



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

**TESIS**

Gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región de Ucayali, 2022”

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

**AUTORES:**

Juan Huaman Concepcion ([orcid.org/0000-0003-2570-4752](https://orcid.org/0000-0003-2570-4752))

Roy Dario Mendoza Lozano ([orcid.org/0000-0001-6947-2469](https://orcid.org/0000-0001-6947-2469))

Maria Fernanda Rios Guzman ([orcid.org/0000-0002-3451-7556](https://orcid.org/0000-0002-3451-7556))

**ASESOR:**

Dr. Jaime Augusto Rojas Elescano ([orcid.org/0000-0002-9230-0793](https://orcid.org/0000-0002-9230-0793))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Gestión y desarrollo organizacional

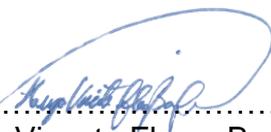
**Sub línea:**

Administración de la Calidad total

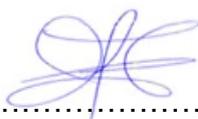
**UCAYALI – PERÚ**

**2023**

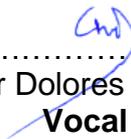
## JURADO EVALUADOR



.....  
Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio  
**Presidente**



.....  
Mg. Gino Javier Pinedo Vargas  
**Secretario**



.....  
Mg. Cesar Dolores Aliaga Rojas  
**Vocal**



.....  
Dr. Jaime Augusto Rojas Elescano  
**Asesor**

# ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

*"Año del fortalecimiento y soberanía nacional"*

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

En la Ciudad de Pucallpa, siendo las 11:13 am del día sábado 01 de abril del 2023, a través de la modalidad virtual, se dio inicio el acto de sustentación de la TESIS titulada "GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA CORPORACIÓN FERREMAN S.A.C. EN EL DISTRITO DE CALLERÍA, PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO, REGION DE UCAYALI, 2022" elaborado por los bachilleres JUAN HUAMAN CONCEPCION, MARIA FERNANDA RIOS GUZMAN y ROY DARIO MENDOZA LOZANO.

El Presidente da inicio al acto público de sustentación de tesis, con los miembros del Jurado Evaluador integrado por los docentes: **Presidente Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio, Secretario Mg. Gino Javier Pinedo Vargas y Vocal Mg. Cesar Dolores Aliaga Rojas**; designados con RESOLUCIÓN N° 070-2023-FCCyA-UPP de fecha 03 de marzo del 2023; luego el señor presidente instó al secretario a la lectura de la Resolución de aprobación de tesis.

Acto seguido el Presidente del Jurado invitó a iniciar su exposición a los bachilleres JUAN HUAMAN CONCEPCION, MARIA FERNANDA RIOS GUZMAN y ROY DARIO MENDOZA LOZANO, para que seguidamente absolviera las preguntas de cada jurado en su área.

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

Después de deliberar en forma reservada el Jurado emitió la calificación general, de cuyo resultado se establece que los bachilleres JUAN HUAMAN CONCEPCION, MARIA FERNANDA RIOS GUZMAN y ROY DARIO MENDOZA LOZANO fueron:

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

Reiniciando el acto público, se dio lectura a la presente Acta dando por aprobado por mayoría con nota 15 que los Miembros del Jurado la suscriben en señal de conformidad. **Realizado el juramento de honor y las felicitaciones de los miembros del jurado**, el Presidente dio por concluido el acto de sustentación siendo las 12:22 am Horas del mismo día, de lo que se da fe.

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Hugo Vicente Flores Bonifacio  
Presidente

  
\_\_\_\_\_  
Mg. Gino Javier Pinedo Vargas  
Secretario

  
\_\_\_\_\_  
Mg. Cesar Dolores Aliaga Rojas  
Vocal

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Juan Huaman Concepcion**, con DNI N° 74981490, **Roy Dario Mendoza Lozano**, con DNI N° 42943118, y, **Maria Fernanda Rios Guzman**, con DNI N° 70747728, egresados de la Escuela de Administración de Negocios de Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la de la Universidad Privada de Pucallpa, DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

Somos autores de la tesis titulada: “Gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región de Ucayali, 2022”.

1. El cual presentamos para optar: El título profesional de Administrador.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas decretadas por la Universidad Privada de Pucallpa y las normas APA.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros u otras personas.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, manipulados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumimos frente a la UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA, cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la autoría de la obra y/o invención presentada.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestra acción se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Pucallpa.

Pucallpa 11 de diciembre de 2022.



---

Juan Huaman Concepcion  
DNI N° 74981490



---

Roy Dario Mendoza Lozano  
DNI N° 42943118



---

María Fernanda Rios Guzman  
DNI N° 70747728

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

## **DEDICATORIA**

Dedicamos el presente trabajo a nuestras familias que día a día nos impulsan a ser mejores y conseguir nuestros objetivos, nos motivan en nuestra formación profesional para poder hacer de nuestro futuro uno exitoso.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito, en especial a los clientes de la empresa que nos regalaron su tiempo y buen trato, para responder los cuestionarios, y nos compartieron sus consejos.

**Juan Huamán, Roy Mendoza y María Ríos.**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos a Dios por la vida, la salud y sabiduría para poder culminar este objetivo que es un peldaño más en nuestras metas trazadas.

También, agradecemos los docentes y directivos de la Universidad Privada de Pucallpa por sus enseñanzas a lo largo de nuestra carrera profesional. Así mismo, a nuestro asesor, el Doctor Jaime Augusto Rojas Elescano por sus orientaciones, consejos en el desarrollo de nuestra investigación, conocimientos y paciencia en las observaciones para mejorar en el proceso del desarrollo de tesis.

Agradecemos, finalmente, a los clientes de la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. por su colaboración en el llenado del cuestionario de preguntas el cual fue vital para el desarrollo de la presente investigación.

**Juan Huamán, Roy Mendoza y María Ríos.**

## RESUMEN

El **objetivo** de la presente investigación fue determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022; el tipo de la investigación fue correlacional porque se buscó la relación que existe entre ambas variables, el diseño de la investigación fue no experimental transeccional porque no hubo manipulación de las variables en todo el estudio y el recojo de la información se realizó en un solo momento.

Los **métodos** utilizados fueron el deductivo e inductivo pues se trabajó de lo general a lo específico y de lo específico a lo general; la técnica utilizada para la recolección de los datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, el cual consistió en la primera variable de 20 preguntas, y en la segunda variable de 23 preguntas. El enfoque realizado fue cuantitativo.

La **Hipótesis general** fue “La gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022”, por lo tanto, en la tabla N° 12, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,685$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.01$ , es decir es altamente significativo.

Los **resultados** de la investigación concerniente a la variable gestión administrativa en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de acuerdo a la tabla y figura 5, se observa que el 30,00% de encuestados refieren que siempre se desarrolla, 46,00% casi siempre, 24,00% algunas veces, y 0.00% casi nunca y nunca. Y en lo concerniente a la variable calidad de atención al cliente, de acuerdo con la tabla y figura 12, se observa que 20.00% de encuestados refiere que siempre recibe una atención de calidad en la empresa Corporación FERREMAN, seguido de 38.00% casi siempre, 12.00% algunas veces, 30.0% casi nunca y 0.00% nunca.

Se **concluyó** que la gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

**Palabras clave:** Gestión administrativa y calidad de atención al cliente.

## ABSTRACT

The **objective** of this research was to determine the relationship between administrative management and quality of customer service in the company corporation FERREMAN S.A.C., in the district Callería, province of Coronel Portillo, Ucayali, 2022; the type of research was correlational because the relationship between the two was sought variables, the research design was non-experimental, transectonal because there was no manipulation of the variables throughout the study and the information was collected in a single moment.

The **methods** used were deductive and inductive, since they worked from the general to the specific and from the specific to the general; the technique used to collect the data was the survey and the instrument was the questionnaire, which consisted of the first variable of 20 questions, and in the second variable of 23 questions. The approach used was quantitative.

The **general hypothesis** was “The administrative management is significantly related to quality of customer service in the company corporation FERREMAN S.A.C., in the district Callería, province of Coronel Portillo, Ucayali, 2022”, therefore, in table No. 12, after applying the statistical test Spearman gives  $r = 0.685$  high positive correlation and  $p \text{ value} = 0.000 < 0.01$ , that is, it is highly significant.

The **results** of the research concerning the administrative management variable in the company corporation FERREMAN S.A.C., according to the table and figure 5, it is observed that 30.00% of respondents refer that always it develops, 46.00% almost always, 24.00% sometimes, and 0.00 % administrative management is almost never and never develops. And concerning quality of customer service, according to the table and figure 12, it is observed that 20.00% of respondents refer that always they receive it, 38.00% almost always, 12.00% sometimes, 30.00 % almost never and 0.00% never receive it.

It is **concluded** that the administrative management is significantly related to the to quality of customer service in the company corporation FERREMAN S.A.C.

