



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"



HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

E. A. P. DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**"MEDIDAS DE RENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA
EN EL ÉXITO EMPRESARIAL DEL BCP FILIAL
HUANUCO 2015"**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

TESISTAS:

Bach. ALCEDO PABLO, Isaac Pascual

Bach. FABIAN JARA, Liver

Bach. ILDEFONSO MATOS, Miguel Ángel

HUANUCO – PERU

2016

DEDICATORIA

A todos aquellos que creyeron en mí, a mis queridos padres, por su incansable apoyo, a mis hermanos por su comprensión en el diario trajinar de mi vida de estudiante.

Isaac pascual

A las personas que son a razón de mi existir, mis padres y a todas las aquellas que hicieron lo posible de hacer realidad este trabajo

Liver

A mi madre, por ser comprensiva, fuente de inspiración y superación. Y sobre todo por haber contribuido en mi formación profesional.

Miguel Angel

AGRADECIMIENTO

Agradecemos profundamente a los catedráticos de la facultad de ciencias administrativas por brindarnos sus conocimientos científicos durante los años de estudio y que gracias a ellos hemos podido lograr el objetivo que era adquirir conocimientos y culminar satisfactoriamente nuestra carrera universitaria,

INTRODUCCION

Cada vez son más los directivos que están cambiando los sistemas de medición del rendimiento de sus empresas y que buscan; medidas no financieras de tipo cualitativo, pues los indicadores principales no se pueden encontrar "solamente" en los datos financieros. Quien busque medir y controlar solamente este tipo de datos, que generalmente vienen de contabilidad, corre el riesgo de quedarse obsoleta, hay que empezar de cero y preguntarse: ¿Dada nuestra estrategia, cuáles son las medidas más importantes del rendimiento? ¿Cómo se relacionan estas medidas entre sí?, ¿Qué medidas son las que predicen de verdad el éxito empresarial a largo plazo en nuestra compañía? Para el presente trabajo, las medidas claves del rendimiento, retroalimentación y éxito de una empresa, serán las siguientes: Rentabilidad Financiera, Cuota de Mercado, Productividad Empresarial, Desarrollo Tecnológico, Rentabilidad de Gestión y Futuro Institucional. En la década de los ochenta, lo que más se medía era la calidad, en los noventa la satisfacción del cliente, hasta tal punto que muchas empresas tienen un departamento de satisfacción del cliente. Lo importante es que las medidas que se lleven a cabo apoyen las estrategias, y que estas vayan dirigidas a superar las expectativas de los clientes externos. La productividad tiene que ver con los recursos empleados para alcanzar los resultados obtenidos. No es una fórmula cuantitativa. Es subjetiva y no se obtiene de ella una cifra ni un porcentaje concreto y para evaluarla se requiere acudir a la intuición y la experiencia. *Al utilizar el ratio indicado, lo importante es que los directivos pueden calcular si tienen una alta o baja Rentabilidad de Gestión.* Existen gerentes y funcionarios que trabajan sin mediciones estableciéndose que no hay sensación de logro y hay poco o ningún motivo para intentar mejorar, porque el individuo

experimenta una sensación de realización cuando el sistema de mediciones le proporciona retroalimentación directa que lo conduce al éxito. Los únicos que no desean que se les haga algún tipo de medición son aquellos que obtienen resultados deficientes, aquellos que trabajan mal. El gran problema es que casi siempre, el desempeño del personal se mide al final, por eso la retroalimentación no es inmediata ni relevante, los trabajos importantes no se miden.

Se demuestra, que la administración empírica realizada sin base a indicadores de medida del rendimiento, no permite determinar la productividad empresarial, de modo cualitativo, Existen casos de gestión que no mide lo que hace o logra, administración que no conoce la situación en que se encuentra y camina a ciegas sin rumbo definido. Se gestiona sin el uso cualitativo de indicadores de medida que tienen aplicación empresarial que no les hace posible evaluar los logros para aplicar correctivos y realizar mejoramientos continuos. No pueden mejorar aquello que no tienen medido. El Gerente debe emplear indicadores de medida del rendimiento para demostrar su efectividad gerencial y permitir el logro de los objetivos empresariales.

El presente trabajo de investigación contendrá 6 capítulos fundamentales, siendo:

Capítulo I. Planteamiento del Problema

Capítulo II. Marco Teórico

Capítulo III. Marco Metodológico

Capítulo IV. Marco de Resultados

Capítulo VI. Discusión de Resultados

Lo que se pone a disposición de los miembros del Jurado para su revisión y dictamen.

RESUMEN

El objetivo central del presente trabajo de investigación es: determinar que las medidas del rendimiento inciden significativamente en el éxito empresarial del BCP - filial Huánuco durante el año 2015 que opera en el distrito de Huánuco; para determinar las incidencias, se tomará en cuenta la eficiencia, eficacia y adaptabilidad (flexibilidad) expresado por la experiencia del servicio financiero vivido por cada cliente que finalmente lo analiza, valora, interpreta y califica la realidad administrativa, técnica y financiera a través de indicadores cualitativos con encuesta que será aplicada a una muestra de 64 clientes; metodológicamente se desarrollará una investigación aplicada, de tipo descriptivo, con dimensión correlacional, de nivel explicativo a dos variables en estudio (Medidas del Rendimiento) como causa; (Éxito Empresarial) como efecto, caracterizando su problemática; se formula el problema, objetivos e hipótesis a nivel general y específicos, que serán resueltos y demostrados de acuerdo al diseño no experimental y esquema de investigación en sus variantes, Transeccional, por ser descriptiva-explicativa; y Longitudinal, por abarcar el periodo de estudio: año 2015; la población de estudio lo representan las empresas bancarias localizadas en el distrito de Huánuco; la muestra estará representada por el BCP filial Huánuco en 24 clientes que hacen uso efectivo del servicio financiero, escogida por su magnitud empresarial y volumen de operaciones; los métodos de investigación a emplearse son la observación, el analítico, el descriptivo-explicativo, el inductivo, el deductivo y el sintético; las técnicas e instrumentos a emplearse para la recopilación de datos

VII

serán el análisis documental-ficha bibliográfica; la encuesta--cuestionario; para el procesamiento de datos; se empleará la estadística descriptiva inferencial para presentar los resultados del trabajo de campo, en cuadros, tablas y gráficas, cada una con su respectivo análisis e interpretación para arribar a conclusiones preliminares por cada dimensión e indicador analizado a nivel cualitativo y cuantitativo mediante la Ji Cuadrada con estimaciones cuánticas (en números y porcentajes) para su entendimiento y comprensión.

ÍNDICE

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Introducción.....	IV
Resumen	VI
Índice	VIII

CAPÍTULO I**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	10
1.2 Formulación del Problema	11
1.2.1 Problema General.....	11
1.2.2 Problemas Específicos	11
1.3 Objetivos	12
1.3.1 Objetivo General	12
1.3.2 Objetivos Específicos	12
1.4 Hipótesis	13
1.4.1 Hipótesis General	13
1.4.2 Hipótesis Específico	13
1.5 Sistema de Variables, Dimensión e Indicadores	14
1.5.1 Variable Independiente.....	14
1.5.2 Variable Dependiente	15
1.5.3 Variable Interviniente	16
1.6 Justificación e Importancia.....	17
1.7 Viabilidad	17
1.8 Limitaciones	19

CAPÍTULO II**MARCO TEÓRICO**

2.1	Antecedentes de Investigación	20
2.2	Base Teórica.....	27
2.3	Definición de Términos	36

CAPÍTULO III**MARCO METODOLÓGICO**

3.1	Tipo y Nivel de Investigación	41
3.1.1	Tipo de Investigación.....	41
3.1.2	Nivel de Investigación.....	42
3.1.3	Esquema y diseño de Investigación	43
3.2	Métodos de Investigación	44
3.3	Universo Población y Muestra	44
3.3.1	Universo	44
3.3.2	Muestra.....	45
3.4	Técnicas de Recolección y Tratamiento de Datos	46
3.5	Procesamiento y Presentación de Datos	47

CAPÍTULO IV**PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1	Presentación.....	49
4.2	Análisis.....	49
4.3	Interpretación.....	49
4.4	Resultados.....	50

CONCLUSIONES	74
SUGERENCIAS	76
BIBLIOGRAFÍA	78
ANEXOS.....	80

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCION DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Sin mediciones no hay sensación de logro y hay poco o ningún motivo para intentar mejorar, porque el individuo experimenta una sensación de realización cuando el sistema de medición le proporciona retroalimentación directa. Los únicos que no desean que se les haga algún tipo de medición son aquellos que obtienen resultados deficientes, aquellos que trabajan mal. El gran problema es que, casi siempre, el desempeño se mide al final, por eso la retroalimentación debe ser inmediata, además de relevante; todos los trabajos importantes deben medirse. Se demuestra, que la administración realizada en base a indicadores de medida del rendimiento, permite determinar la productividad empresarial, de modo cualitativo. Administración que no mide lo que hace o logra, administración que no conoce la situación en que se encuentra y camina a ciegas sin rumbo definido. Existen indicadores de medida de aplicación empresarial que hace posible evaluar los logros que se vienen alcanzando para aplicar correctivos y realizar

mejoramientos continuos. Solo se puede mejorar aquello que se tiene medido. El Gerente debe emplear indicadores de medida del rendimiento para demostrar su efectividad gerencial y permitir el logro de los objetivos empresariales. La productividad empresarial se determina solo de modo científico y técnico (más no de forma empírica) cuando se tiene como base técnica los resultados alcanzados que han sido medidos, para este caso, por indicadores de tipo cualitativo. Los indicadores de medida del rendimiento y productividad empresarial tienen aplicabilidad en la micro, pequeña, mediana, grandes empresas y corporaciones. En las actuales situaciones de alta competitividad y expansión de mercados es necesario y urgente trabajar en base a indicadores de medida del rendimiento para la retroalimentación con mejora continua y así lograr el éxito empresarial. La medición forma parte de la vida del ser humano que lo hace de modo empírico debiendo realizarlo también de forma científica y técnicas.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son las medidas del rendimiento que inciden en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco en el año 2015?

1.2.2. Problemas Específicos

- a. ¿Cómo incide en éxito empresarial del BCP filial Huánuco el Indicador de EFICACIA durante el año 2015?

