



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“INFLUENCIA DE LOS PROCESOS OPERATIVOS EN LA TOMA DE DECISION DE COMPRA DE LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES GRUPO HORNA S.A.C. “GH BUS” DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2015”.

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración**

**Autores:**

Juana Iris Calderón Hurtado  
María del Carmen Casas Chusho

**Asesor:**

Jimmy Frank Oblitas Cruz.

Cajamarca – Perú  
2015

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>1</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
1.1. Realidad problemática .....	4
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Justificación.....	5
1.4. Limitaciones .....	6
1.5. Objetivos .....	6
1.5.1. <i>Objetivo General</i> .....	6
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	7
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
2.1. Antecedentes .....	8
2.2. Bases Teóricas .....	11
2.3. Definición de términos básicos .....	25
<b>CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS.....</b>	<b>28</b>
3.1. Formulación de la hipótesis .....	28
3.2. Operacionalización de variables .....	28
<b>CAPÍTULO 4. MATERIAL Y MÉTODOS .....</b>	<b>31</b>
4.1. Tipo de diseño de investigación.....	31
4.2. Material. ....	31
4.2.1. <i>Unidad de estudio</i> .....	31
4.2.2. <i>Población</i> .....	31
4.2.3. <i>Muestra</i> .....	32
4.3. Métodos.....	32
4.3.1. <i>Técnicas de recolección de datos y análisis de datos</i> .....	33
4.3.2. <i>Procedimientos</i> .....	34
<b>CAPÍTULO 5. RESULTADOS .....</b>	<b>36</b>
5.1. Contrastación de Hipótesis.....	61
5.1.1. <i>Prueba de hipótesis General</i> .....	61
5.1.2. <i>Prueba de hipótesis específica 1</i> .....	63

5.1.3.	<i>Prueba de hipótesis específica 2</i> .....	64
5.1.4.	<i>Prueba de hipótesis específica 3</i> .....	66
<b>CAPÍTULO 6.</b>	<b>DISCUSIÓN</b> .....	<b>68</b>
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>71</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>72</b>
	<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>73</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>77</b>
	ANEXO n.º 1. Matriz de Consistencia.....	77
	ANEXO n.º 2. Encuesta.....	79
	ANEXO n.º 3. Ficha de Observación.....	81
	ANEXO n.º 4. Tabla para calificación de trabajo.....	82
	ANEXO n.º 5. Tabla para calificación de Ritmo de trabajo.....	83
	ANEXO n.º 6. Escala SERVQUAL.....	85
	ANEXO n.º 7. Ejemplo de formatos de respuesta LIKERT.....	86
	ANEXO n.º 8. Mapa de procesos.....	87
	ANEXO n.º 9. Flujograma – Atención al cliente.....	88
	ANEXO n.º 10. Ficha de proceso – Atención al cliente.....	89
	ANEXO n.º 11. Ficha de indicador – Atención al cliente.....	89
	ANEXO n.º 12. Flujograma – Atención de quejas.....	90
	ANEXO n.º 13. Ficha de proceso – Atención de quejas.....	91
	ANEXO n.º 14. Ficha de indicador – Atención de quejas.....	91
	ANEXO n.º 15. Flujograma – Promociones.....	92
	ANEXO n.º 16. Ficha de proceso – Promociones.....	93
	ANEXO n.º 17. Ficha de indicador – Promociones.....	93
	ANEXO n.º 18. Flujograma – Mantenimiento de buses.....	94
	ANEXO n.º 19. Ficha de proceso – Mantenimiento de buses.....	95
	ANEXO n.º 20. Ficha de indicador - Mantenimiento de buses.....	95
	ANEXO n.º 21. Ficha de Validación de instrumento.....	96
	ANEXO n.º 22. Base de Datos de Clientes representando a la población.....	97