**Keywords:** Administrative management and quality of customer service.

## INDICE

	<b>Pág.</b>
<b>Jurado Evaluador</b> .....	ii
<b>Acta de Sustentación</b> .....	iii
<b>Declaración jurada de autenticidad</b> .....	iv
<b>Constancia de originalidad de trabajo de investigación</b> .....	v
<b>Dedicatoria</b> .....	vi
<b>Agradecimiento</b> .....	vii
<b>Resumen</b> .....	viii
<b>Abstract</b> .....	x
<b>Índice</b> .....	xii
<b>Índice de tablas</b> .....	xv
<b>Índice de figuras</b> .....	xvi
<b>Introducción</b> .....	xvii
<b>I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	1
1.1.Planteamiento del problema.....	1
1.2.Formulación del problema.....	4
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3.Formulación de Objetivos.....	5
1.3.1. Objetivo general.....	5
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. Justificación de la investigación.....	6
1.4.1. Justificación Teórica.....	6
1.4.2. Justificación Práctica.....	6
1.4.3. Justificación Metodológica.....	7
1.4.4. Justificación Social.....	7
1.5. Delimitación del estudio.....	7
1.5.1. Delimitación Espacial.....	7
1.5.2. Delimitación temporal.....	8
1.6. Viabilidad del estudio.....	8
1.6.1. Viabilidad Técnica.....	8
1.6.2. Viabilidad Financiera.....	9

<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	10
2.1. Antecedentes del problema.....	10
2.1.1. A nivel internacional.....	10
2.1.2. A nivel nacional.....	13
2.1.3. A nivel local.....	20
2.2. Bases teóricas.....	26
2.2.1. Gestión Administrativa.....	26
2.2.1.1. Definición de gestión.....	26
2.2.1.2. Definición de gestión administrativa.....	26
2.2.1.3. Elementos de la administración.....	32
2.2.1.4. Características de la gestión administrativa.....	33
2.2.1.5. Medios utilizados en la gestión administrativa.....	34
2.2.1.6. Funciones de la gestión administrativa.....	36
2.2.1.7. Importancia de la gestión administrativa.....	37
2.2.1.8. Teorías relacionadas a la gestión administrativa.....	39
2.2.1.9. Dimensiones de la gestión administrativa.....	41
2.2.2. Calidad de atención al cliente.....	52
2.2.2.1. Definición de calidad.....	54
2.2.2.2. Definición de servicio.....	54
2.2.2.3. Definición de calidad en el servicio.....	54
2.2.2.4. Definición y tipos de clientes.....	55
2.2.2.5. Definición de atención al cliente.....	57
2.2.2.6. Definición de calidad en la atención al cliente.....	57
2.2.2.7. Objetivos de la calidad de atención al cliente.....	58
2.2.2.8. Importancia de la calidad de atención al cliente.....	58
2.2.2.9. Características del servicio de calidad.....	60
2.2.2.10. Principios de la atención al cliente.....	63
2.2.2.11. Protagonistas de la calidad en la atención al cliente...	64
2.2.2.12. Los trabajadores y la atención al cliente.....	68
2.2.2.13. Ventajas de atender mejor al cliente.....	70
2.2.2.14. Teorías de la calidad de servicio.....	71
2.2.2.15. Las dimensiones de la calidad de atención al cliente	78
2.3. Definición de términos básicos.....	88

2.4. Formulación de hipótesis.....	91
2.4.1. Hipótesis general.....	91
2.4.2. Hipótesis específicas.....	91
2.5. Variables.....	92
2.5.1. Definición conceptual de la variable.....	92
2.5.2. Definición operacional de la variable.....	92
2.5.3. Operacionalización de la variable.....	93
a. Variable I: Gestión Administrativa.....	93
b. Variable II: Calidad de atención al cliente.....	94
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>96</b>
3.1. Diseño de investigación.....	96
3.2. Población y muestra.....	97
3.2.1. Población.....	97
3.2.2. Muestra.....	99
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	99
3.3.1. Técnica.....	99
3.3.2. Instrumento.....	100
3.4. Validez y confiabilidad del instrumento.....	100
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información.....	102
3.5.1. Recolección de datos.....	102
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>104</b>
4.1. Presentación de resultados.....	104
4.1.1. Prueba de hipótesis.....	116
4.2. Discusión.....	121
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>128</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>132</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>136</b>
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	137
Anexo 2: Instrumento de aplicación.....	140
Anexo 3: Matriz de Validación.....	144
Anexo 4: Confiabilidad del instrumento de investigación.....	153
Anexo 5: Base de Datos para el procesamiento de los resultados .....	157
Anexo 6. Fotos.....	161

## INDICE DE TABLAS

Tabla 01. Planeación (dimensión 1)	104
Tabla 02. Organización (dimensión 2)	105
Tabla 03. Dirección (dimensión 3)	106
Tabla 04. Control (dimensión 4)	107
Tabla 05. Gestión Administrativa (variable 1)	108
Tabla 06. Confiabilidad o Fiabilidad (dimensión 1)	109
Tabla 07. Capacidad de respuesta (dimensión 2)	110
Tabla 08. Seguridad (dimensión 3)	111
Tabla 09. Empatía (dimensión 4)	112
Tabla 10. Aspectos tangibles (dimensión 5)	113
Tabla 11. Precio (dimensión 6)	114
Tabla 12. Calidad de atención al cliente (variable 2)	115
Tabla 13. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente	116
Tabla 14. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente	117
Tabla 15. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente	118
Tabla 16. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de dirección se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente	119
Tabla 17. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente	120

## **INDICE FIGURAS**

Figura 01. Planeación (dimensión 1)	104
Figura 02. Organización (dimensión 2)	105
Figura 03. Dirección (dimensión 3)	106
Figura 04. Control (dimensión 4)	107
Figura 05. Gestión Administrativa (variable 1)	108
Figura 06. Confiabilidad o Fiabilidad (dimensión 1)	109
Figura 07. Capacidad de respuesta (dimensión 2)	110
Figura 08. Seguridad (dimensión 3)	111
Figura 09. Empatía (dimensión 4)	112
Figura 10. Aspectos tangibles (dimensión 5)	113
Figura 11. Precio (dimensión 6)	114
Figura 12. Calidad de atención al cliente (variable 2)	115

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación buscó determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022, el cual fue posible porque mientras mayor gestión administrativa exista en una determinada empresa, la calidad de atención al cliente siempre será buena, lo cual conlleva a un crecimiento empresarial y satisfacción de los clientes.

Este trabajo de investigación fue estructurado en cuatro capítulos de la siguiente manera: Capítulo I: El Problema de Investigación, se profundizó sobre el problema, su justificación, objetivos de la investigación y otros que se abordaron para el correcto conocimiento del tema investigado. Capítulo II: El Marco Teórico, se trata de la fundamentación teórica; en la tesis se emplearon cuatro dimensiones y 20 indicadores de la variable gestión administrativa, y, seis dimensiones y 23 indicadores de la variable calidad de atención al cliente. Capítulo III: La Metodología, contiene la metodología que se empleó para desarrollar el trabajo de investigación, como el diseño de estudio no experimental, transeccional, tipo de estudio correlacional, el esquema de la investigación, la población, la muestra, se definió operativamente al instrumento de recolección de datos y se detalló las técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos. Capítulo IV: Resultados y discusión, se presentan los resultados obtenidos con la aplicación del SPSSV22. En la discusión de resultados se presenta la confrontación de la situación problemática formulada, con los referentes bibliográficos de las bases teóricas, en base a la prueba de hipótesis y el aporte científico de la investigación.

Se finalizó el trabajo de investigación con la conclusión referida al cumplimiento del objetivo de determinar la existencia de la relación entre las variables gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

## **CAPITULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La construcción es considerada a nivel mundial dentro de las actividades económicas más demandantes de mano de obra y ejerce un efecto multiplicador en la economía, ya que es uno de los sectores productivos que más aporta al crecimiento de los países y regiones. De acuerdo al Ranking 2013 del tamaño del sector construcción, elaborado por la Federación Interamericana de la Industria de la Construcción (FIIC), el Perú se encuentra en el puesto N°7 en Latinoamérica, en cuanto a bienes y servicios producidos por ese sector<sup>1</sup>.

El sector de la construcción, cada día se extiende más en nuestro país. Hablar de este sector, significa hablar de inversiones y circulación de capital, a través del cual se crea créditos, y se fomenta fuentes de trabajo para el desarrollo y crecimiento de un país.

Este sector, lógicamente demanda la compra y venta de materiales que se utilizan en las diversas edificaciones y proyectos de construcción; siendo que, una ferretería, resulta ser un excelente negocio para quienes desean

---

<sup>1</sup> Servicios al Exportador Información. 2015. Informe Especializado, El sector construcción en los países de Latinoamérica, pág. 2.

emprender en un proyecto productivo independiente, sea individualmente o como asociación.

Es así que, la Corporación FERREMAN S.A.C. es una empresa local, dedicada a la comercialización de materiales para la construcción en general; ofrece al mercado regional, específicamente al segmento de la construcción una variedad de productos, como implementos de ferretería, material eléctrico, línea de pintura, entre otros.