- b. ¿Cómo incide en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco el Indicador de EFICIENCIA durante el año 2015?
- c. ¿Cómo incide en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco el Indicador de ADAPTABILIDAD (Flexibilidad) durante el año 2015?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar las medidas del rendimiento que inciden en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco durante el año 2015

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Determinar la incidencia del Indicador de EFICACIA en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015
- b. Establecer la incidencia del Indicador de EFICIENCIA en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015
- c. Determinar la incidencia del indicador de ADAPTABILIDAD en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015

1.4 HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis General

Ha Las medidas del rendimiento inciden significativamente en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco ya que tuvo resultados favorables en términos de eficacia, eficiencia y adaptabilidad (flexibilidad) durante el año 2015

Ho. Las medidas del rendimiento no inciden significativamente en el éxito empresarial del BCP ya que alcanzó resultados desfavorables en términos de eficacia, eficiencia y adaptabilidad (flexibilidad) durante el año 2015.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- a. El Indicador de EFICACIA tuvo incidencia significativa en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015
- b. El Indicador de EFICIENCIA tuvo incidencia significativa en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015
- c. El indicador de ADAPTABILIDAD (Flexibilidad) tuvo incidencia significativa en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015

1.5. SISTEMA DE VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES

1.5.1. Variable independiente:

INDICADORES DE MEDIDA DEL RENDIMIENTO

DIMENSION I. **Eficacia**

Indicadores

- Clientes satisfechos
- Fidelidad de clientes

DIMENSION II. **Eficiencia**

Indicadores

- Gestión logística
- Procesos de calidad

DIMENSION III. **Adaptabilidad**

Indicadores

- Adaptaciones al consumidor
- Formación del personal

1.5.2. Variable Dependiente:

ÉXITO EMPRESARIAL

DIMENSION IV. Retroalimentación Administrativa

Indicadores

- Estratégica
- Sistémica

DIMENSION V. Retroalimentación técnica

- Rediseño productivo
- Rediseño comercial

DIMENSION VI. Éxito empresarial

- Rentabilidad financiera
- Cuota de mercado
- Productividad empresarial
- Desarrollo tecnológico
- Rentabilidad de gestión

1.5.3. Variable Interviniente

- BCP. Filial Huánuco
- Normativa bancaria
- Organización bancaria
- Gestión bancaria
- Directivos, funcionarios, personal administrativo del BCP-Huánuco
- Resultados administrativos, económicos y financieros.

DEFINICION OPERACIONAL DE VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES

A) VARIABLE INDEPENDIENTE: "MEDIDAS DEL RENDIMIENTO"			
DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL		
	Dimension	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>MEDIDAS DEL RENDIMIENTO, entendida como el conjunto de aspectos medibles, en forma cualitativa o cuantitativa, para determinar el nivel de rendimiento de una empresa, calidad y productividad de los servicios que presta la empresa.</p>	<p>INDICADORES DE EFICACIA (Efectividad)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clientes satisfechos ➤ Fidelidad de clientes 	<p>Técnica: la encuesta. Instrumento : el cuestionario</p>
	<p>INDICADORES DE EFICIENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestión logística ➤ Procesos para calidad del servicio 	<p>Técnica: la Encuesta La Observación, instrumento: El cuestionario Guía Observac.</p>
	<p>INDICADORES DE ADAPTABILIDAD (Flexibilidad)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adaptación a cambios del mercado ➤ Formación del personal 	<p>Técnica: La encuesta Instrumento: El cuestionario</p>

1.6. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

La importancia de la presente investigación se sustenta en lo siguiente:

Importancia Teórica:

Porque se utilizó enfoques científicos y técnicos sobre finanzas empresariales con enfoque moderno **para** su implantación como modelo de evaluación económica, financiera y administrativa para determinar su nivel de retroalimentación empresarial.

Importancia Empírica

Porque en la presente investigación se describe y explica la realidad problemática **para** determinar el nivel de crecimiento y desarrollo empresarial en sus componentes más importantes.

Importancia Metodológica

Porque se empleó la metodología investigativa para su comprensión y entendimiento.

1.7. VIABILIDAD

La investigación se hace viable por la concurrencia de los siguientes factores:

Científica.

Porque se tuvo a disposición los conocimientos científicos con bibliografía actualizada en materia administrativa, económica y financiera.

Técnica.

Porque se contó con las técnicas, tácticas, instrumentos, herramientas, métodos, procedimientos, metodología y asesoramiento profesional, etc. para enfocar el proceso de investigación.

Económica.

Porque se contó con los recursos materiales y económicos necesarios, para sufragar los egresos que demande el desarrollo de la presente investigación.

Social.

La presente investigación es pertinente porque responde a la demanda empresarial de realizar análisis y evaluaciones administrativas, económicas y financieras para determinar sus niveles de liquidez, solvencia, gestión, rentabilidad y capitalización, acorde a los coeficientes alcanzados.

Personal

Por la predisposición y voluntad personal de los investigadores para ejecutar la investigación y lograr nuestra pretensión investigativa y con ello obtener nuestro título profesional,

Procedimental

Los procedimientos operacionales definidos para el proceso de investigación fueron desarrollados conforme al esquema establecido.

1.8 LIMITACIONES

Por antecedentes de investigación

Se contó con suficientes trabajos de investigación pertinentes al tema en estudio para recabar sus conclusiones y conocer el estado actual del conocimiento acorde a las perspectivas de la investigadora.

Colaborativa

Se tuvo adecuado apoyo y colaboración de parte de los funcionarios y trabajadores del BCP filial Huánuco para obtener los datos pertinentes

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACION.

Local

1. "ADMINISTRACIÓN POR INDICADORES DE RENDIMIENTO PARA DETERMINAR LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL- 2008".

Autores: Eduardo Melgarejo Leandro (y) Auberto Oliveros

Conclusiones:

1. "Se demuestra, que la administración realizada en base a indicadores de medida del rendimiento, permite determinar la productividad empresarial, de modo cualitativo y cuantitativo".
2. "Administración que no mide lo que hace o logra, administración que no conoce la situación en que se encuentra y camina a ciegas sin rumbo definido".

3. “Existen indicadores de medida de aplicación empresarial que hace posible evaluar los logros que se vienen logrando para aplicar correctivos y realizar mejoramientos continuos”.
4. “Solo se puede mejorar aquello que se tiene medido”.
5. “El Gerente debe emplear indicadores de medida del rendimiento para demostrar su efectividad gerencial y permitir el logro de los objetivos empresariales”.
6. “La productividad empresarial se determina solo de modo científico y técnico cuando se tiene como base técnica los resultados alcanzados que han sido medidos por indicadores financieros y otros de tipo cualitativo”.
7. “Cementos Lima SA. durante los ejercicios económicos 2007 y 2008 ha alcanzado niveles de eficiencia y eficacia financiera demostrando su productividad empresarial que lo califica como empresa bien administrada”.
8. “Los indicadores de medida del rendimiento y productividad empresarial tienen aplicabilidad a! micro, pequeña, mediana y grandes empresas”,
9. “En situaciones de alta competitividad y expansión de mercados es necesario y urgente trabajar en base a indicadores de medida del rendimiento en términos cuantitativos y cualitativos”.
10. “La medición forma parte de la vida del ser humano que lo hace de modo empírico debiendo realizarlo también de forma científica y técnica”

2. “EFICIENCIAS Y EFICACIAS PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

EN LA REGION HUANUCO”. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración. Autor. Domínguez Sarmiento, Julián. 1998.

Conclusiones:

1. “Las empresas de diversas magnitudes logran éxito empresarial cuando consideran los factores diversos que a nivel macro y micro se dan en el mundo, las naciones, departamentos o distritos, que de una u otra manera influyen para definir su situación final”.
2. “Los directivos de las empresas deben considerar los factores económicos, sociales y políticos para definir sus estrategias que les permitirá alcanzar las eficiencias y eficacias que les permitirá crecer en mercados y rentabilidades”.
3. “La globalización como fenómeno de gran transformación mundial exige a los directivos de las empresas a tener información actualizada sobre el comportamiento de los diversos factores que influyen en las decisiones que hará posible lograr las eficiencias y eficacias para obtener los objetivos y metas trazadas”

Regional

3. **“LA PLANIFICACION ESTRATEGICA Y MEDICIONES DE SATISFACCION DEL CLIENTE”** Tesis para optar el Grado de Maestría. Universidad Nacional del Centro. 1998. Autor. Carbajal Mendoza, Arturo.

Conclusiones

1. “Los directivos de una empresa deben asegurar un eficaz enlace entre la estrategia y las operaciones, porque éste es uno de los principales problemas en muchas empresas: cómo pasa de lo estratégico a lo operativo y ponen gran énfasis en las mediciones de satisfacción del cliente, flexibilidad y productividad”
2. “Los japoneses han dado una lección a los occidentales con el orden que emplean en tres factores de éxito: 1) la satisfacción del cliente, 2) la productividad; y, 3) la flexibilidad
3. “Los objetivos estratégicos se definen en términos de mercado y económicos, luego se formulan las estrategias que nos dicen cómo se van a alcanzar estos objetivos, luego se establecen los indicadores y los objetivos operativos que nos van a ayudar que se alcancen los objetivos superiores, referentes a la satisfacción del cliente, la productividad y la flexibilidad”
4. “La pirámide de la actuación está centrada en la eficacia, pues todas las mediciones y todos los aspectos se refieren a los clientes

externos, al mercado. La eficiencia interna no depende del cliente externo, pero es importante de cara a los resultados de la empresa”

5. “Existen dos clases de medidas: las medidas que reflejan la eficacia y las que se refieren a la eficiencia, todas las cuales deben estar debidamente balanceadas y equilibradas para que se obtengan unos resultados satisfactorios en marketing y finanzas que es lo que buscan casi todas las empresas”

Nacional

“LOS OBJETIVOS DE MERCADO Y FINANCIEROS EN UNA ECONOMIA DE LIBRE MERCADO. Caso peruano. Tesis para optar el Grado de Maestría. UNMSM. Lima.2006

Conclusiones

1. “Para que esté satisfecho el cliente, tiene que estar muy bien gestionadas las expectativas de éste, y para eso necesitamos conocerlas previamente, una empresa solo tiene verdadero sentido si sus clientes están satisfechos”
2. “Un sistema operativo basado en la satisfacción del cliente pone más énfasis en la eficacia, sobre todo en la calidad y la entrega, por lo que debemos saber previamente lo que es la calidad para el cliente, cuáles son sus necesidades, deseos y expectativas de los clientes y hay ideas, encuestas y técnicas para hacerlo como: los índices de satisfacción del cliente, incremento de satisfacción del cliente, número de felicitaciones, número de reclamaciones, etc.”

3. “La flexibilidad entendida como la capacidad de la empresa para adaptarse a los deseos y necesidades de los clientes son variable sobre todo con el tiempo. Hay que anteponer la flexibilidad después de la productividad y darle a aquella la máxima prioridad”
4. “La productividad se refiere a la eficacia con que se gestionan los recursos y relaciona los resultados obtenidos con los recursos que se han empleado. Cualquier recurso que pueda medirse y que sea significativo puede valer como indicador del rendimiento dentro del área de productividad”
5. “Los indicadores de calidad, la marca el cliente externo para quien nosotros trabajamos tiene unas expectativas variables y nosotros tenemos que adaptarnos a ellas, entonces tendremos flexibilidad.

LA EMPRESA COMERCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DE HUANUCO”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Autor: Samaniego Durand, Jesús. 1996.

Conclusiones:

1. “Las empresas que brindan servicios comerciales en el distrito de Huánuco, tiene una administración empírica por lo que sus resultados empresariales son bajos no logrando el éxito que los propietarios se determinan alcanzar”.
2. “La mayoría de las empresas comerciales ubicadas en el distrito de Huánuco, no consideran los factores macroeconómicos ni los

microeconómicos para el análisis de la situación y la toma de decisiones, por lo que no son competitivas y fácilmente son desplazadas en el mercados por la participación de empresas con mayor envergadura y capacidades”.