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	33
Tabla N°2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	33
Tabla N°3 ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD .....	35
Tabla N°4 RESULTADOS PREGUNTA N° 1 .....	36
Tabla N°5 RESULTADOS PREGUNTA N° 2 .....	37
Tabla N°6 RESULTADOS PREGUNTA N° 3 .....	38
Tabla N°7 RESULTADOS PREGUNTA N° 4 .....	39
Tabla N°8 RESULTADOS PREGUNTA N° 5 .....	40
Tabla N°9 RESULTADOS PREGUNTA N° 6 .....	41
Tabla N°11 RESULTADOS PREGUNTA N° 8 .....	43
Tabla N°12 ESTUDIOS DE TIEMPO .....	44
Tabla N°13 RESULTADOS PREGUNTA N° 9 .....	45
Tabla N°14 RESULTADOS PREGUNTA N° 10 .....	46
Tabla N°15 RESULTADOS PREGUNTA N° 11 .....	47
Tabla N°16 RESULTADOS PREGUNTA N° 12 .....	48
Tabla N°17 RESULTADOS PREGUNTA N° 13 .....	49
Tabla N°18 RESULTADOS PREGUNTA N° 14 .....	50
Tabla N°19 RESULTADOS PREGUNTA N° 15 .....	51
Tabla N°20 RESULTADOS PREGUNTA N° 16 .....	52
Tabla N°21 RESULTADOS PREGUNTA N° 17 .....	53
Tabla N°22 RESULTADOS PREGUNTA N° 18 .....	54
Tabla N°23 RESULTADOS PREGUNTA N° 19 .....	55
Tabla N°24 RESULTADOS PREGUNTA N° 20 .....	56
Tabla N°25 RESULTADOS PREGUNTA N° 21 .....	57
Tabla N°26 RESULTADOS PREGUNTA N° 22 .....	58
Tabla N°27 RESULTADOS PREGUNTA N° 23 .....	59
Tabla N°28 RESULTADOS PREGUNTA N° 24 .....	60

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1.</b> NÚMERO DE CLIENTES QUE CONOCEN LOS TIPOS DE PUBLICIDAD DE LA EMPRESA.....	36
<b>GRÁFICO 2.</b> NÚMERO DE CLIENTES QUE HAN VISUALIZADO LA PUBLICIDAD DE LA EMPRESA.....	37
<b>GRÁFICO 3.</b> NÚMERO DE CLIENTES QUE HAN TENIDO PROMOCIONES EN PASAJES.....	38
<b>GRÁFICO 4.</b> NÚMERO DE HORARIOS CONVENIENTES QUE OFRECE LA EMPRESA .....	39
<b>GRÁFICO 5.</b> NÚMERO DE RUTAS CONVENIENTES QUE OFRECE LA EMPRESA .....	40
<b>GRÁFICO 6.</b> PORCENTAJE DE INFLUENCIA DE DECISIÓN FRENTE A LOS RECLAMOS.....	41
<b>GRÁFICO 7.</b> PORCENTAJE DE INFLUENCIA DE DECISIÓN FRENTE A LAS FALLAS PERCIBIDAS.....	42
<b>GRÁFICO 8.</b> PORCENTAJE DE INFLUENCIA DE DECISIÓN FRENTE AL CUMPLIMIENTO DE HORARIOS ESTABLECIDOS .....	43
<b>GRÁFICO 9.</b> PORCENTAJE DE INFLUENCIA DE DECISIÓN FRENTE A LA AGILIDAD QUE TIENEN LOS COLABORADORES.....	45
<b>GRÁFICO 10</b> PORCENTAJE DE INFLUENCIA DE DECISIÓN FRENTE A TRATAR CON LOS COLABORADORES INFORMADOS ACERCA DE LA EMPRESA.....	46
<b>GRÁFICO 11.</b> NÚMERO DE SEÑALIZACIONES DE SEGURIDAD.....	47
<b>GRÁFICO 12.</b> NÚMERO DE VIGILANTES QUE PERCIBIÓ EN LA EMPRESA.....	48
<b>GRÁFICO 13.</b> PORCENTAJES DE EQUIPAJES EXTRAVIADOS.....	49
<b>GRÁFICO 14.</b> NÚMERO DE BUSES MODERNOS.....	50
<b>GRÁFICO 15.</b> PORCENTAJE DE BUSES LIMPIOS QUE PERCIBIÓ.....	51
<b>GRÁFICO 16.</b> PORCENTAJE DE CLIENTES QUE VIAJAN POR VACACIONES O ENTRETENIMIENTO.....	52
<b>GRÁFICO 17.</b> PORCENTAJE DE VIAJES POR NEGOCIO.....	53

## RESUMEN

La presente investigación se realizó en la empresa de transportes Grupo Horna S.A.C "GH Bus" de la ciudad de Cajamarca, en el año 2015, de allí que el propósito de la presente investigación consistió en responder a la pregunta principal: ¿Cómo influye los procesos operativos en la toma de decisión de compra de los clientes externos de la empresa de Transportes Grupo Horna S.A.C. "GH Bus" de la ciudad de Cajamarca?, para ello fue necesario la definición de la influencia de la gestión de ventas en la toma de decisión de compra de los clientes externos, luego se describió la Prestación del Servicio y finalmente la Calidad del servicio.