#### Consulta RUC

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	20807884189 - CORPORACION FERREMAN S.A.C.		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	29/04/2021	Fecha de Inicio de Actividades:	04/05/2021
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	AV. HABILITACION URBANA NRO. 508 URB. HABILITACION URBANA MUNICIPAL (AV. PRINCIPAL TUPAC AMARU) UCAYALI - CORONEL PORTILLO - CALLERIA		
Sistema Emisión de Comprobante:	COMPUTARIZADO	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4752 - VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	NINGUNO		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 11/05/2021 GUIA DE REMISION DESDE 24/05/2021		
Emisor electrónico desde:	11/05/2021		
Comprobantes Electrónicos:	BOLETA (desde 11/05/2021),FACTURA (desde 11/05/2021),GUIA (desde 24/05/2021)		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones:	NINGUNO		
Fecha consulta: 16/12/2022 10:24			

No obstante, en este actual mundo globalizado, la competitividad y las inversiones extranjeras son factores que influyen directamente en la economía de un país en proceso de desarrollo; más aún en el sector de la construcción. Así, en nuestra ciudad, han aparecido nuevas y grandes empresas, que comercializan materiales de construcción, con estrategias innovadoras en competir. Ello significa que, si las empresas locales no ofrecen los productos, servicios y atención que, los clientes demandan, no cabe duda que estos se irán a la competencia. Por tanto, debe entenderse que, las empresas están obligadas a reformular e innovar su gestión administrativa y cumplir con las exigencias de quienes requieren sus servicios y/o productos.

Entonces, es un reto elevar la gestión administrativa de todo negocio, lo que implica un nivel de calidad ventajoso, de tal manera que el cliente reciba la atención que esperaba. La calidad de atención al cliente, es un aspecto sumamente importante, que implica la capacidad de respuesta oportuna, para ayudar y atender de manera efectiva, las necesidades de los clientes, y llegar a ser confiable para los mismos.

Las principales falencias en la calidad de servicio en una ferretería, no solo implica una atención inadecuada al cliente, sino también, a veces, espacios inadecuados de exhibición y almacenamiento, desorganización de los productos, entre otros. Adicionalmente, por las condiciones que amerita enfrentar una pandemia, se requiere cumplir con protocolos de salubridad, que muchas veces no son considerados por los propietarios. Entonces, el resultado es que muchos de los clientes ya no retornan, ni recomiendan el servicio y/o productos.

La presente investigación, brinda información de carácter importante sobre la relación que hay entre la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la Corporación FERREMAN S.A.C. distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región Ucayali, 2022; siendo que, los resultados obtenidos, servirán para futuras investigaciones que requieran ampliar o conocer del estudio.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo se relaciona la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a. ¿De qué manera se relacionan los actos de planeación y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?
- b. ¿De que manera se relacionan los actos de organización y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?
- c. ¿De qué manera se relacionan los actos de dirección y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?
- d. ¿De qué manera se relacionan los actos de control y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?

### **1.3. FORMULACION DE OBJETIVOS**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- a. Determinar la relación entre los actos de planeación y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.
- b. Determinar la relación entre los actos de organización y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.
- c. Determinar la relación entre los actos de dirección y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.
- d. Determinar la relación entre los actos de control y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

## **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION:**

### **1.4.1. Justificación Teórica**

La gestión administrativa es la planeación, organización, dirección y control en las diferentes áreas y niveles de una organización con el fin de alcanzar sus objetivos y garantizar competitividad. En tal sentido, la presente investigación se justificó porque tuvo el propósito de escribir la relación teórica existente entre las variables: Gestión administrativa y la calidad de atención al cliente. Por otra parte, se consideró que con esta investigación se ampliarán las teorías conceptuales de estas variables, las cuales servirán de antecedente a futuras investigaciones similares.

### **1.4.2. Justificación Practica**

El trabajo de investigación se justificó prácticamente porque buscó a través de la gestión administrativa que los clientes de la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. reciban una atención de calidad; de tal forma que, se consideren a la referida empresa como la primera y mejor opción para realizar sus compras. Para ello, se fortaleció el conocimiento y los métodos a seguir del tema en estudio para así aplicarlo a la realidad de la empresa y, como consecuencia, mejorar de forma positiva su situación Financiera-Económica (en relación a sus ventas), evaluando sus controles de verificación o aplicando modelos correctivos.

Con la elaboración de la presente investigación, la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., adquirió los conocimientos prácticos necesarios para un apropiado desenvolvimiento y crecimiento financiero, de igual manera la Universidad Privada de Pucallpa contará con un aporte investigativo, para futuras investigaciones ya que se logró la integración de los conocimientos teóricos y prácticos en la solución de problemas financieros.

### **1.4.3. Justificación Metodológica**

A nivel metodológico, se justificó porque utilizó el método deductivo a inductivo y viceversa, es decir se vio información general y luego se comprobó dicha información en cada uno de los clientes, también vimos información específica y luego se sacó una conclusión general. El cual nos ayudó a desarrollar y aplicar nuevas técnicas e instrumentos de recolección de datos.

### **1.4.4. Justificación Social**

A nivel social. la investigación favoreció a los trabajadores, empleados y directivos de la empresa FERREMAN S.A.C., porque mientras los clientes no disminuyan y se mantengan o aumenten, habrá mayores beneficios y rentabilidad tanto para los trabajadores y clientes en general, porque verán en la referida empresa una opción de compra que les ofrezca servicios y productos de calidad.

Asimismo, este estudio constituyó una contribución para que las empresas locales, en general, mejoren la gestión administrativa de sus negocios, lo que impactará en la calidad de atención de sus clientes, planteando alternativas de solución respecto a las deficiencias administrativas que pudieran existir, lo cual puede ser replicado en otras organizaciones empresariales.

## **1.5. DELIMITACION DEL ESTUDIO**

El trabajo de investigación se delimitó de la siguiente manera:

### **1.5.1. Delimitación espacial:**

La investigación se realizó en la Habilitación Urbana Municipal N° 508, distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región de Ucayali, donde se encuentra ubicada la empresa Corporación FERREMÁN S.A.C.

### **1.5.2. Delimitación Temporal**

El presente trabajo de investigación se realizó durante los meses de junio a diciembre del año 2022, tiempo necesario para ejecutar las acciones de recolección de información en el lugar indicado, procesamiento de datos, análisis y elaboración de resultados sustentatorios, y redacción del informe final de investigación científica.

Finalmente, la delimitación teórica del presente trabajo de investigación estuvo alineado a las variables de estudio que son: Gestión de calidad y calidad de atención al cliente, del cual se desagregaron sus dimensiones e indicadores conceptuales de los que se convirtieron en preguntas que se aplicaron en un cuestionario de acuerdo al contexto de la investigación.

## **1.6. VIABILIDAD DEL DESTUDIO**

### **1.6.1. Viabilidad técnica**

La investigación fue viable técnicamente ya que, se consideró todas las normativas del centro de investigación de esta casa de estudio, por ser actuales y enmarcadas en la nueva Ley Universitaria vigente.

Además, para lograr optimizar los resultados, la delimitación temporal y espacial se ajustó a las posibilidades de los tesisistas, al tener domicilios en los distritos de Callería y Yarinacocha, de la provincia en la que encuentra la empresa, con la posibilidad de realizar la investigación in situ. Asimismo, el presente proyecto fue viable, porque tuvo un contenido social, y enfocó una problemática que acontece no solo en las empresas que comercializan materiales de construcción, sino en otros rubros, respecto a que la atención al cliente muchas veces no es la esperada.

### **1.6.2. Viabilidad financiera**

El proyecto fue viable financieramente, siendo que los costos fueron racionales, y fueron asumidos por los tesisistas.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA:

#### 2.1.1. A nivel internacional.

Como antecedentes internacionales tuvimos los siguientes:

Guzmán, Jiménez y Lara. (2018). *Diseño de un sistema de gestión de calidad para los restaurantes de la zona del Puerto de la Libertad*. (Tesis de pregrado). Universidad de El Salvador. El Salvador. Tuvo como objetivo general realizar el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para los Restaurantes del Puerto de la Libertad, basado en la situación actual de estos, que les permita organizar sus operaciones, para poder brindar un servicio de alta calidad que satisfaga las necesidades del cliente, de manera constante. (p.3)

La importancia principal del estudio se centró en dar respuesta a las necesidades y planteamiento de la problemática detectada durante el diagnóstico, para satisfacer las necesidades de los turistas y visitantes de los restaurantes de la zona del Puerto de La Libertad, el planteamiento de la solución acá establecida, sirvió de base para que los distintos restaurantes, puedan establecer un sistema formalizado de calidad, encaminado a brindar una imagen de excelencia en el servicio de los restaurantes de El Salvador, lo cual contribuirá a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de

empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población de forma sostenible, ya que ambas actividades (economía y turismo) siguen superando las expectativas. (p.xi)

Las conclusiones indicaron que, a partir del estudio se pudieron determinar cuáles son las expectativas de los clientes en cuanto al servicio brindado por los restaurantes de la zona determinando las características consideradas por estos como las más importantes para tomarlos de base para la elaboración del sistema de gestión de calidad. El desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad por medio de las actividades que propone y de las regulaciones establecidas dentro de los restaurantes del Puerto de La Libertad, contribuirá a que estos presenten un mejor servicio a los clientes que los visitan, bajo los lineamientos de la calidad, mejoren su higiene y eficiencia en la organización contribuyendo a la mejora de la imagen de estos. Es importante que todos los involucrados dentro del restaurante trabajen siguiendo los lineamientos establecidos por el Sistema de Gestión de Calidad para que de esta forma exista una interrelación de todos por la búsqueda del mismo objetivo que es brindar un servicio gastronómico que satisfaga las necesidades de los clientes. (p. 789-791)

Alvarado. (2018). *Propuesta del diseño de un modelo de gestión administrativa basado en el enfoque de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), para mejorar la calidad en el servicio al cliente de la mediana empresa Computadora y Matthieu Sociedad Anónima (Compumatt S.A) de la ciudad de León, durante el periodo comprendido de agosto 2017 a febrero del año 2018.* (Monografía de Pregrado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. León - Nicaragua. El mismo que tuvo como objetivo general, diseñar un modelo de gestión administrativa, basado en el enfoque EFQM para mejorar la calidad en el servicio al cliente de la referida empresa, dedicada a la comercialización de accesorios y equipos de computación en la ciudad de León. (p.10)