3. “Poca es la contribución de la mayoría de las empresas de servicios comerciales en el desarrollo económico y social dado al nivel y magnitud de sus operaciones haciéndose necesaria su reorientación, una reingeniería empresarial y un nuevo modelo de su gestión para que logren ser exitosas”

“LA GERENCIA ESTRATEGICA PARA OPTIMIZAR LA GESTION DE LA MICROEMPRESA EN EL DISTRITO DE HUANUCO, 1997”.Autor. Ramos Cornejo, Augusto.

Conclusiones:

1. “Son exitosas las empresas cuando sus directivos, funcionarios y trabajadores tiene una visión, misión, objetivos y metas claramente definidos que les otorga rumbo de gestión permitiéndoles ser óptimos por los resultados que alcanzan”.
2. “El Plan Estratégico se operativiza a través del Plan Operativo que anualmente permite lograr las metas anuales dando sostenibilidad a la empresa y fortalecimiento para definir la durabilidad y sostenibilidad empresarial de modo científico y técnico”.
3. “Los directivos de las empresas se preocupan de incorporar la gerencia estratégica en el manejo de sus asuntos empresariales

porque permite dar rumbo y unidad de acción con estrategias de cooperación, integración y mayor comunicación entre los directivos y trabajadores impulsándolos a lograr mejores resultados que finalmente redundan en el éxito empresarial”.

2.2. BASE TEÖRICA

“CÖMO MEDIR EL RENDIMIENTO EN UNA COMPAÑÍA

Amado Salgueiro, Anabitarte. “Indicadores de Gestión y Cuadro de Mando. España 2001.

“Es relativamente nuevo el énfasis en medir y controlar determinados aspectos de la marcha de la empresa. Dejando aparte lo que dijo Lord Kelvin, nos dice Oriol Amat en su interesante libro "Eva. Un nuevo enfoque para optimizar la gestión, motivar y crear valor", (1) Peter Drucker. “The information executives truly need. 1995 y lo que Francisco Blanco escribió en 1976 en "El control integrado de gestión”, donde hablaba innovadoramente de estos asuntos. Lo que piensa al respecto de los indicadores el autor de estas Líneas es que cada especialista tiene un enfoque distinto respecto a lo que se debe medir. Cada prestigioso gurú intenta pasar a la posteridad, y por eso son tan originales. Todos dicen algo distinto. Pasa lo mismo que con la famosa "reingeniería de procesos", la "planificación estratégica" y tantos otros temas. Todos lo aplican "a su manera" y no hay dos autores que digan lo mismo, aunque todos buscan mejorar el futuro de las organizaciones.

A algunos les han criticado abiertamente, como a Michael Hammer y James Champy, con su famoso "Reengineering the corporation" (1993), en el cual! explicaban muy bien lo que había que hacer, pero no decían "como" habrá que hacerlo"

“HERRAMIENTAS PARA EL DIAGNOSTIC© DE UNA ORGANIZACIÓN.

Peter Drucker. “Estrategia Competitiva”. 1995

“Empezamos por el verdadero gurú de la administración, Peter Drucker. Drucker, en esta ocasión, no nos dice nada nuevo, ni algo que sea original. Publicó un artículo en 1995, titulado "The information executives truly need", en el que nos hablaba de que el ejecutivo necesita utilizar cuatro herramientas para el diagnóstico de una organización, que son:

1. Información básica (flujo de caja, liquidez, ventas, cuentas a cobrar, etc.).
2. Información sobre productividad (nos dice que el análisis económico del valor añadido [AEVA] junto con el benchmarking).
3. Información sobre la capacidad (se refiere a las capacidades que agregan valor al mercado, innovación, etc.).
4. Información sobre los recursos y su distribución (los más importantes y más escasos son el capital y el personal eficiente).

Como vemos, Drucker nos habla de la información que debe tener cualquier directivo que quiera conocer la marcha de su empresa. Pero no nos dice algo del necesario equilibrio que debe existir entre las medidas financieras y no financieras, entre las tangibles y las intangibles, etc., quizá fuera porque no se tomó excesivo interés en el asunto, ya que su preocupación estaba puesta más en lo que acontecerá en el futuro.

De todas formas, Peter Drucker nos ha dicho que las cinco funciones básicas que resumen el trabajo de un directivo son:

1. Establecer objetivos,
2. Organizar.
3. Comunicar y motivar.
4. Medir y evaluar.
5. Desarrollar y formar personas

"El cuarto elemento básico del trabajo del gerente es la área de medición. El gerente establece unidades de medida, y existen pocos factores que sean tan importantes para el desempeño de la organización y de cada integrante de ella. Se ocupa de que cada integrante de la organización tenga mediciones a su disposición que estén enfocadas hacia el desempeño de toda la organización y que al mismo tiempo, enfoquen el trabajo del individuo y le ayuden a realizarlo. Analiza el desempeño, lo valora y lo interpreta. Y una vez más, como en todos los

demás aspectos de su trabajo, comunica tanto el significado de las mediciones como sus descubrimientos, tanto a sus subordinados como a sus superiores". Drucker dice que todo dirigente realiza, en mayor o menor grado, según su especialidad, estas cinco funciones. Y esto nos lo dijo hace casi cincuenta años. Despertó bastante expectación entre, los empresarios y gerentes de la época, y también, entre los de ahora.

Cada vez son más los directivos que están cambiando los sistemas de medición del rendimiento de sus empresas y que buscan; medidas no financieras, pues los indicadores principales no se pueden encontrar "solamente" en los datos financieros. Quien busque medir y controlar solamente este tipo de datos, que generalmente vienen de contabilidad, corre el riesgo de quedarse obsoleta. Eccles aconseja partir de cero y preguntarse:

- Dada nuestra estrategia, cuáles son las medidas más importantes del rendimiento? Cómo se relacionan estas medidas entre sí?

Qué medidas son las que predicen de verdad el éxito financiero a largo plazo en nuestra compañía?

Para quienes pensaban que era algo nuevo el éntasis actual en las medidas no financieras para medir el rendimiento, nos recuerda **ECLES** que, ya en 1951, Ralph Cordiner, a la sazón Consejero Delegado de General Electric, encargó a un equipo de alto nivel que identificara las medidas clave del rendimiento de una empresa, y fueron las siguientes:

- Rentabilidad.
- Cuota de mercado.
- Productividad.
- Actitudes de los empleados.
- Equilibrio entre objetivos a corto plazo y a largo plazo.

Eccles nos dice que, antes o después, hay cinco áreas de actividad en que tenemos que incidir: ECCLES. En 1991, la *Harvard Business Review* publicó un artículo de Robert Eccles "*The performance measurement*".

- Desarrollar una *arquitectura de la información*, en la cual tenemos que identificar los datos necesarios para cumplir con la estrategia, pensar
Como se generan estos datos y establecer unas normas que regulen el flujo de información.
- Instalar una *tecnología* que soporte esta estructura.
- Adecuar los *incentivos* al nuevo sistema. Es necesario que los directivos los "vendan" bien a los subordinados.
- Utilizar *recursos económicos externos* a la empresa, pues los inversores de cualquier compañía sólo atienden, casi, a los datos financieros.

- Diseñar un *proceso* para que las cuatro anteriores se cumplan. Hay que tener en cuenta que este proceso es una filosofía que no se acaba nunca y que debe adoptarse con mucho entusiasmo.
- RENTABILIDAD DE GESTIÓN.

De Simmons y Davila. "La Rentabilidad Gestión".2006

Se expresa en forma de ratio y que nos puede ayudar a establecer la "tarjeta de resultados equilibrada", siendo:

$$RG = \frac{\text{Energía productiva de la organización liberada}}{\text{Tiempo y atención directiva invertidos}}$$

Esta rentabilidad de gestión *no es una formula cuantitativa. Es subjetiva y no se obtiene de ella una cifra ni un porcentaje concreto y para evaluaría se requiere acudir a la intuición y la experiencia.* Al utilizar el ratio indicado, los directivos pueden calcular si tienen una alta o baja Rentabilidad de Gestión.

La rentabilidad de gestión ayuda a los dirigentes de cualquier compañía a no invertir demasiado tiempo ni excesiva energía en establecer los indicadores que van a permitir controlar y mejorar la marcha de la empresa.

Simmons y Dávila aconsejan hacer cinco preguntas:

1. *Sabe su gente cuales aspectos no se deben controlar ni medir?* Los

directivos con RG alta dejan bien claro en qué áreas no deben perder el tiempo sus empleados. Establecen los límites estratégicos de la gestión de su compañía. (Por ejemplo, negocios que no deben hacerse, clientes que no se aceptarían, etc.)

2. Están .las medidas inspiradas en un sano temor al fracaso?

Se debe pensar que la empresa puede fracasar y desaparecer. Hay que pensarlo como un hecho real y posible, sobre todo a largo plazo.

3. Recuerdan fácilmente los directivos sus medidas?

Los autores nos recuerdan que se debe limitar el número de (Harvard, Robert Simmons (y) Antonio Davila, "*Harvard Business Review*" 2006)

Indicadores a utilizar y nos dan una sugerencia al respecto: al personal solo se le debería responsabilizar de tantas medidas como fuera capaz de recordar. Y establecen el número máximo en siete.

4. Están seguros de no tener demasiada burocracia y demasiados trámites ?

5. Controla todo el mundo lo mismo que el jefe?

En las empresas con RG alta, todas las personas tienen claro que es lo que vigila el jefe, y lo vigilan ellas también.

Si las respuestas a estas cinco preguntas son positivas, probablemente la rentabilidad de gestión será alta.

INDICE DE PRODUCTIVIDAD - CALIDAD

Michael Porter. "Estrategia Competitiva". 1980

Lo que se plantea es saber si es posible medir el rendimiento de un área, una empresa o un equipo de trabajo a partir de unos indicadores o de unas mediciones. Pues sí. Si es posible medir el rendimiento de un área o de una compañía en base a los resultados que nos dan unas áreas que hemos medido. Solamente es indispensable que los indicadores sean fiel reflejo de lo que nosotros entendemos por éxito en una empresa o en el área de que trate. Lo que medimos es el desempeño, que puede ser de una empresa, en general, o de un área o departamento o persona, en particular.

Otro asunto es la de que método se utiliza. Hay una forma que consiste en reflejar los resultados actuales y poner más abajo los resultados deseados y el (que significan estos sobre aquellos y medir el) conseguido. Este es el método más sencillo y, por tanto más utilizado pero no soluciona el problema de conocer el desempeño de una empresa o de un conjunto de áreas o de un equipo de trabajo, tan de moda ahora, con un solo dato.

Michael Porter. "Estrategia Competitiva" 1980 (pp.24. 28) **La** productividad tiene que ver con **los** recursos empleados **para** alcanzar los resultados obtenidos.

