara, precisa y comprensible					X

#### II. LUEGO DE REVISADO, EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

Debe corregirse

  
Mg. Guido Holguin Ferrero

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### I. DATOS GENERALES

**Título del trabajo de investigación**

"GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018"

**Nombre de instrumento:**

Encuesta para describir LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018

**Investigador:**

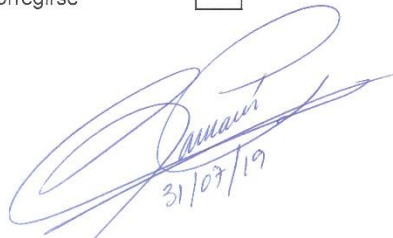
Bach. Ruder Vargas Garcia.

CRITERIOS	Nunca 0-20%	Casi nunca 21-40%	Raras veces 41-60%	A veces 61-80%	Muchas veces 81-100%
Relación entre variable y dimensiones				X	
Relación entre variable y los indicadores					X
Relación entre indicador y la pregunta				X	
La pregunta mide lo que se propone medir				X	
La relación es clara, precisa y comprensible				X	

### II. LUEGO DE REVISADO, EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

Debe corregirse

  
31/07/19

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

I. DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación

"GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018"

Nombre de instrumento:

Encuesta para describir LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL MERCADO MODELO DE PUERTO MALDONADO - 2018

Investigador:

Bach. Ruder Vargas Garcia.

CRITERIOS	Nunca 0-20%	Casi nunca 21-40%	Raras veces 41-60%	A veces 61-80%	Muchas veces 81-100%
Relación entre variable y dimensiones					X
Relación entre variable y los indicadores				X	
Relación entre indicador y la pregunta					X
La pregunta mide lo que se propone medir				X	
La relación es clara, precisa y comprensible					X

II. LUEGO DE REVISADO, EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

Debe corregirse

*Fuente  
Polanco Espinosa B.*



## Anexo 5: Consentimiento informado.



"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"  
"Madre de Dios, Capital de la Biodiversidad del Perú"  
"ASOCIACION DE COMERCIANTES UNIDOS DEL MERCADO MODELO-"ACUMM"  
Fundado el 19 de Julio de 1992 - RR.PP. Folio 141

Puerto Maldonado, 17 de Julio del 2019.

**OFICIO N° 014-2019-CONS.DIREC /P/ACUMM-MDD**

**SEÑOR:**  
**BACH: ADMINISTRACION**  
**Ciudad.-**

**ASUNTO: RESPUESTA A SOLICITUD.**

\*\*\*\*\*

*Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para saludarlo cordialmente y por medio de la presente se le informa que se accede la solicitud de autorización a fin de realizar la investigación de su tesis pre-grado, intitulado, de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.*

*Así mismo indicarle que los datos que serán vertidos a través del estudio tendrán acceso de conocimiento de la junta directiva, para ser usados únicamente a partir de la fecha del presente oficio y con una vigencia de 3 meses (3 meses).*

*Sin otro en particular, reiterando mi agradecimiento, me despido de usted no sin antes reiterarle las muestras de mi estima y deferencia personal.*

*Atentamente,*

ASOCIACION DE COMERCIANTES UNIDOS DEL MERCADO MODELO  
PUERTO MALDONADO - MADRE DE DIOS  
*Juan Carlos Cordero*  
Presidente Ejecutivo