Las conclusiones señalaron, respecto a la empresa que, según los datos obtenidos, la totalidad de la mediana empresa Computadora y Matthieu Sociedad Anónima (COMPUMATT S.A) comercializadora de productos electrónicos de la ciudad de León, no se auxilia para su gestión de un modelo específico enfocado en la búsqueda de mejorar la calidad del servicio al cliente, y respecto a los clientes que, la gran mayoría de los encuestados (96%) coinciden que es de gran importancia que la mediana empresa COMPUMATT S.A brinde un servicio de calidad a sus clientes, lo cual debe ser un indicador significativo para la prestación del servicio de calidad por parte de la empresa. (p.123 y 124)

Espinoza. (2019). *La gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en el Hotel El Molino, periodo 2018*. (Trabajo de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. Ecuador. Tuvo como objetivo general determinar de qué manera la gestión administrativa incide en la calidad del servicio al cliente en el hotel El Molino, periodo 2018. (p.5)

Las conclusiones indicaron que, en la información recopilada mediante entrevistas al personal del Hotel el Molino se encontró que los procesos administrativos son primordiales para la óptima realización de las actividades diarias de trabajo y para cumplir con la total satisfacción de los clientes. Además, la aceptación que tiene de usuarios es positiva ya que supieron manifestar que su fidelidad es alta. También que, de acuerdo al estudio realizado se determinó que la gestión administrativa es muy importante ya que permite agilizar los procesos de manera eficiente, a través de la buena planificación organización dirección y control de todos los directivos de una empresa, para de esta manera conseguir una excelente calidad en el servicio al cliente. Y finalmente que, a través del modelo Servqual se pudo identificar que el grado de satisfacción de los huéspedes del hotel el molino es significativamente alto, es por ello que le ha permitido colocarse entre los mejores de la Ciudad de Riobamba, además

proyectarse para brindar un servicio de excelencia hacia futuros clientes. (p.39)

Boletín de Malariología y Salud Ambiental, Vol. LIX, núm. 1 (julio-diciembre, 2019). *Gestión administrativa y satisfacción de pacientes en una oficina médica de primer nivel, Ecuador, pp.10-14*. Cuyos resultados demostraron que, los pacientes permitieron demostrar la satisfacción al equipamiento (77%), infraestructura (73%), presentación del personal (81%), limpieza (66%), camas y camillas (80%) y comodidad de las mismas (67%), aunque la insatisfacción en relación a las esperas en oficinas médicas de primer nivel fue alta (71%). (p.12)

Finalmente, se concluyó que la gestión administrativa y la calidad, son bases conceptuales para este proyecto, dentro del cual se debe elaborar planes de mejoras con la finalidad de capacitar al personal involucrado cuyo objetivo será la excelencia en calidad de los servicios de salud de las unidades médicas del primer nivel en el cantón Naranjal. Por lo tanto, para garantizar la presencia de una gestión administrativa armónica, determinada por cumplir y alcanzar los objetivos en el tiempo establecido, amerita la presencia de un administrador competente, cuyas capacidades y destrezas gerenciales hagan posible redimensionar el hecho administrativo, es decir, propiciar una toma de decisiones como alternativa viable para afianzar entre los trabajadores el compromiso como elemento encargado de darle eficiencia a las tareas propuestas. Estos cambios pragmáticos puedan servir de referentes para mejoras a nivel nacional dentro del estado ecuatoriano. (p.13)

### **2.1.2. A nivel nacional.**

Como antecedentes nacionales tuvimos los siguientes:

León. (2017). *“Estrategias de la calidad y su impacto en la gestión administrativa en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Otuzco – IESTP-O-2015”*, (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo-Perú. Cuyo objetivo general fue analizar el impacto de las estrategias de la calidad en la gestión administrativa en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Otuzco – IESTP-O-2015; así como, para conocer y mejorar los aspectos claves de la eficiencia de la gestión administrativa, al aplicar una metodología basada en herramientas de la calidad a los usuarios, al tiempo que se enmarca en las nuevas exigencias del proceso de acreditación de institutos, enfocándose en las dimensiones gestión institucional, procesos académicos, servicios de apoyo, resultados e impacto. (p.8)

En este sentido, las principales conclusiones del estudio indican que, el instituto emplea estrategias competitivas, reconoce los recursos con los que cuenta y de los que carece, identificando como principales fortalezas la permanencia por más de 27 años en el mercado formando profesionales; asimismo, el modelo de acreditación de instituciones educativas suministrada por el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (SINEASCE), facilita el proceso interno y externo de la institución, logrando así una eficiente gestión administrativa. (p. 101 y 102)

Chávez y Hernani. (2018). *El clima organización y la gestión administrativa en la oficina de tesorería de la sede central del Ministerio de Educación, periodo de mayo a julio del 2018*. (Tesis de Posgrado). Universidad Privada Norbert Wiener. Lima – Perú. Cuyo objetivo fue determinar la relación entre el clima organizacional y la gestión administrativa en el personal que labora en la Oficina de Tesorería de la Sede Central del Ministerio de Educación, durante el periodo de mayo a julio del 2018; de tipo aplicado de nivel correlacional, de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo; la población de estudio fue de 60 trabajadores. Siendo así, se determinó que, el 68,3% del

personal considera que el clima organizacional existente en la oficina es muy adecuado, y que el 55,0% del personal considera que la gestión administrativa existente es muy adecuada. En tal sentido, se concluyó que, existe una muy alta relación directa o positiva (valor de  $Rho = 0,892$  y valor de  $p = 0,000$ ) entre el clima organizacional y la gestión administrativa; de forma similar existe una muy alta relación directa o positiva (valor de  $Rho = 0,903$  y valor de  $p = 0,000$ ) entre el potencial humano y la gestión administrativa, (valor de  $Rho = 0,846$  y valor de  $p = 0,000$ ) entre el diseño organizacional y la gestión administrativa, y (valor de  $Rho = 0,761$  y valor de  $p = 0,000$ ) entre la cultura organizacional y la gestión administrativa. (p.x)

Palomino. (2020). *Gestión Administrativa y su relación con las habilidades blandas en docentes de la IE N° 168 APJ, Ugel 05, 2019.* (Tesis de posgrado). Universidad César Vallejo. Lima – Perú. Cuyo objetivo general fue determinar si la gestión administrativa se relaciona con las habilidades blandas en los docentes de la IE N°168 Amistad Perú-Japón, Ugel 05, 2019. Siendo así, la primera variable fue gestión administrativa y sus dimensiones planteadas fueron: planeación, organización, dirección y control. Y la segunda variable fue habilidades blandas, con sus dimensiones: empatía, creatividad y liderazgo. El trabajo concluyó que, la gestión administrativa se relaciona significativamente con las habilidades blandas en los docentes de la IE N°168 Amistad Perú-Japón, siendo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.873 indicó que existe relación positiva entre dichas variables. También, se determinó que la gestión administrativa se relaciona significativamente con la dimensión de empatía de las habilidades blandas en los docentes de la IE N°168 Amistad Perú-Japón, Ugel 05 – 2019, siendo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.653 indicó que existe relación positiva entre la primera variable gestión administrativa y la dimensión uno, empatía, de la segunda variable, habilidades blandas. (p.x)

Asimismo, se determinó que la gestión administrativa se relaciona significativamente con la dimensión de creatividad de las habilidades blandas en los docentes de la IE N°168 Amistad Perú-Japón, Ugel 05 – 2019, siendo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.627 indicó que existe relación positiva entre la primera variable gestión administrativa y la dimensión dos, creatividad, de la segunda variable, habilidades blandas. Finalmente, se determinó que la gestión administrativa se relaciona significativamente con la dimensión de liderazgo de las habilidades blandas en los docentes de la IE N°168 Amistad Perú-Japón, Ugel 05 – 2019, siendo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.583 indicó que existe relación positiva entre la primera variable gestión administrativa y la dimensión tres, liderazgo de la segunda variable, habilidades blandas. (p.55).