Pasos para el empleo de este Instrumento:

Paso 1: Selección de Indicadores

Paso 2: Determinación de importancia

Paso 3: Datos reales y actuales

Paso 4: Establecimiento objetivos

Paso 5: Establecimiento de niveles indeseados

Paso 6: Trabajo y resultados

Por ello:

1. Es necesario conocer y definir cuál es la “Cadena de Valor” de nuestra empresa. Curies son las actividades que agregan valor a nuestros clientes y que por tanto, son importantes para el éxito de la compañía. Aunque solo sea por el conocimiento que nos proporciona el reflexionar sobre nuestra empresa y nuestra clientela, dicha definición es positiva.
2. Cuando conozcamos cuales actividades son decisivas para obtener los resultados que nosotros queremos, es decir, cuando tengamos definida la “cadena de valor” de nuestra organización, debemos medir y controlar todas estas actividades. De esta forma, estaremos midiendo todas las acciones que añaden “valor” para nuestra clientela.
3. Una vez con estas mediciones que nos indican lo que es importante para nosotros, debemos comprobar si coinciden con las cuatro

perspectivas aconsejadas por Kaplan y Norton. Seguramente, así será. Si existen otras medidas además, las debemos incorporar.

4. También debemos comprobar si está debidamente equilibrado el paquete de indicadores. &Se ha medido el tiempo y los recursos empleados?
5. Si actuamos de esta manera, ya veremos como todos los criterios propuestos por la E.F.Q.M. para el modelo europeo de excelencia están bien cubiertos con nuestros indicadores.

2.3. DEFINICION DE TERMINOS

ACTITUD.

Disposición adquirida, en virtud de la cual se tiende a responder con una cierta consistencia emotiva a un estímulo determinado o a una clase de estímulos. A veces se usa como sinónimo de interés.

APTITUD

“Idoneidad natural para adquirir conocimientos o habilidades.” “Es un rasgo que se define por lo que el individuo es capaz de hacer.” “Es el principal cometido de la psicotecnia. “Condición o serie de características considerados como síntomas de capacidad de un individuo para adquirir, con un entrenamiento adecuado algún

conocimiento, habilidad o serie de reacciones como la capacidad para aprender."

CADENA DE VALOR

Son las actividades que agregan valor a nuestros clientes y que por tanto, son importantes para el éxito de la compañía.

CONTROLAR Y MEDIR

Es dejar bien claro en qué áreas no deben perder el tiempo sus empleados. Establecen los límites estratégicos de la gestión de su compañía. (Por ejemplo, negocios que no deben hacerse, clientes que no se aceptarán).

CORPORATIVO

Constituido por empresas domésticas con ventas anuales mayores a US\$ 10 millones, así como filiales de empresas multinacionales. Al tener acceso a los mercados de capitales interno y externo, tienen un alto poder de negociación frente a los bancos.

EFICIENCIA

Se refiere a la proporción entre rendimiento e insumos o utilidad y costo. Es posible ser efectivo e ineficiente: cuando se desperdicia recursos

humanos y materiales. Por el contrario, es posible ser eficiente pero poco efectivo. A veces las organizaciones subrayan la importancia de hacer las cosas bien, a expensas de hacer las cosas que deberían hacerse.

EFICACIA

Adjetivo de activo, fuerte, enérgico, poderoso para obrar y demostrar el logro de los resultados esperados.

EFFECTIVIDAD

Se refiere al logro de los objetivos explícitos o implícitos, al grado de realización de los objetivos en las áreas clave.

GERENTE

Es la persona encargada de “gestionar” una institución, es decir, hacer que funcione de acuerdo a todo lo previsto, con éxito. Dave Ulrich en su artículo Credibilidad por aptitud, afirma que “Debe convertir las aspiraciones en hechos. Las aspiraciones llegan de muchas maneras: estrategias, objetivos, misiones, visiones, previsión y planes. Prescindiendo de la palabra, los líderes crean aspiraciones. Las aspiraciones exitosas tienen ciertas características determinantes.

INDICADORES DE EFICACIA (Efectividad)

Son aquellos que permiten medir la eficacia o efectividad de un resultado. Ya sabemos que la eficacia es obtener el resultado que se quiere en el momento que se desea, en el lugar preciso y al precio justo, todo pensando en el cliente.

INDICADORES DE EFICIENCIA

Son aquellos que buscan la eficiencia interna y, por tanto, se refieren principalmente a los recursos consumidos para obtener un resultado. También, se refieren al número de errores cometidos, a los defectos, desperdicios, quejas, felicitaciones, ausentismos, actividades con o sin valor agregado, etc., y no se refieren a los clientes externos, sino a la eficiencia interna.

INDICADORES DE ADAPTABILIDAD (Flexibilidad)

Son los indicadores que se preocupan en satisfacer las cambiantes necesidades y expectativas de los clientes externos. Hay que ser flexible y adaptarse a los cambios (que suelen ser muchos) del cliente

MEDICION DEL DESEMPEÑO.

Puede ser de una empresa, en general, o de un área o departamento o persona, en particular. Otro asunto es la de que método se utiliza. Hay una forma que consiste en reflejar los resultados actuales y poner más

abajo los resultados deseados y el que significan estos sobre aquellos y medir el conseguido.

MEDICION DEL RENDIMIENTO

Medir el rendimiento de un área, una empresa o un equipo de trabajo a partir de unos indicadores o de unas mediciones. Pues sí. si es posible medir el rendimiento de un área o de una compañía en base a los resultados que nos dan unas áreas que hemos medido.

PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

La productividad tiene que ver con los recursos empleados para alcanzar los resultados obtenidos.

RENTABILIDAD DE GESTION

No es una fórmula cuantitativa. Es subjetiva y no se obtiene de ella una cifra ni un porcentaje concreto y para evaluar se requiere acudir a la intuición y la experiencia. Al utilizar el ratio indicado, los directivos pueden calcular si tienen una alta o baja Rentabilidad de Gestión

SATISFACCION

Actitud caracterizada por un sentimiento de agrado y de quietud motora, generalmente debido a una situación previamente imaginada.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Tipo de Investigación

Por su finalidad: es una investigación Descriptiva, porque está orientada a detallar, enunciar y especificar la realidad objetiva para establecer la relación de Incidencia entre las variables de estudio: Medidas del Rendimiento (Variable independiente) con el Éxito Empresarial (Variable dependiente)

Por su alcance temporal: Es retrospectiva porque los hechos que motivaron la presente investigación ocurrieron en el BCP filial Huánuco año 2015, lo que permitió realizar objetivamente el estudio

Por su amplitud: El trabajo de investigación es de nivel micro, puesto que el estudio se llevó a cabo en un ámbito social y comercial pertinente y relevante, seleccionada como muestra para el presente caso.

Por su fuente: Es mixto, ya que, para el desarrollo del presente estudio, se utilizaron fuentes primarias como secundarias,

Por su carácter: Es cuantitativa, porque los datos acopiados durante el trabajo de campo, son expresados en frecuencia simple y frecuencia porcentual para el análisis e interpretación con conclusiones preliminares por medida en estudio, para arribar a las conclusiones finales y sugerencias.

Por su marco: Es trabajo de campo, porque su desarrollo fue realizado en el BCP filial Huánuco, seleccionada como muestra para el presente estudio.

Por el alcance de sus resultados: La presente investigación corresponde al tipo de investigación correlacional porque se investigó para demostrar la relación de incidencia de la variable independiente sobre la variable dependiente, en estudio.

3.1.2. Nivel de Investigación

La investigación fue desarrollada en el nivel explicativo porque se describe y explica la realidad encontrada, tal y como ocurren en su escenario actual para determinar la relación de incidencia entre las dos variables en estudio, actuando una como Variable Independiente, en condición de antecedente o causa (Medidas del Rendimiento) y la Variable Dependiente (Éxito Empresarial), como efecto o consecuente, explicación que permite dar sentido al conocimiento para su entendimiento y comprensión

3.1.3. ESQUEMA Y DISEÑO DE INVESTIGACION

3.1.3.1. Esquema de Investigación.

Se grafica de la siguiente manera:

$$M \quad \begin{matrix} O_x.(VI) \\ inc \\ O_y . (VD) \end{matrix}$$

Dónde:

M es la muestra representada por el BCP filial Huánuco. Los sub - índices X, Y en cada O, nos indican los datos que se obtendrá por cada una de las dos variables de estudio. Finalmente la (i) hace mención a la relación de incidencia de la variable independiente sobre la variable dependiente.

3.1.3.2. Diseño de investigación.

Se trabajó bajo el diseño no experimental en sus dos variantes:

- a. **Transeccional.** porque se describe y explica la realidad del fenómeno en estudio
- b. **Longitudinal.** porque se describe y explica las ocurrencias empíricas de carácter administrativo, económico y financieras en el periodo temporal de estudio del año 2015.

3.2. METODOS DE INVESTIGACIÓN

Durante el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizaron diversos métodos, los mismos que permitieron realizar el estudio en forma analítica y sistemática. Los métodos empleados son:

- a. **Método Descriptivo - Explicativo:** Este método se utilizó con la finalidad de analizar y describir el fenómeno materia de investigación, indagando sus relaciones causales con el problema y contrastándolos con las hipótesis, para finalmente explicarlos.
- b. **El Método Analítico:** El uso del método analítico permitió estudiar las variables de la investigación, desagregando en sus partes constitutivas, de tal manera que el estudio sea más minuciosa y detallado.
- c. **El Método Sintético:** El uso de este método permitió estudiar las variables en forma global u holística, para tener una idea clara y precisa en qué medida se relaciona una variable con la otra.
- d. **Método Comparativo:** Este método permitió establecer las comparaciones y constataciones necesarias sobre las relaciones entre las variables en estudio.

3.3. UNIVERSO/POBLACION Y MUESTRA

3.3.1 Universo

El Universo/Población para la presente investigación está constituida por los Bancos localizadas en la Región de Huánuco, distribuidos de la siguiente manera:

TABLA N° 01 DISTRIBUCION

DENOMINACION	DISTRITO	Cantidad
BCP	Huánuco	1
BBVA	Huánuco	1
BANCO DE LA NACION	Huánuco	1
SCOTIABANK	Huánuco	1
INTERBANK	Huánuco	1
M/ BANCO	Huánuco	1
BANCO AGRARIO	Huánuco	1
BANCO AZTECA	Huánuco	1
	TOTAL	8

Fuente : INEI Huánuco
 Elaboración : Los Investigadores

3.3.2 Muestra

Para determinar la muestra del presente trabajo de investigación, se empleó el “muestreo no probabilístico sin normas o circunstancial”, Al respecto Sánchez Carlessl (1987: 24) plantea: *(Se dice que el muestreo es circunstancial o sin normas, cuando los elementos de la muestra se toman de cualquier manera, generalmente atendiendo razones de comodidad, circunstancias, eventualidades, necesidades, e intereses de la investigación o del Investigador”.*

La muestra representativa seleccionada por la investigadora de manera intencional y por necesidad del estudio es el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ (BCP) filial Huánuco”, que obedece a razones de interés del estudio, por ser representativa, líder en el

mercado financiero, con significativa productividad operativa, comercial, financiera, administrativa y social, localizada en el distrito de Huánuco y por tener las características sui generis para el desarrollo de la presente investigación, por su: magnitud empresarial, volumen de operaciones, nivel de inversión, cobertura de mercado, cantidad de clientes, magnitud comercial, técnica, número de trabajadores, volumen de ventas, giro del negocio y permanencia en el mercado.

La Encuesta fue administrada a 64 clientes activos del BCP que hacen uso efectivo del servicio financiero en la Oficina filial Huánuco.

