

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT.....	I
RESUMEN.....	II
TABLA DE CONTENIDO.....	III
ÍNDICE DE ESQUEMA.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURA.....	IX
ÍNDICE DE CUADRO.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	XIII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. PLANTEAMIENTO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	2
III. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
III. 2. Elementos del problema que se conocen.....	14
III. 3. Elementos del problema que se pretenden conocer.....	14
III. 4. Planteamiento del Problema.....	14
IV.1. Justificación teórica.....	15
IV. 2. Justificación metodológica.....	15
IV. 3. Justificación practica.....	15
V.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
V.2 OBJETIVO DEL MARCO TEÓRICO.....	16
V.3. OBJETIVOS DEL MARCO PRÁCTICO.....	16
VII. VI. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS.....	17
VI.1. Variable Independiente.....	17
VI.2. Variable Dependiente.....	17
VI.3. Variable Moderante.....	17
VI.4. Variable Interviniente.....	17
VII LÍMITES AL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
VII.1. Límite Sustantivo.....	17
VII.2. Límite Temporal:.....	18
VII.3. Límite Espacial:.....	18

VIII. METODOLOGÍA.....	18
VIII.1. Tipo de estudio.	18
VIII.2. Diseño de la Investigación.	18
IX. ÉTICA EN LA INVESTIGACIÓN.....	18
CAPÍTULO N°2	23
IMAGEN Y REPUTACIÓN DE MARCA	23
2.1 CONCEPTO DE REPUTACIÓN	23
2.2 LA REPUTACIÓN Y LAS EMPRESAS.....	24
2.3 IMAGEN DE MARCA	25
2.4 IMPORTANCIA DE LA IMAGEN DE MARCA.....	26
2.4.1 ¿Por qué es importante la imagen de marca?	26
CAPÍTULO N°3	28
CLIMA ORGANIZACIONAL.....	28
4.1. CONCEPTO CLIMA ORGANIZACIONAL.....	28
4.2. ELEMENTOS IMPORTANTES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL	30
4.3. CARACTERÍSTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL.....	30
4.3.1. Estructura	30
4.3.2. Responsabilidad.....	31
4.3.3. Recompensa.....	31
4.3.4. Desafío	31
4.3.5. Relaciones	31
4.3.6. Cooperación.....	31
4.3.7. Estándares.....	31
4.3.8. Conflictos	32
4.3.9. Identidad.....	32
4.4. SATISFACCIÓN LABORAL	32
4.4.2. Modelo tentativo de factores determinantes de satisfacción laboral.....	37
4.5. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE RELACIONES INTERPERSONALES EN LAS EMPRESAS.....	41
4.5.1. Fundamentos	41
4.5.2. Mejorar la retención.....	41
4.5.3. Motivación y productividad	42

- 4.5.4. Fomento de la creatividad 42
- CAPÍTULO N°4 44
- CALIDAD DE SERVICIO..... 44
- 4.1 CONCEPTO DE CALIDAD 44
- 4.2 IMPORTANCIA DE LA CALIDAD..... 45
- 4.2.1 Reducción de costos..... 45
- 4.2.2 Disminución en los precios. 45
- 4.2.3 Presencia en el mercado..... 46
- 4.3 OBJETIVOS DE LA CALIDAD 46
- 4.4 CALIDAD EN EL SERVICIO 47
- 4.5 SERVICIO AL CLIENTE 47
- 4.5.1 Servicio Estándar..... 47
- 4.5.2 Servicio Extraordinario..... 48
- 4.6 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE CALIDAD..... 48
- 4.7 BENEFICIOS DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE 50
- CAPÍTULO N°5 53
- BRANDING 53
- 5.1 CONCEPTO DE BRANDING 53
- 5.2 UNA MARCA ES UN ACTIVO PARA CUALQUIER EMPRESA..... 53
- 5.3 OBJETIVOS DEL BRANDING..... 55
- 5.3.1 ¿Qué objetivos se persigue al desarrollar una marca? 55
- 5.4 BENEFICIOS DEL BRANDING 56
- 5.4.1 Nivel marketing..... 57
- 5.4.2 Nivel financiero..... 58
- 5.4.3 Nivel interno..... 58
- CAPÍTULO N°6 61
- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 61
- 6.1 PROPÓSITO DEL MARCO PRÁCTICO..... 61
- 6.2.1 Censo: Funcionarios 61
- 6.2.2 Censo: Agentes..... 61
- 6.2.3 Unidad de Análisis 1: Clientes 61
- 6.2.4 Unidad de Análisis 2: Brokers..... 61

6.2.5 Unidad de Análisis 3: Proveedores.....	62
6.2.6 Unidad de Análisis 4: Población	62
6.3.1 Fórmula para calculo muestral	62
6.4 Relación Marco Teórico - Marco Practico.....	63
6.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	65
6.6. Objetivo General de la Investigación	711
6.7. MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	721
6.7.1 METODOS DE INVESTIGACIÓN.....	727
6.7.2 FUENTES PRIMARIAS DE INFORMACIÓN	722
6.7.3. FUENTES SECUNDARIAS DE INFORMACIÓN.....	733
6.8. RELACIÓN ENTRE OBJETIVOS, INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.	733
CAPÍTULO N°7	744
7.1 INTRODUCCIÓN.....	744
7.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	744
7.3. ANALISIS Y CONCLUSIONES DEL MARCO PRÁCTICO	74
7.4. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS	79
CAPÍTULO 8.....	90
8.1 INTRODUCCIÓN A LA PROPUESTA	90
8.2 RELACIÓN CAUSA – EFECTO – SOLUCIÓN	90
8.3. SUPUESTOS	92
8.4. ALCANCE DE LA PROPUESTA.....	92
CAPÍTULO 9.....	93
9.1. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	93
9.2. ETAPA 1.....	94
9.1.2. CONTROL DE HOMONÍMIA.....	94
9.1.3. ACTA JUNTA EXTRAORDINARIA DE ACCIONISTAS.....	95
9.1.4. SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN APS PARA REALIZAR EL CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL.....	96
9.1.5. REGISTRO EN FUNDEMPRESA DEL CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL.....	96
9.1.6. ACTUALIZACIÓN DEL NIT SEGÚN CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL	96
9.1.7. ACTUALIZACIÓN DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	96

9.1.8ACTUALIZACIÓN DEL REGISTRO OBLIGATORIO DE EMPLEADORES “ROE” REFERENTE AL CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL.....	97
9.1.9. CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL EN CAJA NACIONAL DE SALUD.....	97
9.1.10. CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL AFP’S	98
9.1.11. PLAN DE MEDIOS.....	100
CAPÍTULO 10.....	110
10.1. CONCLUSIONES FINALES DE LA INVESTIGACIÓN	110
10.4. APORTES DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	118
10.4.1. APORTE A LA CIENCIA ADMINISTRATIVA	118
10.4.2. APORTE AL PAÍS.....	118
10.4.3. APORTE AL PROBLEMA	118
10.5 ADENDUM.....	118