Quiroz y Vega. (2020). *Gestión Administrativa y Desempeño Docente en la Institución Educativa Pública de la Libertad, 2019*. (Tesis de Posgrado). Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI. Trujillo – Perú. Cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y el desempeño docente en la I.E. N° 80826, Huaranchal – Otuzco 2019. El trabajo se elaboró con una población muestral de 40 docentes de ambos sexos y de los tres niveles educativos; la investigación fue descriptiva correlacional, esto es, se describió el comportamiento estadístico de las variables estableciendo si existe o no correlación y que de existir correlación a cuanto equivale la misma para determinar el grado de correlación, por lo tanto, no se manipuló ninguna variable. En los resultados obtenidos, según la prueba de correlación de Spearman aplicada a las variables de estudio gestión administrativa y el desempeño docente, se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman  $r=0.567$ , correlación moderada. Por lo tanto, se pudo afirmar que existe relación significativa entre la gestión administrativa y el desempeño docente en la Institución Educativa N° 80826 de Huaranchal – Otuzco 2019. (p.viii)

Ocampos y Valencia. (2017). *Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en la red asistencial EsSalud - Tumbes, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Tumbes. Tumbes – Perú. Cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio al usuario, en la Red Asistencial EsSalud-Tumbes, en el año 2018. (p.19)

Las conclusiones señalan que, el coeficiente de correlación de Pearson obtenido en el estudio ( $R=+0,559$ ) comprueba la existencia de una relación directa moderada entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio desde la perspectiva del trabajador administrativo de la Red Asistencial EsSalud Tumbes, 2016. (p.82)

Churasacari, Fuentes y Meléndez. (2018). *Gestión administrativa y calidad del servicio al cliente en la empresa Alichus S.A.C., Villa El Salvador 2016*. (Trabajo de Pregrado). Universidad Peruana de las Américas. Lima – Perú. Cuyo objetivo general fue establecer cómo la gestión administrativa se relaciona con la calidad del servicio al cliente en la empresa Alichus S.A.C., Villa el Salvador 2016. (p. 2)

Las conclusiones indicaron que, según el estudio realizado, la relación que hay en las dos variables, calidad de servicio y la gestión administrativa son complementarios, en la organización Alichus S.A.C. se ha detectado una mala gestión por el líder autocrático, sumándole a ello las carencias políticas, la falta de un organigrama y la falta de comunicación entre el área administrativa y operacional, generando así la insatisfacción del cliente. (p. 48)

Chumioque. (2018). *Gestión Administrativa y calidad de servicio que brinda la empresa de transporte Emprecosur S.A. Pachacamac*". (Tesis de Pregrado). Universidad Autónoma del Perú. Lima – Perú. Cuyo propósito fue determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y calidad de servicio en los colaboradores de la empresa

de transporte Emprecosur S.A. Pachacamac. Siendo que, la población lo constituyó 32 colaboradores, con una muestra de la misma cantidad, los datos se obtuvieron de manera censal. La investigación concluyó que, existe una correlación moderadamente positiva entre la gestión administrativa y la calidad de servicio que brinda la referida empresa. (p.viii)

Saavedra. (2019). *La gestión administrativa institucional y la calidad del servicio de la oficina de administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal, 2018.* (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima – Perú. Cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre la gestión administrativa institucional y la calidad del servicio que brinda la Oficina de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal, 2018. (p.5)

Las conclusiones indicaron que, existe una relación significativa entre la gestión administrativa institucional y la calidad del servicio, según la prueba estadística de la Rho de Spearman muestra una asociación significativa entre las variables de estudio con un coeficiente de correlación del 0.721 y una significancia bilateral del 0.001 menor al margen de error establecido. (p.57)

Pando. (2019). *La influencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio al usuario externo en el hospital de EsSalud, Cajamarca 2019.* (Título de Pregrado). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca – Perú. Cuyo objetivo general fue determinar la influencia de la gestión administrativa en la calidad del servicio al usuario externo en el Hospital de EsSalud, Cajamarca 2019. (p.16)

Siendo así, se arribó a la conclusión que existe influencia significativa ( $p < 0.01$ ) positiva entre la gestión administrativa y la calidad

de servicio al usuario externo en el Hospital de EsSalud, Cajamarca 2019. (p.74)

De la Sota. (2019). *Gestión Administrativa y calidad de servicio al cliente en la empresa SEDACHIMBOTE S.A. 2019*. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo. Chimbote – Perú. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre ambas variables, para ello se consideró las teorías de Chiavenato (2013) con respecto a la gestión administrativa la cual se define como el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar para tener un buen funcionamiento en la empresa, y, a Parasuraman, Zeithaml y Berry (2011) en su estudio de calidad de servicios al cliente, donde mencionan al instrumento SERVQUAL que en sus ítems permiten conocer en qué puntos se debe mejorar para tener un nivel óptimo en la calidad de servicio al cliente. Al respecto, la investigación tuvo un diseño no experimental, transversal y descriptivo - correlacional, con una población de 360 579 clientes y una muestra conformada por 383 clientes, utilizando como instrumento el cuestionario. Así pues, se recolectaron datos que fueron analizados descriptivamente mediante tablas de distribución de frecuencias y gráficos. Los resultados obtenidos comprobaron la relación entre gestión administrativa y calidad de servicio al cliente en la empresa SEDACHIMBOTE, 2019, llegando a la conclusión que, la gestión administrativa fue altamente significativa con la calidad de servicio. (p.vii)

Quiñones. (2021). *Gestión Administrativa y su relación con la calidad de servicio al usuario en la oficina de abastecimiento y servicios auxiliares del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Lima – 2020*. (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Las Américas. Lima – Perú. Tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en la Oficina de Abastecimiento y Servicios Auxiliares del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Lima – 2020, para lo cual se propuso un estudio de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo – correlacional y diseño no

experimental de corte transversal, donde se empleó la encuesta (cuestionario) como técnica de recolección de datos. Así, se emplearon dos instrumentos para la medición de las variables gestión administrativa y calidad del servicio a una muestra de veinte participantes (entre colaboradores y usuarios internos y externos). Los resultados del estudio evidenciaron que el 90% de los encuestados considera que la gestión administrativa de la oficina se ubicó en un nivel regular, mientras que la calidad del servicio fue mejor evaluada, con una proporción del 40% que la ubica en el nivel medio y una del 35% que la califica como alta. (p.v)

Colorado y Tenorio. (2021). *Gestión Administrativa y Calidad de Servicio en el Restaurant La Cochera de Monkey – Cajamarca, 2020*. (Tesis de Pregrado). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca – Perú. Cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la Gestión Administrativa y la calidad de servicio del Restaurant la cochera de Monkey – Cajamarca, 2020. El tipo de investigación por su finalidad y teniendo en cuenta el grado de abstracción, fue de tipo pura conocida también como básica. El nivel de investigación fue correlacional, en lo que se refiere al diseño es no experimental, porque no presenta manipulación de variables. Por su temporalidad fue de tipo transversal, y el tipo de muestreo fue probabilístico aleatorio simple, el cual constó de 46 clientes encuestados. La conclusión principal a la que se arribó, en base a los resultados obtenidos señala que, el Coeficiente de Correlación de Pearson fue baja entre las variables gestión Administrativa y la dimensión aspectos tangibles. (p.x)

### **2.1.3. A nivel local:**

Los antecedentes a nivel local fueron los siguientes:

Mego. (2021). *Gestión Administrativa y rendición de cuentas de las subvenciones de tesis de grados en la Universidad Nacional de Ucayali, 2018*. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali.

Ucayali – Perú. Su objetivo general fue determinar la relación entre la gestión administrativa y la rendición de cuentas de las subvenciones de tesis de grados de la Universidad Nacional de Ucayali, 2018. Sobre los resultados obtenidos, se tuvo que el 72.9% de los docentes encuestados precisaron que la gestión administrativa fue eficiente y el 69.1% de los docentes indicaron que la rendición de cuentas fue eficiente, arribando a la conclusión que no existe relación directa y significativa entre la gestión administrativa y la rendición de cuentas de las subvenciones de tesis de grados en la universidad nacional de Ucayali, 2018. (p. viii)

Ortega. (2022). *La gestión administrativa y transferencia de obras en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, 2021*. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Cuyo objetivo principal fue conocer en qué medida la gestión administrativa se relaciona con la transferencia de obras en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo 2021; y como objetivos específicos fueron, determinar en qué medida la planeación se relaciona con la transferencia de obras, conocer en qué medida la organización se relaciona con la transferencia de obras, identificar en qué medida la dirección se relaciona con la transferencia de obras, y resolver en qué medida el control se relaciona con la transferencia de obras. Para dicho fin, se empleó el tipo de investigación aplicada y cuantitativa, con un nivel descriptivo correlacional, de espacio temporal transversal; la población estuvo dada por 64 servidores y funcionarios públicos ligados a la transferencia de obras en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo. Siendo así, se tuvo como resultados que, los datos recolectados fueron normales, obteniéndose para todas las variables y sus dimensiones valores de Sig.  $\leq 0.05$  en la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov; al ser los datos de la investigación de distribución normal, la prueba de hipótesis se realizó mediante el coeficiente “r” de Pearson, con lo que se concluyó; que si existe relación directa, positiva y alta entre la Gestión Administrativa y la Transferencia de Obras con un valor de  $r = 0,696$  y  $\alpha = 0.01 > \text{sig. (Bilateral)} = 0.000$ . Así

mismo se concluyó que si existe relación directa y positiva entre la Planeación, Organización, Dirección y Control con la Transferencia de Obras, obteniéndose los coeficientes de Pearson respectivamente  $r = 0,598$  /  $r = 0,554$  /  $r = 0,722$  /  $r = 0,649$ . Se encontró además que el 41.82 %, 47.27 %, 40.00 %, 54.55 % y 38.18 % de los encuestados precisaron respectivamente como buena la Gestión Administrativa, Transferencia de Obras, Planeación, Organización y Control en la entidad; y solo el 41.82 % precisaron como muy buena la Dirección en la entidad. (p.7 y 72)

Fabián y Gama. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Top Sport de Ucayali, año 2019*. (Tesis de Pregrado). Universidad Peruana Unión. Lima – Perú. Cuyo objetivo fue determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Top Sport de Ucayali, año 2019. Al respecto, la investigación fue de tipo descriptivo correlacional, la muestra de estudio estuvo conformada por 60 clientes, los mismos que reciben servicios de la empresa Top Sport empresa Top Sport de Ucayali, en el año 2019, el muestreo fue no probabilístico intencional, de acuerdo con las necesidades del investigador. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta con su instrumento el cuestionario sobre la calidad del servicio, basado en el modelo de Servperf, y satisfacción del cliente según la necesidad del investigador. La validez y la fiabilidad del instrumento de recolección de datos fueron realizadas según el coeficiente de alfa de Cron Bach y los resultados obtenidos fueron de 0.907 para el cuestionario de calidad del servicio y de 0.810 para el cuestionario de satisfacción del cliente; por lo tanto, los instrumentos son fiables.