3.4. TECNICAS DE RECOLECCION Y TRATAMIENTO DE DATOS

3.4.1 Fuentes, Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos

3.4.2 Fuentes de recolección de datos:

Las técnicas de recolección de datos están divididas y presentadas en dos fuentes principales de información:

Fuente Primaria:

Tesis pertinentes, sustentadas y aprobadas para optar el grado académico de Bachiller, Maestrías o Doctorados.

Constituida también por la información que se obtuvo directamente mediante el uso de la técnica de la encuesta que será administrada a 64 clientes activos del BCP filial Huánuco,

elaborado de acuerdo a las variables de estudio y a los respectivos indicadores no financieras, con preguntas abiertas, para dar valor a cada variable en estudio.

Fuente secundaria:

Está constituida por la información contenida en: Libros, revistas, folletos, separatas que tratan sobre el tema de investigación ubicadas en la biblioteca y hemerotecas de la UNHEVAL

a. Instrumentos

Para recopilar los datos se emplearon: Fichas Bibliográficas, Fichas Textuales, Fichas de Resumen. Las fichas, constituyen la memoria escrita del investigador. Según Francisco Carrillo (2002) en su obra: Como hacer la tesis dice: "El erudito no es sino el investigador que tiene un fichero muy bien anotado y organizado".

3.5 PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

3.5.1. Procesamiento.

Las tablas son en número de tres (3) y los cuadros que se presentarán son del N° 01 al 14 como resultados de la aplicación de la prueba del Ji-Cuadrado, que corresponde a uno de los múltiples usos de la misma. En dichos casos, la prueba aplicada sirvieron para establecer, si existen diferencias significativas o no

entre las estimaciones, para establecer si es verdad o no lo observado o estimado frente a lo esperado teórico. Para efectos del procesamiento de los datos y obtención de las frecuencias teóricas o esperadas en la fórmula, se asume como si no hubiera diferencias significativas en las estimaciones, por ello, éstas se dividen en forma proporcional y equitativa en las diferentes categorías a considerarse en la escala de medición. La información obtenida fue ordenada, resumida y presentada utilizando la Técnica de la Estadística e instrumentos como las tablas, cuadros y graficas con su respectivo análisis e interpretación para arribar a conclusiones preliminares y finales.

a. Análisis de resultados: Los datos obtenidos fueron analizados e interpretados sobre la base del problema, objetivos e hipótesis planteadas de tal manera que quede demostrada la relación de incidencia de la variable independiente sobre la dependiente arribando a conclusiones y sugerencias. Como instrumento se emplearon: las tablas, cuadros y gráficas estadísticas.

b. Técnicas e instrumentos para el procesamiento de datos y la validación de la hipótesis: la hipótesis planteada fue validada utilizando la técnica de la contrastación, que permitió determinar si los resultados obtenidos corroboran o no la hipótesis formulada inicialmente.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN

Los datos recolectados por aplicación de los métodos, técnicas e instrumentos de investigación son registrados y presentados en tablas, cuadros y gráficos, para el procesamiento, análisis e interpretación.

4.2. ANALISIS

Cada tabla, cuadro y gráfica es analizada distinguiendo cada uno de sus componentes según su relevancia, pertinencia e importancia para dar valor a la variable en estudio, dimensión e indicador que permitió su comprensión y entendimiento.

4.3. INTERPRETACIÓN

Cada tabla, cuadro y gráfica es interpretada lo que permite arribar a una conclusión preliminar por cada indicador (14 en total) y a las conclusiones finales alcanzando las sugerencias respectivas

4.4. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO.

4.4.1.- Variable Independiente

Medidas del Rendimiento

DIMENSION I. EFICACIA (Efectividad)

Indicador N° 01. Clientes satisfechos

Para obtener datos y dar valor a la variable independiente en estudio, se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que el BCP. filial Huánuco provee procesos y servicios de calidad a sus clientes que los tiene y mantiene satisfechos?

Los resultados fueron:

Cuadro N° 01

CLIENTES SATISFECHOS

ORD.	CRITERIOS	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí	33	52
b	Probablemente, sí	24	38
c	No sabe/No opina	4	6
d	Probablemente, no	3	4
e	Definitivamente, no	0	0
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario

Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS

En el Cuadro N° 01 se observa que el 52% de los encuestados consideran que los procesos de atención al cliente que lleva a cabo el BCP filial Huánuco, son eficaces generada por aplicación de procedimientos simples, celeros y económicos que satisfacen plenamente las expectativas de sus clientes; el 38% considera como probable; el 6% expresa no saber, prefiriendo no opinar; y, el 4% considera que no en definitiva.

APLICACIÓN DE LA JI-CUADRADA.

Tabla N° 01
SATISFACCION DEL CLIENTE

DETALLE	f _o	f _e	f _o -f _e	(f _o -f _e) ²	(f _o -f _e) ² /f _e
Definitivamente, sí.	33	12.8	20.20	408.04	31.88
Probablemente, sí	24	12.8	11.20	125.44	9.80
No sabe/No Opina	4	12.8	-8.80	77.44	6.05
Probablemente, no	3	12.8	-9.80	96.04	7.50
Definitivamente, no	0	12.8	-12.80	163.84	12.80
	64	Chi-cuadrado tabular	9.488	Chi-cuadrado calculado	68.03

Fuente : Cuadro N° 01
Elaboración : Los Investigadores

INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR

Los resultados contenidos en la Tabla N°.01 nos permite afirmar con un nivel de significación del 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95% de confianza, no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 68.03 > \chi^2_t = 9,488$) que el 96% = (52+38+6) de los encuestados estiman que los procesos los procesos de atención al cliente que lleva a cabo el BCP filial Huánuco, son eficaces generada por aplicación de procedimientos simples, celeros, accesibles, prácticos y económicos que satisfacen plenamente a sus clientes; durante el año 2015, lo que demuestra la modernidad y competitividad de su administración.

Indicador N° 02.- Fidelidad de los clientes

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que los procesos eficaces, transparentes, simples, accesibles, objetivos, prácticos, equitativos y transparentes que brinda el BCP filial Huánuco genera actual fidelidad en sus clientes y a futuro? Los resultados fueron:

Cuadro N° 02

FIDELIDAD DE LOS CLIENTES

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí	27	42
b	Hay confiabilidad	23	36
c	Existe fortaleza bancaria	8	13
d	Hay seguridad	6	9
e	No sabe/No opina	0	0
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR

Los resultados contenidos en el Cuadro N°.02, nos permite afirmar con un nivel de significación del 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95% de confianza, no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 253.428 > \chi^2_t = 15.51$). El 100% de los encuestados estiman que los clientes son fieles y mantuvieron fidelidad con el BCP filial Huánuco durante el año 2015 por ser un banco serio, sólido, fuerte, consolidado, confiable, seguro, moderno y competitivo.

DIMENSION II. EFICIENCIA

Indicador N° 03. Gestión logística

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que la plana directiva, funcionarios y personal administrativo del BCP filial Huánuco administra con productividad la logística en el desarrollo de sus servicios? Los resultados fueron:

Cuadro N° 03

INSUMOS EMPLEADOS

ORD.	PERCEPCION	RESULTADO	
		fi	%
A	Definitivamente, sí	31	48
B	Son modernos	20	31
C	Son competitivos	8	13
D	Son económicos	2	3
E	No sabe/No opina	3	5
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN y CONCLUSIÓN PRELIMINAR.

Los resultados contenidos en el Cuadro N°.03 nos permite afirmar con un nivel de significación del 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95% de confianza que no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 253.428 > \chi^2_t = 15.51$). El 69% = (38+ 31) de los encuestados perciben que la plana directiva, funcionarios y personal administrativo del BCP filial Huánuco administra con productividad la logística en el desarrollo de sus servicios financieros durante el año 2015; el 31 expresa que son modernos; el 13% estima que son competentes en esta gestión; el 3% considera que son económicos y el 5% expresa no saber prefiriendo no opinar

Indicador N° 04- Procesos de calidad para el servicio financiero

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cómo califica Ud los procesos de calidad en servicios financieros que brinda el BCP filial Huánuco durante el año 2015? Los resultados fueron

Cuadro N° 04

PROCESOS DE CALIDAD EN EL SERVICIO FINANCIERO

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Excelente	22	34
b	Muy Bueno	20	31
c	Bueno	10	15
d	Pésimo	5	8
e	Regular	8	12
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos presentados en el Cuadro N°.04, nos permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95% de confianza que no sigue una distribución constante ($\chi^2_c=45.51 > \chi^2_t=15.51$); El 80% = (34+31+15) de los encuestados califican de: excelente, muy bueno y bueno los procesos de calidad en servicios financieros implementados por el BCP filial Huánuco, durante el año 2015 ; el 8% califica de pésimo; el 12% califica de regular.

DIMENSION III. ADAPTABILIDAD (Flexibilidad)

Indicador N° 05: Adaptación a las necesidades del cliente

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido: ¿Cree Ud que el BCP filial Huánuco tiene preferencia del cliente porque innova sus servicios financieros acorde a las necesidades, gustos y deseos de sus clientes? Los resultados fueron:

Cuadro N° 05

ADAPTACION A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
a	Definitivamente,sí	33	52
b	Es innovador permanente	15	22
c	No sabe/ No opina	3	4
d	Estudia la demanda	9	15
e	Mejora los servicios	4	7
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N°.05, nos permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95% de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 122.355 > \chi^2_t = 15.51$) lo que permite indicar que el 89%= (52+22+15) de los encuestados estiman que el BCP filial Huánuco tiene preferencia del cliente porque innova sus servicios financieros, acorde a las necesidades, gustos y deseos de sus clientes durante el año 2015; el 7% expresa que siempre mejora sus servicios; y, el 4% expresa no saber, prefiriendo no opinar.

Indicador N° 06. Formación del personal

Para obtener datos y asignar el valor a la variable dependiente en estudio, se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que el BCP filial Huánuco, adapta la formación de su personal acorde a las exigencias del cliente, mercado, competencia y contexto para responder con productividad y calidad competitiva en el servicio financiero? Los resultados fueron:

Cuadro N° 06

FORMACION DEL PERSONAL

ORD.	DETALLE	RESPUESTA	
		fi	%
a	Definitivamente, sí	42	65
b	Se adaptan al cambio	13	20
c	No sabe/ No opina	2	4
d	Flexibilizan sus procesos	7	11
e	Definitivamente, no	0	0
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N° 06, nos permite afirmar con un nivel de significación del 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95% de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 151.283 > \chi^2_t = 12.59$) lo que hace posible identificar que el 96% = (65+20+ 11) encuestados estiman que el BCP filial Huánuco, adapta la formación de su personal acorde a las exigencias del cliente, mercado, competencia y contexto para responder con productividad y calidad competitiva en el servicio financiero durante el año 2015; el 4% indica no saber, prefiriendo no opinar.

II. VARIABLE DEPENDIENTE: RETROALIMENTACION Y ÉXITO EMPRESARIAL

DIMENSION IV. Retroalimentación Administrativa

Indicador N°.07. Cumplimiento de misión y visión estratégica

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que las eficacias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar su misión y visión estratégica? Los resultados fueron:

Cuadro N° 07

CUMPLIMIENTO DE MISION Y VISION ESTRATEGICA

ORD.	DETALLE	RESPUESTA	
		fi	%
a	Definitivamente, sí	50	78
b	Probablemente, sí	6	9
c	No sabe/ No opina	1	2
d	Probablemente, no	2	3
e	Definitivamente, no	5	8
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N°.07, nos permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 357.748 > \chi^2_t = 15.51$) lo que hace posible identificar que el 87%= (78+9) de los encuestados perciben que las eficacias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido cumplir con su misión y visión estratégica; el 2% indica no saber; el 3% refiere como no probable; y, el 8% estima como no, en definitiva.