El estudio se sustenta en la teoría y práctica de la calidad: Enfoque basado en procesos en el Modelo EFQM, Gestión por procesos y Teoría de la decisión de Hebert A. Simon. Metodológicamente el trabajo investigativo se aborda desde la perspectiva de los tipos de estudio No experimental, Correlacional- Causal, con la aplicación de un diseño de investigación de campo donde la población estuvo formada por 500 clientes externos, de los cuales quedó un tamaño muestral de 152 clientes externos. La técnica que se aplicó fue una encuesta formada por un cuestionario de 24 preguntas cerradas en escala de Lickert, que fue validado por juicio de experto y se determinó su confiabilidad mediante el alfa de Cronbach cuyo valor fue de 0,881 y una ficha de Observación directa para determinar los tiempos. En el procesamiento de datos, se concluye que existe influencia significativa entre los procesos operativos y la toma de decisión de compra de los clientes externos de la empresa "GH Bus". Se puede precisar, entonces que los procesos operativos influyen significativamente en la toma de decisión de compra de los clientes externos, es decir a mayores valores en la aplicación de la eficiencia de los procesos operativos se obtienen valores altos en la toma de decisión de compra de los clientes externos.

Los procesos operativos que predominaron fueron el proceso de gestión de ventas, prestación del servicio y Calidad del servicio ( $p=0.00$ ).

## ABSTRACT

This research was conducted in the carrier Horna SAC "GH Bus" Group of the city of Cajamarca, in 2015, hence, the purpose of this investigation was to answer the main question: How does the process operating in making purchasing decisions from external customers in the carrier Horna SAC "GH Bus" in the city of Cajamarca?, for it was necessary to define the influence of sales management in making purchasing decisions for external customers, then the service is described and finally the Quality of service .

The study is based on the theory and practice of quality: Process approach in the EFQM Model, Process Management and Decision Theory Hebert A. Simon. Methodologically the research work is approached from the perspective of the types of study not experimental, Correlational- Causal, with the implementation of a research design field where the population consisted of 500 external customers, of which he was a sample size of 152 external customers. The technique used was a survey consists of a questionnaire of 24 questions closed scale Lickert, which was validated by expert judgment and reliability determined by Cronbach's alpha whose value was 0.881 and a form of direct observation to determine time. Data processing, it is concluded that there is significant influence between operational processes and decision making of purchasing external customers of the company "GH Bus". You can specify, then business processes significantly influence decision-making purchase external customers, it means to higher values in the application of the efficiency of operational processes high values are obtained in making purchasing decision external customers.

Operational processes were the predominant sales process management, service delivery and service quality ( $p = 0.00$ ).

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**



## REFERENCIAS

- Ortega, A (2008-2009). *Análisis y mejora de los procesos operativos y administrativos del Centro de Producción Confecciones de la Fundación Benéfica Acción Solidaria*. (Tesis Licenciatura). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Chávez, C & Córdova, M (2009), *Metodología Integradora de Procesos Empresariales aplicada a la Empresa EPSEL S.A. a la Gestión del Área de Control de Calidad para plantear soluciones viables sistemáticamente con las nuevas tecnologías emergentes*, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.
- Rojas, M, Urbaneja, X.R, Vizcaíno, A J (2011). *Factores que influyen en la toma de decisiones del cliente al momento de elegir servicios bancarios Cumaná- Estado Sucre II Trimestre del 2011*. (Tesis Licenciatura). Universidad de Oriente Núcleo de Sucre. Cumaná.
- Bustamante, H (2003). *Modelo de toma de decisiones del consumidor de seguros*, (Tesis Magistrado). Universidad Nacional de Colombia. Medellín, Colombia.
- Vásquez, A (2010). *Gestión de la Información para la toma de decisiones en la Clínica San Martín de Porres S.R.L* (Trabajo de Prácticas). Universidad Nacional de Cajamarca. Perú.
- Perez, J. (2012): *Gestión por procesos*. 5ª edición, Madrid.
- Hodge, B., Anthony, W., & y Gales, L. (2003). *Teoría de la Organización. Un enfoque Estratégico*. (6.ª ed.). Madrid: Pearson Educación Hall.
- Chiavenato, I. (2003). *Administración. Proceso Administrativo*. Colombia.
- Daft, R. (2007). *Teoría y diseño Organizacional*. Mexico
- Arellano, R. (2008). *Comportamiento del consumidor. Enfoque América Latina*. México, D.F.
- Hoyer, W. & MaCInnis, D. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Cruz Manca, Santa fe.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D. & Cruz, I. (2004). *Marketing*. (10.ª ed.). Madrid, España: Pearson Educación.