Siendo así, tras el análisis de correlación realizado mediante el estadístico de correlación Rho de Spearman, se logró determinar que si existe una correlación significativa entre la calidad del servicio ( $p=0.035$ ) y la satisfacción del cliente, lo cual es requerido para considerar a una correlación como significativa, es así que se procede

afirmar que es significativa la relación entre la percepción de la calidad de los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de la empresa Top Sport de Ucayali. (p. xii)

Rocha. (2020). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración, Universidad Nacional de Ucayali, 2018*. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Cuyo objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Ucayali, 2018. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional con un diseño transaccional correlacional donde se obtuvo una muestra total de 96 estudiantes y que, luego, se estratificó a razón de 19 estudiantes por ciclo para ambas variables, a quienes se les aplicó dos encuestas con escala de Likert para recoger la información que fue tabulada con el programa Microsoft Excel y procesada con el SPSS25. Finalmente, se concluyó que, existe relación débil entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración según prueba de Pearson que arrojó  $r = 0,22$ , siendo una correlación significativa en el nivel 0,05; por lo que, se aceptó la hipótesis de investigación. (p. viii).

Oyola. (2018). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali, Pucallpa, 2018*. (Tesis de Pregrado). Universidad Privada de Pucallpa. Ucayali – Perú. Cuyo objetivo principal fue, establecer la relación que existe entre las dos variables, la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, en los usuarios de los servicios que presta la DIRCETUR de Ucayali. En el estudio se utilizaron cinco dimensiones y 22 indicadores de la variable: la calidad de servicio, adoptados del trabajo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), en la variable, la satisfacción del cliente, se emplearon dos dimensiones y 14 indicadores, tomados del trabajo de Ros, A. (2016), Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad

intelectual. El tipo de investigación que le correspondió fue el aplicado, y su diseño fue el correlacional, la muestra fue no probabilística o muestra dirigida, pues la elección de casos dependió del momento en que se aplicó los instrumentos. Aplicando la estadística, se determinó que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la DIRCETUR de Ucayali, con la “r” de Pearson de 0,896, considerado como Correlación positiva fuerte, y que el nivel de significatividad tuvo un valor:  $s = 0.000 < 0.05$ , el coeficiente fue significativo en el nivel de 0.000 (100 % de confianza en que la correlación sea verdadera y 0.0 % de probabilidad de error). (p.iv)

Vásquez. (2021). *Gestión Administrativa y la Calidad de Servicio al Usuario en la Red Asistencial ESSALUD-Ucayali, Pucallpa 2018*. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Cuyo objetivo fue determinar el grado de relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la Red Asistencial EsSalud - Ucayali, Pucallpa, 2018, en esa línea conlleva lograr los objetivos en base a su función de control otorgando logros positivos a la institución que guarda relación para conseguir la calidad de servicio, el estudio identifica la asociación entre la planeación del tiempo de servicio y la conformidad de atención del paciente en la Red Asistencial Essalud, con una adecuada organización de los recursos logísticos y la calidad de medicamentos administrados a los pacientes, que es uno de los requerimientos por parte de los asegurados, por ello la dirección contribuye significativamente en la mejora administrativa y la seguridad en la calidad de servicio al usuario, en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa, 2018. En el marco metodológico tuvo como propósito ampliar y profundizar conocimientos sobre la gestión administrativa y relacionar con la calidad de servicio, por ende, la investigación fue de tipo básica, de alcance correlacional de diseño no experimental, se aplicó como instrumento la encuesta por ser de característica transversal de enfoque cuantitativo. Finalmente, de acuerdo a los resultados como consecuencia del trabajo de campo, se concluyó que existe grado de relación entre la gestión administrativa y la calidad de

servicio al usuario, en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa, 2018. (p. viii)

Las conclusiones expresamente fueron las siguientes:

- Existe una relación entre la planeación del tiempo de servicio y la conformidad de atención del paciente en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa, 2018. En ese sentido el 57,78% de los encuestados señalaron que existe relación entre la planeación del tiempo de servicio y la conformidad de atención del paciente en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa frente a un 8,89% que señala nula relación.
- Existe una relación entre la organización de los recursos logísticos y la calidad de medicamentos administrados a los pacientes en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa, 2018. En ese contexto el 84,44% de los encuestados admiten que existe una relación entre la organización de los recursos logísticos y la calidad de medicamentos administrados a los pacientes en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa, frente a un 2,22% que señala nula relación.
- Existe una relación entre la dirección de mejora administrativa y la seguridad en la calidad de servicio al usuario, en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa, 2018. De ahí que el 66,67% de encuestados admiten una la relación entre la dirección de mejora administrativa y la seguridad en la calidad de servicio al usuario, en la Red Asistencial Essalud - Ucayali, Pucallpa, frente a un 4,44% que señala nula relación. (p.108)

Alva, Cristóbal y Flores. (2020). *Gestión Administrativa y su relación con la calidad de servicio al usuario del Hospital Regional de Pucallpa, 2018*. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Cuyo objetivo fue comprender la relación entre la Gestión administrativa y calidad de servicio al usuario de los trabajadores del Hospital Regional de Pucallpa 2018, a efectos de

procurar aumentar la Gestión Administrativa y lograr un mejor horizonte de calidad de servicio al usuario del Hospital Regional de Pucallpa. La investigación fue de tipo descriptivo correlacional, y con diseño transaccional, y la muestra fueron 52 trabajadores, con dos cuestionarios de preguntas cerradas con 15 ítems cada uno, 3 opciones de respuesta, las indagaciones se trabajaron en el programa Excel, y el estudio de los documentos se realizó mediante el ensayo estadístico de coeficiente de correlación de a la prueba de Rho de Spearman, en el programa (SPSSv24). Finalmente, la investigación concluyó que, la relación es significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en el Hospital Regional de Pucallpa, 2018; así como que, la gestión del talento humano se relaciona con la calidad de servicio al usuario en los colaboradores. (p. xv)

## **2.2. BASES TEÓRICAS.**

Las concepciones y definiciones que se plantearon en el presente trabajo obedecen a los parámetros con los cuales se desarrolló la investigación, tales como la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente.

### **2.2.1. Gestión administrativa (Variable 1).**

#### **2.2.1.1. Definición de gestión**

El diccionario de la Real Academia Española (DRAE, 2010) define a la palabra gestión como la “Acción y efecto de gestionar”. Siendo gestionar “Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera”.

#### **2.2.1.2. Definición de gestión administrativa**

Según Kaplan y Norton (2000) la gestión administrativa, “es el proceso de diseñar y mantener un

ambiente en el que las personas trabajando en grupo, alcancen con eficiencia sus metas propuestas”<sup>2</sup>, aplicándose a todo tipo de organización, grandes o pequeñas. Toda gestión administrativa tiene cuatro elementos: planeación, organización, ejecución y control, sin ellos no funciona nada.

Por su parte, Chiavenato, I. (2004) autor del libro “La Introducción a la Teoría General de la Administración”, señala que la palabra administración proviene del latín ad (hacia, dirección, tendencia,) y minister (subordinación u obediencia), y significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro, es decir, aquel que presta un servicio a otro.” Es “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales”. (p.10)<sup>3</sup>.

Contreras (2006), señala que muchos autores definen a la administración de diversas formas, pero para efectos didácticos, puede decirse que es "La ciencia social compuesta de principios técnicas y prácticas y cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr”.

Robbins y De Cenzo (2009) definen la gestión administrativa como: “El proceso que consigue que se ejecuten las cosas con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y junta a ellas lograr que las actividades primordiales se ejecuten con éxito. De esta manera, la eficiencia y eficacia permite darnos un diagnóstico de cómo estamos haciendo las cosas y que debemos hacer al

---

<sup>2</sup> Kaplan, R. y Norton. (2000) Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral Para Implementar y Gestionar la Estrategia. Madrid. 2da Edición Gestión 2000.

<sup>3</sup> Del libro: «Introducción a la Teoría General de la Administración», Séptima Edición, de Chiavenato Idalberto, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Pág. 10.

respecto, con el objetivo de alcanzar las metas programadas” (p.6).

Al respecto, Bachenheimer (2010), determina a la gestión administrativa como el desarrollo de toma de decisiones extendida por los mandos altos de dirección, administración y control de una organización, argumentado en los principios y métodos de la administración, en su relevancia empresarial<sup>4</sup>.