Indicador N° 08. Mejora de sistemas operativos

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que las eficacias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente sus sistemas operativos con mayor rendimiento del personal por área de la empresa? Las respuestas fueron:

Cuadro N° 08
REDISEÑO DE PROCESOS

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
a	Definitivamente, sí	12	18
b	Innovación de procedimientos	23	36
c	Orientación al cliente	22	35
d	Definitivamente, no	7	11
e	No sabe / no opina	0	0
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N°.08, nos permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 357.748 > \chi^2_t = 15.51$) lo que hace posible identificar que el 89%= (18+36+35) de los encuestados que las eficacias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente sus sistemas operativos con mayor rendimiento del personal por área de la empresa; el 11% lo considera como no en definitiva.

DIMENSION V. Retroalimentación Técnica

Indicador N° 09. Rediseño de productos financieros

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido, ¿Cree Ud que las eficiencias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente el diseño de sus productos financieros? *Las respuestas fueron:*

Cuadro N° 09
REDISEÑO DE PRODUCTOS FINANCIEROS

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
A	Definitivamente, sí	28	43
B	Se adaptan a las necesidades	15	23
C	Se adecuan a la demanda	15	23
D	Definitivamente, no	7	11
E	No sabe/No opina	0	0
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario

Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N°.09, permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 35.57 > \chi^2_t = 12.59$) lo que hace posible identificar que el 89%= (43+23+23) de los encuestados estiman que las eficiencias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente el diseño de sus productos financieros; el 11% estima que no en definitiva..

Indicador N° 10. Retroalimentación comercial

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que las eficiencias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente sus estrategias comerciales a nivel de atención al cliente, ventas, cobranzas con baja morosidad? Los resultados fueron:

Cuadro N° 10

REDISEÑO COMERCIAL

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
a	Definitivamente, sí	12	18
b	Mejor atención al cliente	23	36
c	Incrementó ventas y cobros	22	35
d	Definitivamente, no	7	11
e	No sabe/No opina	0	0
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N° 10, permite afirmar con un nivel de significación del 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 32.617 > \chi^2_t = 12.59$) lo que hace posible identificar que el 89%= (18+36+35) de los encuestados estiman que las eficiencias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente sus estrategias comerciales a nivel de atención al cliente, ventas, cobranzas con baja morosidad; el 11% lo considera como no, en definitiva.

DIMENSION VI. ÉXITO EMPRESARIAL**Indicador N° 11. Rentabilidad financiera**

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado buenos resultados financieros en términos de liquidez, solvencia, rentabilidad y capitalización patrimonial durante el año 2015? Los resultados fueron:

**CUADRO N° 11
RENTABILIDAD FINANCIERA**

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí	31	47
b	Tiene alta liquidez	22	35
c	Gran solvencia financiera	3	5
d	Tiene alta rentabilidad	1	8
e	No sabe / No opina	3	5
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N° 11, nos permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 134.914 > \chi^2_t = 15.51$) que hace posible identificar que el 95%= (47+35+5+8) de los encuestados estiman que por las eficacias, eficiencias y adaptabilidades al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado buenos resultados financieros en términos de liquidez, solvencia, rentabilidad y capitalización patrimonial, durante el año 2015, haciéndola exitosa; el 5% restante opina que no sabe, prefiriendo no opinar.

Indicador N° 12. Cuota de Mercado

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado buenos resultados durante el año 2015 en términos de: clientela, fidelidad, demanda, campo de acción, desarrollo y penetración de mercados? Los resultados fueron:

Cuadro N° 12
CUOTA DE MERCADO

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí	50	78
b	Tiene más clientes	6	9
c	Sus clientes son fieles	1	2
d	Innova por demanda	2	3
e	No sabe / No opina	5	8
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos cuánticos contenidos en EL Cuadro N° 12, permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 134.914 > \chi^2_t = 15.51$) que hace posible identificar que el 92%= (78+9+2+3) de los encuestados perciben que por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado buenos resultados durante el año 2015 en términos de: clientela, fidelidad, demanda, campo de acción, desarrollo y penetración de mercados; el 8% restante opina que no sabe prefiriendo no opinar.

Indicador N° 13. Productividad empresarial

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado mejores resultados durante el año 2015 en términos de: desarrollo humano, rentabilidad financiera, cuota de mercado, calidad administrativa, calidad del servicio financiero? Los resultados fueron:

Cuadro N° 13
PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí	36	56
b	Logra más resultados	16	25
c	Optimiza empleo de recursos	8	12
d	Mejora continua de procesos	3	5
e	No sabe / No opina	1	2
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N° 13, nos permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 134.914 > \chi^2_t = 15.51$) que hace posible identificar que el 98%= (56+25+12+5) de los encuestados estiman que por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado mejores resultados durante el año 2015 en términos de: desarrollo humano, rentabilidad financiera, cuota de mercado, calidad administrativa, calidad del servicio financiero y durante el año 2015 y el 2% restante opina que no sabe prefiriendo no opinar.

Indicador N° 14. Desarrollo tecnológico

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, los procesos de prestación de servicios financieros que brinda el BCP filial Huánuco durante el año 2015 son realizados respetando los criterios de calidad y modernidad tecnológica que lo ubica como empresa exitosa? Los resultados fueron:

Cuadro N° 14
DESARROLLO TECNOLÓGICO

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí	32	50
b	Hay modernidad tecnológica	12	19
c	Hay rapidez de atención	5	8
d	Red de atención en línea	7	11
e	No sabe / No opina	8	12
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N°14, permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 134.914 > \chi^2_t = 15.51$) que hace posible identificar que el 88%= (50+19+8+11) de los encuestados estiman que los procesos de prestación de servicios financieros que brinda el BCP filial Huánuco durante el año 2015 son realizados respetando los criterios de calidad y modernidad tecnológica que lo ubica como empresa exitosa; el 12% restante opina que no sabe prefiriendo no opinar.

Indicador N° 15. Rentabilidad de Gestión

Se preguntó: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que el BCP filial Huánuco ha logrado alta rentabilidad de gestión por los resultados administrativos, económicos, financieros, de mercado, etc. durante el año 2015? Los resultados fueron:

Cuadro N° 15
RENTABILIDAD DE GESTIÓN

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí	34	53
b	Alta rentabilidad financiera	12	19
c	Alta cuota de mercado	8	12
d	Alta calidad de servicio	5	8
e	No sabe / No opina	5	8
TOTAL		64	100

Fuente : Cuestionario
Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN PRELIMINAR:

Los datos cuánticos contenidos en el Cuadro N° 15, nos permite afirmar con un nivel de significación de 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c = 134.914 > \chi^2_t = 15.51$) que hace posible identificar que el 92%= (53+19+12+8) de los encuestados estiman que el BCP filial Huánuco ha logrado alta rentabilidad de gestión por los resultados: administrativos, económicos, financieros, de mercado, etc. alcanzados durante el año 2015 y el 8% restante opina que no sabe prefiriendo no opinar.

CAPITULO VI

DISCUSION DE RESULTADOS

ANALISIS DE RESULTADOS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS

En esta etapa, se realiza el análisis cualitativo y cuántico de los datos obtenidos que permiten dar valor a las variables en estudio: Independiente (Medida del rendimiento) y Dependiente (Exito Empresarial). Con ello se elaboró las tablas y los cuadros, con expresión numérica y porcentual por cada una de las dimensiones e indicadores evaluadas, descartando aquellos indicadores que, al ser examinados proporcionaron informaciones cualitativas no sujeta a la escala de medición ordinal utilizada en la mayoría de ellos. Se Indica que el proceso seguido en forma general tiene el siguiente procedimiento:

- Cada dimensión evaluada está expresada en una tabla en la cual se considera las frecuencias concernientes a las estimaciones que ha merecido el objeto evaluado frente a una escala de medición ordinal que posee cinco categorías (a, b, c, d, e), las cuales, para efectos del cálculo son reemplazados por números que varían del 5 al 1, quedando establecida de la siguiente manera:

a x 5 = muy favorable, excelente, muy bueno

b x 4 = favorable, bueno

c x 3 = poco favorable, regular

d x 2 = desfavorable, malo

e x 1 = muy desfavorable, muy malo

Para la prueba de hipótesis se consideró que la escala de estimación arriba mencionada, posee límites reales que van desde 0,5 à 5,5 y que el límite real de las estimaciones poco favorable es de 3,5. Este el valor considerado como patrón mínimo de referencia que permite traducir la estructura semántica de la hipótesis general a una expresión estadística conforme lo establecido en la docimasia de la hipótesis. Así se considera que las estimaciones son favorables si superan el valor de 3,5. Aceptándose la hipótesis alterna (H_a) Se considera que las estimaciones son desfavorables si no superan el valor de 3,5. rechazándose la hipótesis nula (H_0). Por ello es que en el presente trabajo la hipótesis se traduce de la siguiente manera:

$H_0 < 3,5$ (Hipótesis Nula)

$H_1 > 3,5$ (Hipótesis Alterna)

Se calculó también la prueba de Ji- cuadrada mediante una tabla de contingencias en la cual se colocan las frecuencias obtenidas en cada uno de los aspectos o elementos evaluados. Como se sabe, esta prueba compara una distribución de frecuencias esperadas o teóricas, las frecuencias esperadas correspondientes a cada celda, se obtienen según el procedimiento que establece:

4.5.1. Análisis de los Resultados por Variable.

Los valores obtenidos de las estimaciones dadas, indicador por indicador, ha permitido establecer que cada dimensión evaluada se encuentran bien percibidas o definidas por los encuestados, tal como se aprecia en el cuadro resumen siguiente:

TABLA N° 02

4.5.1.1 Distribución de Frecuencia por Indicadores de Estimación:

Variable Independiente : **MEDIDAS DEL RENDIMIENTO**Variable Dependiente : **ÉXITO EMPRESARIAL**

N° Ord	DIMENSION	INDICADOR	ESCALA					Σ	x
			1	2	3	4	5		
			e	d	c	b	a		
1	INDICADOR DE EFICACIA	1. Clientes satisfechos	0	6	12	96	165	279	4.36
		2. Fidelidad del cliente	0	12	24	92	135	263	4.11
2	INDICADOR DE EFICIENCIA	3. Gestión logística	10	20	24	48	120	222	3.47
		4. Procesos de calidad	8	10	30	80	110	238	3.72
3	INDICADOR DE ADAPTABILIDAD	5. Adaptación a necesidades	4	18	9	60	165	256	4.00
		6. Formación del personal	0	14	6	42	210	272	4.25
4	RETROALIMENTACION ADMINISTRATIVA	7. Estratégica	5	4	3	24	250	286	4.47
		8. Sistémica	0	14	66	92	60	232	3.63
5	RETROALIMENTACION TECNICA	9. Productiva	0	14	45	60	140	259	4.05
		10. Comercial	0	14	66	92	60	232	3.63
6	ÉXITO EMPRESARIAL	11. Rentabilidad financiera	3	2	9	88	155	257	4.02
		12. Cuota de mercado	5	4	3	24	250	286	4.46
		13. Productividad empresa	1	6	24	64	180	274	4.28
		14. Desarrollo tecnológico	8	14	15	48	160	245	3.82
		15. Rentabilidad de gestión	5	10	24	48	170	257	4.01
TOTALES			56	194	375	1,042	2,435	4,102	64.09
							Promedio Calculado: 4.01		

Fuente : Cuadros del N° 01 al N° 15.