- Charles, L., Hair, J. & Mcdaniel, C. (2002). Marketing. México: International Thomson Editores.
- Oteo Ochoa, L. (2006). Manuales de dirección médica y gestión clínica. [Versión electrónica].  
[http://books.google.com.pe/books?id=bVbxvdyVjM8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=bVbxvdyVjM8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Bonome, M (2010). La racionalidad en la toma de decisiones: Análisis de la Teoría de la Decisión de Hebert A. Simon. España: Netbiblo. Primera edición. [Versión electrónica].  
[http://books.google.com.pe/books?id=Pf1\\_uO6824AC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=Pf1_uO6824AC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Sangüesa, M, Dueñas, R & Ilzarbe, L (2006). Teoría y práctica de calidad. Madrid: Paraninfo. Primera edición. [Versión electrónica].  
[http://books.google.com.pe/books?id=cUjBxymwhuQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=cUjBxymwhuQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Hernández, R., Hernández, C. & Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. México: Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.
- Quezada, N. (2010). Metodología de la Investigación. Lima - Perú: EMPRESA EDITORA MACRO.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Caballero, A. (2011). Metodología Integral Innovadora para Planes y Tesis. Lima - Perú: INSTITUTO METODOLÓGICO ALEN CARO.
- Forouzan, B. (2003). Introducción a la Ciencia de la Computación de la Manipulación de Datos a la teoría de la Computación. México: INTERNATIONAL THOMSON EDITORES.
- Hernández, R., Hernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.
- Escudero, M. (2011). Gestión Comercial y Servicio de Atención al cliente. MADRID, España: Ediciones Paraninfo.

De la Encarnación Gabín, A. (2014). Gestión Comercial y Servicio de Atención al cliente. MADRID, España: Thomson Editores Spain.

Alles, M. (2009). Dirección Estratégica de Recursos Humanos (3). México: Gránica.

Horovitz, J. (2006). Los secretos del servicio al cliente. Madrid: Pearson.

Paz, R. (2010). Atención al cliente. Bogotá: X-Press.

Chiavenato, I. (2004). Administración de Recursos Humanos (5). Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

Asociación Española Para la Calidad. (2003). Cómo Medir la Satisfacción del Cliente. España: AEC.

[http://books.google.com.pe/books?id=5\\_aHCogvwyEC&pg=PA3&dq=C%C3%B3mo+Medir+la+Satisfacci%C3%B3n+del+Cliente+2003&hl=es&sa=X&ei=HUS\\_U9fWM4TNsQTUuYDABA&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=5_aHCogvwyEC&pg=PA3&dq=C%C3%B3mo+Medir+la+Satisfacci%C3%B3n+del+Cliente+2003&hl=es&sa=X&ei=HUS_U9fWM4TNsQTUuYDABA&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false).

Berry, L. (2002). Un buen servicio ya no basta, cuatro principios del servicio excepcional al cliente. Bogotá, Colombia: NORMA.

<http://books.google.es/books?id=BuzZqnhYpRcC&pg=PA103&dq=confiabilidad+en+los+servicios&hl=es&sa=X&ei=CdQVIquEsTJgwTapYAI&ved=0CCgQ6AEwAQ#v=onepage&q=confiabilidad%20en%20los%20servicios&f=false>.

Gabriel, A.S. (2003). Medición de la calidad de los servicios. (Tesis de Maestría). Universidad del Cema, Buenos Aires, Argentina.

Rodríguez, E.A. (2005). Metodología de la investigación. Tabasco, México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

<http://books.google.es/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA30&dq=Anal%C3%ADtico+%E2%80%93+inductivo.&hl=es&sa=X&ei=XXxBVLrQEYzgwS3pIJA&ved=0CCgQ6AEwAQ#v=onepage&q=Anal%C3%ADtico%20%E2%80%93%20inductivo.&f=false>.

Tejada, B. (2007). Administración de servicios de administración. (2.<sup>a</sup> ed). Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.

[http://books.google.es/books?id=GxTF74WTNAYC&pg=PA255&dq=Seguridad+en+los+servicios&hl=es&sa=X&ei=1\\_4VLLyHNPgsATgtlHoAg&ved=0CDkQ6AEwAw#v=onepage&q=Seguridad%20en%20los%20servicios&f=false](http://books.google.es/books?id=GxTF74WTNAYC&pg=PA255&dq=Seguridad+en+los+servicios&hl=es&sa=X&ei=1_4VLLyHNPgsATgtlHoAg&ved=0CDkQ6AEwAw#v=onepage&q=Seguridad%20en%20los%20servicios&f=false).

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5.<sup>a</sup> ed.). México: Mc Graw Hill.

Aquino, N. (2013). *Estrategias de Mercadeo para el mejoramiento de la gestión Comercial con el Método Neurosensorial de fijación de Marcas en la empresa Ferre Naval C.A. Ubicada en la zona industrial Castillito, Estado Carabobo.* (Trabajo de Grado para Licenciatura). Universidad de José Antonio Páez, San Diego.

Arróspide, C. (2009). Manual de Calidad para Transporte Turístico. [en línea]. Recuperado el 9 de octubre de 2015. De.  
<https://es.scribd.com/doc/30365462/MANUAL-DE-CALIDAD-PARA-TRANSPORTE-TURISTICO>.