Campos, S. y Loza P. (2011), tomando el Diccionario de la Real Academia Española, definen a la Gestión Administrativa como “la acción de administrar, que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar”. (p.34)

Perez, Porto y Merino (2012), indica que, gestión, proviene del latín *gestiō*, siendo que, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Mientras que, administrar abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

Chiavenato (2014) menciona también que, la gestión administrativa es la dirección racional de las actividades de una organización, ya sea lucrativa o no, en ella se aborda la planeación, organización (estructura), dirección y control de las actividades separadas por la división del trabajo que ocurren dentro de la organización. Por tanto, la administración es imprescindible para la existencia, supervivencia y éxito de

---

<sup>4</sup> Bachenheimer, H. (2010). Definición de términos: drupal web site. Obtenido de Corporación Regional de Educación Superior CRES. Obtenido de: [http://drupal.puj.edu.co/files/OI118\\_Herman\\_0.pdf](http://drupal.puj.edu.co/files/OI118_Herman_0.pdf).

las organizaciones. Sin la gestión administrativa, las organizaciones jamás tendrían condiciones que les permitieran existir y crecer. (p. 1).

Siendo así, la gestión administrativa es el conjunto de acciones que se efectúan para articular los diversos esfuerzos, y lograr por esa vía las metas y objetivos, armonizando a los colaboradores y los aspectos fundamentales como la planificación, la organización, la dirección y el control (Anzola citado por Churasacari, Fuentes y Meléndez, 2018). En este sentido, es necesario resaltar la necesidad de una adecuada armonización de todos los elementos organizacionales, a efectos de garantizar de manera exitosa su integración y con ello la rentabilidad, para de esta manera maximizar los recursos disponibles e incluso identificando y ubicando aquellos que sean escasos para lograr eficientemente los objetivos claves.

Ahora bien, a nivel empresarial, debe precisarse que, la gestión administrativa se ha convertido en un proceso científico, al implementar estrategias combinadas de varias ciencias para lograr el mejor desempeño organizacional, al tiempo que persigue ofrecer los mejores productos y servicios a sus clientes, tomando en cuenta sus necesidades, exigencias y diversas características, lo que hace de este proceso algo mucho más complejo; enmarcándose como dentro de las ciencias de la gestión, caracterizadas por lo siguiente:

- Científicas: porque el conocimiento obtenido y en el cual se desarrollan se basa en la investigación.

- Tecnológicas: porque el uso de herramientas que aporte al hacer y saber, son primordiales en cualquier organización o movimiento social.
- Profesionales: porque en base a sus necesidades el requerimiento mínimo es la profesionalidad (Pérez, 2010).

De esta manera, la gestión empresarial se debe orientar a la innovación, a la construcción creativa de soluciones que permitan lograr en forma eficiente todos los objetivos propuestos, incrementando también los niveles de productividad y satisfacción de los colaboradores, además del logro de las metas económicas, pues se trata hoy día, de un entorno organizacional altamente competitivo, impulsado por las tecnologías, las telecomunicaciones y consumidores más exigentes; esto no solo se observa en la empresa privada, las instituciones públicas también tienden a modernizarse y a plantearse estructuras que conlleven a una maximización de los recursos y una satisfacción de los usuarios, pues de ello depende su aceptación política.

En la gestión administrativa la innovación empresarial es clave, ya que toda mejora organizacional implica cambios organizacionales, innovaciones tecnológicas, en función de un mercado competitivo y de clientes exigentes e incluso en la creación de “un mercado totalmente nuevo donde no existan competidores” (Mendoza, 2017).

En este orden de ideas, son varios aspectos organizacionales que pueden mejorarse con una adecuada gestión administrativa, cuyos propósitos se enfocan en:

1. Propiciar en la organización el incremento de la productividad, el ser sostenible y competitiva, para de esta manera poder garantizar en el transcurso del tiempo su rentabilidad.
2. Propiciar el suministro de productos y servicios con estándares de calidad lo que redundará en el incremento de las ventas.
3. Propiciar el fomento de la responsabilidad social.
4. Dar cumplimiento a las instrucciones dadas tanto por los dueños como por los accionistas.
5. Realizar procesos de identificación de las necesidades internas de la organización.
6. Operar de manera eficiente los recursos que están a su disposición, para de esta manera lograr la rentabilidad de la inversión.
7. Capacitar y orientar a los colaboradores en el empleo y manejo correcto de los recursos.
8. Dar apoyo para alcanzar las mejoras y optimización de las actividades organizacionales y los procesos administrativos.
9. Realizar la identificación de las necesidades de información que requiere la organización y satisfacerlas (Ocampo y Valencia, 2017).

Por su parte, Taylor (1963), considerado el padre de la administración científica, se centra en la productividad de la empresa, que es medida en su eficiencia en el nivel operativo de la organización, buscando que la administración deseada

sea la vertical, de abajo hacia arriba, basada en la mayor productividad en beneficio del jefe o dueño, actualmente en beneficio de la empresa. Para Taylor la gerencia de una empresa adquirió nuevas responsabilidades, basadas en los siguientes principios:

- **Principio de planeamiento:** suplir en el trabajo, lo individual, la improvisación la actuación práctica o empírica, por los métodos y procedimientos científicos.
- **Principio de la preparación/planeación:** seleccionar científicamente a los trabajadores, de acuerdo con sus aptitudes, prepararlos, entrenarlos para elevar la producción.
- **Principio del control:** controlar el trabajo para certificar que está siendo ejecutado de acuerdo a las normas establecidas, según el plan formulado.
- **Principio de ejecución:** distribuir las responsabilidades, para su ejecución con eficiencia y eficacia.

#### 2.2.1.3. Elementos de la administración. Urwick (1977)

Los elementos de la administración, son los siguientes:

- Investigación.
- Previsión.
- Planeación.
- Organización.
- Coordinación.
- Dirección.
- Control.

Las teorías de la administración, hacen referencia a cinco componentes de las organizaciones:

- La tarea que realiza la organización.
- La estructura orgánica.
- Las personas que trabajan en la empresa.
- El ambiente de trabajo.
- Tecnología que utiliza.

#### **2.2.1.4. Características de la gestión administrativa**

Contreras (2006), quien cita a Terry (1986), señala que “La administración es un proceso que consiste en planeación, organización, ejecución y control ejecutados para determinar y lograr los objetivos, a través del uso de la gente y los recursos”. Siendo así, la administración posee las siguientes características:

- La administración sigue un propósito. Un requisito de la administración es alcanzar un objetivo.
- La administración es un medio notable para ejercer un verdadero impacto en la vida humana, la administración incluye en su ambiente y estimula a hombres y mujeres hacia mejores cosas y para hacer que ocurran acciones mejores.
- La administración está asociada usualmente con los esfuerzos de un grupo, debido a que la administración se aplica a un organismo social, para aumentar los miembros pueden dispersarse en el ambiente laboral y mantener la continuidad del esfuerzo.

- La administración se logra por, con y mediante los esfuerzos de otros. Se requiere abandonar la tendencia de ejecutar todo por uno mismo y hacer que las tareas se cumplan mediante los esfuerzos de los miembros de un grupo.
- La administración es una actividad, no es una persona o un grupo de personas, es decir es una actividad igual a la de andar, estudiar, bañarse o trotar.
- La efectividad de la administración requiere el uso de conocimientos, aptitudes y experiencias. La técnica muy esencial para lograr el trabajo encomendado, aunque el desempeño del trabajador no exige de trabajo especializado.
- La administración es intangible, se sustenta su presencia en los esfuerzos de trabajo aprovechamiento de recursos que encaminan a los resultados.

#### **2.2.1.5. Medios utilizados en la Gestión Administrativa**

Hazler y Cassini (2008) plantea los siguiente medios o recursos:

- 1. Recursos Materiales:** son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:
  - Instalaciones: edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, entre otros.
  - Materia prima: materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, entre otros.

**2. Recursos técnicos**, son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos. Pueden ser:

- Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, entre otros.
- Formulas, patentes, marcas, entre otros.

**3. Recursos Humanos**, estos recursos son indispensables para cualquier grupo social, ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Los Recursos Humanos poseen las siguientes características:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos.
- Experiencias, conocimientos, entre otros.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, entre otros.

**4. Recursos financieros**, son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- Recursos financieros propios, se encuentran en dinero en efectivo, aportaciones de los socios, utilidades, entre otros.
- Recursos financieros ajenos: están representados por préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores (bonos).

**5. Recursos tecnológicos**, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (computadoras, máquinas, otros equipos) o intangibles (un sistema, un procedimiento, una aplicación virtual). En la actualidad, la tecnología se ha convertido en un aliado clave para la realización de todo tipo de tareas.

#### **2.2.1.6. Funciones de la gestión administrativa:**

La gestión administrativa se efectúa a través de cuatro elementos: planeación, organización, ejecución y control. Ponjuán (2006).

- **Planeación** consiste en precisar los resultados que esperamos conseguir, así como las acciones a ejecutar para conseguir los objetivos propuestos. Los factores internos y externos que afecten el emprendimiento deben ser revisados en esta etapa y tomar las decisiones efectivas para obtener los resultados esperados.
- **Organización**, proceso de dividir el trabajo y coordinar el logro de los resultados hacia un propósito común, siendo el acto de combinar habilidades, técnicas, experiencias, recursos y todos los elementos que podrían convertirse en resultados. Se debe tener especial cuidado en esta etapa, porque involucra a personas, porque debemos crear un ambiente favorable de trabajo.
- **Dirección**, proceso de liderar los esfuerzos laborales de las personas que integran la empresa u organización, ayudándoles a desarrollar tareas relevantes dentro la empresa, asumiendo el compromiso y liderazgo del grupo, supervisando las actividades, dando una

motivación permanente, una adecuada comunicación para evitar conflictos entre trabajadores.