Elaboración : Los Investigadores

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN FINAL

En la Tabla N°.02 se observa que existen promedios de estimaciones que superan los 3.5 puntos del promedio, que corresponden a los indicadores N.º. 01 al 15, considerándose como favorables y reales en el proceso de investigación, superando el promedio calculado de 3.50, con lo que se acepta la hipótesis alterna (Ha) por lo que se asume que los promedios son favorables no existiendo indicador alguno con menor estimación al valor de 3.50. Este dato cuántico permite obtener los datos necesarios para dar el valor a las variables en estudio, probándose la **HIPÓTESIS GENERAL:**

Ha: Las Medidas del Rendimiento inciden significativamente en el Exito empresarial del BCP filial Huánuco durante el año 2015.

Ha > 3.5 - Límite superior real del intervalo que corresponde a la categoría de estimación: buena, muy buena, de la escala de medición utilizada en el instrumento.

3.8. PRUEBA ESTADÍSTICA DE LA JI CUADRADA

En esta etapa se realiza el procesamiento de las estimaciones globales aplicando la prueba de la ji cuadrada cuya tabla de contingencia se detalla a continuación:

TABLA N° 03
ESCALA DE ESTIMACIÓN GLOBAL

ASPECTOS / INDICADORES	1	2	3	4	5	TOTAL.
I.- VARIABLE INDEPENDIENTE:						
fo fe	60	102	126	356	2585	3229
	63	106	131	341	2583	
I.- VARIABLE DEPENDIENTE						
Fo Fe	64	108	132	316	2510	3130
	56	104	331	331	2512	3130
TOTALES (fo) :	124	210	258	672	5095	6359

Fuente : Tabla N° 02
Elaboración : Los Investigadores

EL CÁLCULO DE LA PRUEBA: JI CUADRADA

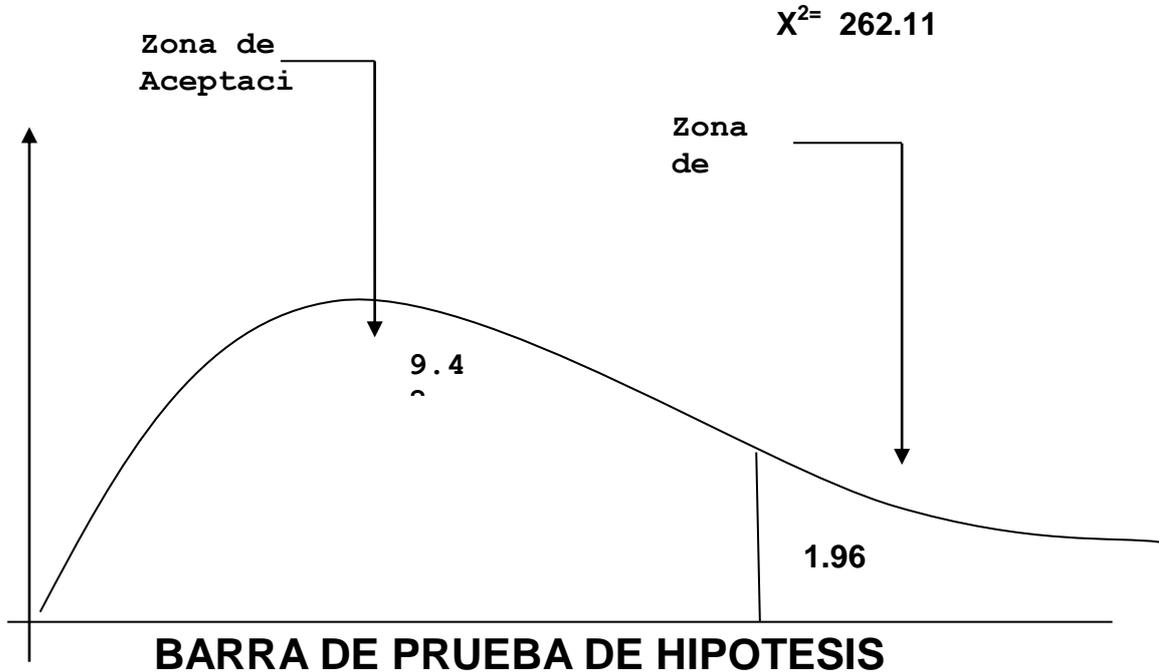
$$x^2 = (fo - fe)^2 / fe =$$

Reemplazando:

$$X^2 = (60-63)^2 / 58 + (102-106)^2 / 106 + (126-341)^2 / 341 + (356-341)^2 / 341 + (2585- 2583)^2 / 2583 + (3219-3219)^2 / 3219 + (3130-3130)^2 / 3130 = 262.11$$

Fuente : Tabla N° 02
Elaboración : Los Investigadores

Representación grafica de la prueba de Ji cuadrada



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GENERAL

En la Tabla N° 03 se expresa el consolidado de los resultados cuánticos obtenidos por cada variable, dimensión e indicador en estudio, permite afirmar con un nivel de significación del 5% ($\alpha = 0,05$) y al 95 % de confianza que el valor crítico calculado no sigue una distribución constante ($\chi^2_c > \chi^2_t$) ($262.11 > 9.4899$) que hace posible afirmar que el 85% de los encuestados consideran que, los indicadores de medida del rendimiento inciden significativamente en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco durante el año 2015.

CONCLUSIONES

1. La presente investigación permitió resolver los problemas planteados, a nivel general y específicos, se alcanzó los objetivos establecidos y las hipótesis habiéndolas contrastadas y probadas estadísticamente que finalmente responde a las pretensiones y satisfacciones de la tesista.
2. El 90% de los encuestados, en promedio, consideran que el indicador de Eficacia (efectividad) permite medir cualitativamente el rendimiento para el éxito empresarial con el propósito de tener clientes satisfechos logrando su fidelidad permanente.(nivel externo)
3. El 85% de los encuestados, en promedio, consideran que es el indicador de Eficiencia (nivel interno) permite medir cualitativamente el rendimiento para la retroalimentación en la gestión logística y gestión de los procesos internos para la calidad del servicio financiero.
4. El 85% de los encuestados en promedio, consideran que el indicador de Adaptabilidad (flexibilidad) permite medir cualitativamente el rendimiento debiendo la gestión empresarial adecuarse a las necesidades, gustos y deseos de los clientes formando al personal adecuado para este proceso.
5. El 90% de los encuestados, en promedio, consideran que la retroalimentación administrativa y técnica debes ser oportuna, directa e

inmediata a nivel estratégico, sistémico, productivo y comercial porque los clientes y trabajadores perciben, analizan, valoran e interpretan de modo cualitativo, por intuición y experiencia el éxito empresarial.

6. El 90% de los encuestados por capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido miden cualitativamente el éxito empresarial del BCP filial Huánuco, por percepción de la rentabilidad financiera, cuota de mercado que tiene, productividad empresarial, desarrollo tecnológico, con alta rentabilidad en términos de gestión

SUGERENCIAS

1. Se hace necesario promover investigaciones similares que permitan resolver problemas planteados, a nivel general y específicos, para alcanzar objetivos e hipótesis para ser contrastadas y probadas estadísticamente que finalmente responda las pretensiones del investigador.
2. Los directivos y funcionarios del BCP filial Huánuco deben seguir empleando el indicador de Eficacia (efectividad) ya que permite medir cualitativamente el rendimiento para la retroalimentación y éxito empresarial con el propósito de tener clientes satisfechos logrando su fidelidad permanente.(nivel externo)
3. Los directivos y funcionarios del BCP filial Huánuco deben seguir empleando el indicador de Eficiencia (nivel interno) ya que permite medir cualitativamente el rendimiento para la retroalimentación en la gestión logística y gestión de los procesos internos a fin de garantizar la calidad del servicio financiero.
4. Los directivos y funcionarios del BCP filial Huánuco deben seguir empleando el indicador de Adaptabilidad (flexibilidad) ya que permite medir cualitativamente el rendimiento debiendo la gestión empresarial adecuarse a las necesidades, gustos y deseos de los clientes formando al

personal adecuado para este proceso.

5. Los directivos y funcionarios del BCP filial Huánuco deben seguir empleando la retroalimentación administrativa y técnica en forma oportuna, directa e inmediata a nivel estratégico, sistémico, productivo y comercial para que los clientes y trabajadores perciban, analicen, valoren e interpreten de modo cualitativo, por intuición y experiencia el éxito empresarial.

6. Los directivos y funcionarios del BCP filial Huánuco deben seguir empleando mediciones por capacidad de intuición y experiencia del cliente que hace uso del servicio financiero porque miden cualitativamente el éxito empresarial del BCP filial Huánuco, por percepción de la rentabilidad financiera, cuota de mercado que tiene, productividad empresarial, desarrollo tecnológico y rentabilidad en términos de gestión

BIBLIOGRAFIA

- Amado Salgueiro, Anabitarte. “Indicadores de Gestión y Cuadro de Mando”
Edición Diaz de Santos SA. Madrid. España
2001.Edit.CLM. SL ediciones @
diazdesantos.es
- Michael, Porter “Estrategia Competitiva”.1980
- Simons y Davil “Rentabilidad de Gestión”.2002
- Dominguez Sarmiento, Julian “Eficiencias y eficacias para el éxito
Empresarial en la Región Huánuco.
(Tesis.1998)
- Melgarejo Leandro, Eduardo (y)
Oliveros Dávila, Auberto “Indicadores de Medida del Rendimiento
para la productividad empresarial
(Trabajo de Investgación.2011)
- Sánchez Carlessi, Roberto “Metodología de la Investigación Científica”
Ediciones. Lima. 2006. Edit.. Gráfica. Perú
- Hernández Sampieri, Roberto. “Metodología de la Investigación”. Mc Graw
Hill Interamericana. México. 2003“.
Planificación Integral en la Escuela”.
Documento de Divulgación de la Oficina de
Apoyo a la Administración de la Educación
Unidad de Organización y Métodos.
- Apaza Meza, M. “Diccionario Empresarial”. Pacifico Editores.
Rosario Ramos Lima.2000.

- J. Linares Cazola "Investigación Científica".- Editorial San Marcos. Lima.2001
- Acosta, Roberto B. "Metodología de la Investigación". Estudios y Ediciones RA. Lima. 2001.
- Carrasco Diaz, Sergio. "Metodología de la Investigación Científica" Editorial San Marcos. Lima. 2006.

ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“MEDIDAS DEL RENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL ÉXITO EMPRESARIAL DEL BCP FILIAL HUANUCO 2015”

FORMULACION DE PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuáles son las medidas del rendimiento que inciden en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco en el año 2015?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO: a) ¿Cómo incide en éxito empresarial del BCP filial Huánuco el Indicador de EFICACIA durante el año 2015? b) ¿Cómo incide en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco el Indicador de EFICIENCIA durante el año 2015? c) ¿Cómo incide en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco el Indicador de ADAPTABILIDAD (Flexibilidad) durante el año 2015?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar las medidas del rendimiento que inciden en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco durante el año 2015.</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICO: a) Determinar la incidencia del Indicador de EFICACIA en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015. b) Establecer la incidencia del Indicador de EFICIENCIA en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015. c) Determinar la incidencia del indicador de ADAPTABILIDAD en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: a) Ha- Las medidas del rendimiento inciden significativamente en el éxito empresarial del BCP filial Huánuco ya que tuvo resultados favorables en términos de eficacia, eficiencia y adaptabilidad (flexibilidad) durante el año 2015 b) Ho. Las medidas del rendimiento no inciden significativamente en el éxito empresarial del BCP ya que alcanzó resultados desfavorables en términos de eficacia, eficiencia y adaptabilidad (flexibilidad) durante el año 2015.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA: a) El Indicador de EFICACIA tuvo incidencia significativa en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015. b) El Indicador de EFICIENCIA tuvo incidencia significativa en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015. c) El indicador de ADAPTABILIDAD (Flexibilidad) tuvo incidencia significativa en el éxito empresarial del BCP durante el año 2015</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: Medidas del rendimiento</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE: Éxito empresarial</p> <p>VARIABLE INTERVINIENTE: a) BCP. Filial Huánuco. b) Normativa bancaria. c) Organización bancaria. d) Gestión bancaria. e) Directivos, funcionarios, personal administrativo del BCP-Huánuco. f) Resultados administrativos, económicos y financieros.</p>	<p>V.INDEPENDIENTE: DIMENSIÓN DE EFICACIA: a) Clientes satisfechos. b) Fidelidad del cliente.</p> <p>DIMENSIÓN DE EFICIENCIA: a) Gestión logística. b) Procesos de calidad.</p> <p>DIMENSIÓN DE ADAPTABILIDAD: a) Adaptaciones al consumidor. b) Formación del personal.</p> <p>V.DEPENDIENTE a) Rentabilidad financiera. b) Cuota de mercado. c) Productividad empresarial. d) Desarrollo tecnológico. e) Rentabilidad de gestión.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Explicativo</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>UNIVERSO/POBLACIÓN: Ocho bancos localizados en la región Huánuco</p> <p>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS Libros, revistas, folletos, separatas, fichas textuales, fichas de resumen</p>

ANEXO N° 02

EL CUESTIONARIO

Con una sola ASPA (X) marque la respuesta que considere correcta.

N° 01. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que el BCP filial Huánuco provee procesos y servicios de calidad a sus clientes que los tiene i mantiene satisfechos?

ORD.	CRITERIOS	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Probablemente, sí		
c	No sabe/No opina		
d	Probablemente, no		
e	Definitivamente, no		
TOTAL			

N° 02. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que los procesos eficaces, transparentes, simples, accesibles, objetivos, prácticos, equitativos y transparentes que brinda el BCP filial Huánuco genera actual fidelidad en sus clientes y a futuro?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Hay confiabilidad		
c	Existe fortaleza bancaria		
d	Hay seguridad		
e	No sabe/No opina		
TOTAL			

N° 03. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que la plana directiva, funcionarios y personal administrativo del BCP filial Huánuco administra con productividad la logística en el desarrollo de sus servicios?

ORD.	PERCEPCION	RESULTADO	
		fi	%
A	Definitivamente, sí		
B	Son modernos		
C	Son competitivos		
D	Son económicos		
E	No sabe/No opina		
TOTAL			

N° 04. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cómo califica Ud los procesos de calidad en servicios financieros que brinda el BCP filial Huánuco durante el año 2015?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Excelente		
b	Muy Bueno		
c	Bueno		
d	Pésimo		
e	Regular		
TOTAL			

N° 05: Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido: ¿Cree Ud qué el BCP filial Huánuco tiene preferencia del cliente porque innova sus servicios financieros acorde a las necesidades, gustos y deseos de sus clientes?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Es innovador permanente		
c	No sabe/ No opina		
d	Estudia la demanda		
e	Mejora los servicios		
TOTAL			

Nº 06. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que el BCP filial Huánuco, adapta la formación de su personal acorde a las exigencias del cliente, mercado, competencia y contexto para responder con productividad y calidad competitiva en el servicio financiero?

ORD.	DETALLE	RESPUESTA	
		fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Se adaptan al cambio		
c	No sabe/ No opina		
d	Flexibilizan sus procesos		
e	Definitivamente, no		
TOTAL			

Nº 07. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que las eficacias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar su misión y visión estratégica?

ORD.	DETALLE	RESPUESTA	
		fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Probablemente, sí		
c	No sabe/ No opina		
d	Probablemente, no		
e	Definitivamente, no		
TOTAL			

N° 08. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que las eficacias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente sus sistemas operativos con mayor rendimiento del personal por área de la empresa?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Innovación de procedimientos		
c	Orientación al cliente		
d	Definitivamente, no		
e	No sabe / no opina		
TOTAL			

N° 09. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido, ¿Cree Ud que las eficiencias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente el diseño de sus productos financieros?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
A	Definitivamente, sí		
B	Se adaptan a las necesidades		
C	Se adecuan a la demanda		
D	Definitivamente, no		
E	No sabe/No opina		
TOTAL			

N° 10. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud que las eficiencias logradas por el BCP filial Huánuco durante el año 2015 le ha permitido mejorar continuamente sus estrategias comerciales a nivel de atención al cliente, ventas, cobranzas con baja morosidad?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Mejor atención al cliente		
c	Incrementó ventas y cobros		
d	Definitivamente, no		
e	No sabe/No opina		
TOTAL			

N° 11. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado buenos resultados financieros en términos de liquidez, solvencia, rentabilidad y capitalización patrimonial durante el año 2015?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Tiene alta liquidez		
c	Gran solvencia financiera		
d	Tiene alta rentabilidad		
e	No sabe / No opina		
TOTAL			

N° 12. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado buenos resultados durante el año 2015 en términos de: clientela, fidelidad, demanda, campo de acción, desarrollo y penetración de mercados?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Tiene más clientes		
c	Sus clientes son fieles		
d	Innova por demanda		
e	No sabe / No opina		
TOTAL			

N° 13. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, el BCP filial Huánuco ha logrado mejores resultados durante el año 2015 en términos de: desarrollo humano, rentabilidad financiera, cuota de mercado, calidad administrativa, calidad del servicio financiero?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Logra más resultados		
c	Optimiza empleo de recursos		
d	Mejora continua de procesos		
e	No sabe / No opina		
TOTAL			

N° 14. Por su capacidad de intuición y experiencia del servicio financiero vivido ¿Cree Ud. que por las eficacias, eficiencias y adaptaciones al contexto, los procesos de prestación de servicios financieros que brinda el BCP filial Huánuco durante el año 2015 son realizados respetando los criterios de calidad y modernidad tecnológica que lo ubica como empresa exitosa?

ORD.	DETALLE	RESULTADO	
		Fi	%
a	Definitivamente, sí		
b	Hay modernidad tecnológica		
c	Hay rapidez de atención		
d	Red de atención en línea		
e	No sabe / No opina		
TOTAL			

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 03**NOTA BIOGRÁFICA****ISAAC PASCUAL ALCEDO PABLO**zackbeshem@hotmail.com

D.N.I. : 44882163
Grado Académico : Estudiante
Estado civil : Soltero
Lugar de nacimiento : Huánuco -Amarilis
Fecha de nacimiento : 26/03/1986
Dirección : Av. Túpac Amaru 212

RESUMEN PROFESIONAL Y LABORAL

Profesional en la carrera de Administración de empresas en la UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN" – HUANUCO, con experiencia en puestos relacionados con el área administrativa, financiera y comercial, con facilidad para relacionarme con diferentes tipos de personas, cumplo con mis responsabilidades, proactiva, ordenada, resistencia a los trabajos pesados, capacidad de liderazgo, manejo de problemas, habilidad para adaptarme a cualquier situación que se pueda presentar, toma correcta de decisiones, deseo asumir nuevos retos porque me creo una persona muy capaz para desenvolverme en mi rama gracias a mi tenacidad y experiencia.

ESTUDIOS:

PRIMARIOS : COLEGIO DE APLICACIÓN MARCOS DURAN MARTEL.
SECUNDARIA : COLEGIO NACIONAL LEONCIO PRADO.
SUPERIOR : UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN".

EXPERIENCIA LABORAL

Nombre de la empresa: PROMART HOMECENTERS

Giro de la empresa: RETAIL

Cargo y Fecha: CONSULTOR DE AREA DE BAÑOS Y COCINAS (20/01/2015 al presente)

Funciones y Logros:

- .Atención al cliente.
- .Reposición de productos.
- .Visitas técnicas.

LIVER FABIAN JARA

Soy natural del distrito de Aparicio Pomares, provincia de Yarowilca, departamento de Huánuco; inicié mis estudios iniciales en dicho distrito, a temprana edad mi familia se trasladó a la provincia de Yarowilca, donde cursé mis estudio primarios en la institución educativa “Andrés Avelino Cáceres”, posteriormente en el año 1998 por motivos de educación me traslado a la ciudad de Huánuco donde culmino satisfactoriamente mis estudios secundario en el prestigioso colegio “Leoncio Prado Gutiérrez”.

Teniendo ya concluido mis estudios secundarios y contando con el gran apoyo de mis padres y algunos familiares decido entrar al centro pre universitario Hermilio Valdizan donde gracias al constante esfuerzo y sacrificio ingreso directamente a dicha institución a la facultada de Ciencias Administrativas y Turismo por ocupar el 5to puesto de los 420 alumnos que intentábamos un cupo en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Actualmente soy Licenciado en Administración de Empresas por la cual me encuentro laborando de forma independiente en la empresa constructora LLYMM S.R.L, empresa que constituí yo en sociedad con mi padre y hermanos, por la cual me siento muy satisfecho ya que siempre tuve el sueño de tener una empresa propia.

MIGUEL ANGEL ILDEFONSO MATOS

NOMBRE Y APELLDOS : MIGUEL ANGEL ILDEFONSO MATOS

FECHA DE NACIMIENTO :19/02/1988

LUGAR DE NACIMIENTO : YANAHUANCA - PASCO

N° CELULAR : 939250270

CORREO ELECTRONICO : MIGUELIM@outlook.com

ESTUDIOS PRIMARIOS : E.A.P SANTO DOMNGO
SABIO – 35004-YANAHUANCA

ESTUDIOS SECUNDARIOS : INSTITUCION EDUCATIVA “ERNESTO
DIEZ CANSECO”

ESTUIDIOS SUPERIORES : UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO
VALDIZAN”

TRABAJO ACTUAL : MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DANIEL
ALCIDES CARRION – YANAHUANCA –
PASCO
AUXILIAR ADMINISTRATIVO DE LA SUB
GERENCIA DE COMERCIALIZACION
MERCADO Y POLICIA MUNICIPAL.