- **Control**, consiste en verificar los procesos, los desempeños de los grupos de trabajo, esto se hace teniendo en cuenta los planes y las decisiones tomadas. El control nos permite tomar medidas correctivas que orienten obtener los resultados previstos.

Los representantes de esta teoría son Fayol (1949), Gulick y Urwich (1937), Taylor (1911, 1970) y Mooney y Reilly (1931). Son los defensores de la llamada teoría de la gestión, son prácticos que escriben sus propias experiencias, interesándose principalmente ofrecer recomendaciones acerca de cómo deben constituirse las organizaciones para ser productivas y eficaces, para obtener el máximo provecho de la organización y sus colaboradores, teniendo como modelo el sistema de organización cerrada. Defendiendo el principio de la especialización, la estructura jerárquica, delegación de la autoridad. División de la organización en departamentos, sus técnicas son de aplicación universal en cualquier organización, de tal manera que toda organización debe planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar, siendo una perspectiva los procesos de gestión administrativa.

#### **2.2.1.7. Importancia de la gestión administrativa**

Chiavenato (2014) sostiene que: Todas las organizaciones deben ser administradas, cada organización es única, singular y diferente de las demás y sus características diferentes afectan tanto al administrador como a todas las personas que son sus colaboradores. La gestión administrativa es hacer las cosas a través de personas. El administrador no las ejecuta, por lo cual debe saber cómo

dirigir a las personas y como desarrollar sus capacidades y competencias de las personas a las necesidades de la organización y de los objetivos que serán alcanzados. (p. 9).

Gil (2006) afirma que, la nueva realidad exige una nueva forma de entender y gestionar una empresa, de manera que permita ampliar su capacidad de innovación y así poder manejar de manera adecuada el conocimiento y contar con colaboradores dispuestos a hacer del aprendizaje una filosofía de vida. Es decir, se trata de elevar el nivel de aprendizaje maximizando las capacidades intelectuales y creando nuevas formas de aprender. (p. 38).

Reyes (2007) afirma que la: Gestión administrativa se da donde quiera que existe un organismo social, aunque pueda ser más necesaria en organizaciones grandes. El éxito de una empresa depende directamente de su buena administración y solo a través de ésta, los elementos materiales, humanos, etc. con que ese organismo cuenta. (p. 16).

Sánchez y Pintado (2009) nos comentan que, la gestión administrativa destaca los puntos más fuertes de la gestión de la organización, con el fin de potenciar tanto la imagen, como el posicionamiento que diferencia la organización del resto de su competencia. Una compañía preocupada por su imagen siempre la tiene en cuenta en todas las estrategias corporativas, alcanzando todo tipo de políticas empresariales y así puedan poner en marcha estrategias corporativas usando una buena gestión. (p. 57).

La importancia de la gestión administrativa es como conducir un coche, si no hay conductor pues no avanza, es decir la administración es la base de todo, y hacerla de

manera adecuada es aún más importante ya que de ello parte la delegación de tareas, metas propuestas, maximizar las capacidades intelectuales de cada persona y crear nuevas formas para que el personal destaque en sus deberes.

Hernández (2011) define que: La gestión administrativa se basa en la información más importante para la gestión de la organización, empresa o institución. Para que esta pueda prosperar o existir tiene q convertirse en un agente de cambio y usar la tecnología ya que este será el principal agente para el proceso de cambio económico. (p. 50).

#### **2.2.1.8. Teorías relacionadas a la gestión administrativa**

La teoría de la gestión administrativa, según Kaplan y Norton (2000) “es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo, alcancen con eficiencia sus metas propuestas”, aplicándose esto a todo tipo de organización, grandes o pequeñas. Toda gestión administrativa, tiene cuatro elementos: planeación, organización, ejecución y control, sin ellos no funciona nada.

La teoría de la gestión administrativa según Chiavenato (2014) indica que: La gestión administrativa se manifiesta en cada organización y se presenta dentro de ella, toda empresa ya sea municipal, industrial o algún negocio sin importar el tamaño debe ser administrado a través de un administrador, una persona que ejecute, dirija a las personas con las capacidades suficientes para liderar, comunicar y orientar. (p. 9).

Chiavenato (2014) explica que: Desde los tiempos de Henry Fayol en la teoría neoclásica, las organizaciones quisieron dar un enfoque más actualizado a esa época

basándose en los principios de éste, que eran planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Desde entonces los administradores adoptaron procesos para administrar según sea necesario en su empresa y de utilidad para ellos, pues en la actualidad las organizaciones siguen usando los principios básicos que se adoptaron desde la teoría neoclásica que son planificación, dirección, organización y control. (p. 123).

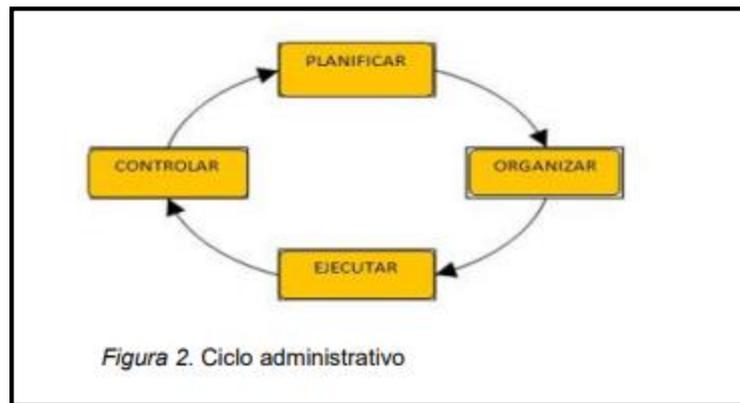
En general, hoy se acepta que la planeación, la organización, la dirección y el control que son las funciones básicas que debe desarrollar el administrador, y que las cuatro constituyen el llamado proceso administrativo.

### Proceso Administrativo



Chiavenato (2014) expone que: “La secuencia de las funciones del administrador forma el ciclo de la administración” (p. 123). Según la perspectiva, el desarrollo de un ciclo permite definir las correcciones que se deberán introducir en el ciclo siguiente y así sucesivamente. (p. 124).

## Ciclo Administrativo



Asimismo, Chiavenato (2014) define que: Las funciones del administrador que constituyen el proceso administrativo son mucho más que una secuencia cíclica, porque están relacionadas estrechamente mediante una interacción dinámica. El proceso administrativo es cíclico, dinámico e iterativo. Las funciones administrativas consideradas como un todo integrado conforman el proceso administrativo; cuando la planeación, la dirección, la organización, y el control se consideran de forma aislada son funciones administrativas. (p. 124).

De acuerdo a la teoría de Chiavenato, después de haber añadido y a la vez quitado procesos administrativos, se concluye que estos cuatro procesos son los principales que toda organización usa, ya sean pequeñas o no. Los procesos son la base de la administración empezando por la planificación siendo ésta la más importante ya que si una empresa no tiene claro su objetivo, sus metas a cumplir no podrá desarrollar las siguientes.

### 2.2.1.9. Dimensiones de la Gestión Administrativa.

Distintos autores han indicado que dentro del proceso administrativo que ejecuta una organización, las funciones clásicas son la planeación, la organización, la dirección y el

control (Anzola citado por Churasacari, Fuentes y Meléndez, 2018; Mendoza, 2017; Ocampo y Valencia, 2017; Tirado, 2014; Fayol 1985 citado por Fedi, Loguzzo y Marcó, 2016). A partir de las mismas, la organización ejecuta una serie de acciones que les permiten o les deberían permitir alcanzar los objetivos y las metas propuestas de forma armónica y sinérgica, por medio del empleo óptimo de sus recursos. Veamos el desarrollo:

### **A) Planificación o planeación (dimensión 1)**

Goldstein (2011) indica que “La planeación es el proceso por el cual la dirección o staff directo de una organización prevé el futuro y desarrolla los procedimientos de las operaciones necesarias para alcanzarlo (el futuro)”.

En efecto, uno de los procesos claves de la gestión administrativa es la planeación, que no es más que una secuencia de pasos que permiten el establecimiento de los objetivos de la organización, así permiten definir las políticas y las estrategias que servirán de base para el ingreso, empleo y disposición de los diferentes recursos que permitirán lograr los objetivos planteados (Ocampo y Valencia, 2017).

En esta fase o etapa es de suma importancia que se verifique los factores internos y externos que pueden afectar el alcanzar los objetivos, lo que permitirá reconsiderar todos aquellos aspectos que sean necesarios para asegurar el logro de los mismos. Para el desarrollo de la planeación se diseñan los planes, definiéndose los métodos de trabajo, realizando la programación del conjunto de actividades que serán

realizadas en un determinado periodo de tiempo; asimismo, se definirán las actuaciones deseadas y la retribución de los fondos y el resto de los recursos (Fedi, Loguzzo y Marcó, 2016).

En esta etapa se deben considerar los siguientes aspectos claves:

1. Definición de los objetivos.
2. Elaboración de los pronósticos.
3. Definición del contexto y los supuestos en los cuales se desarrollarán las actividades.
4. Escogencia y divulgación de las metas requeridas para alcanzar los objetivos.
5. Diseño del plan maestro para alcanzar los objetivos.
6. Establecimiento de políticas, procedimientos y métodos de desempeño.
7. Proyección de las amenazas.
8. Ajuste de los planes a partir de los controles que sean definidos (Ocampo y Valencia, 2017).

Así también, Robbins y Couler (2005) argumentan que: Consiste en definir y establecer las metas propuestas por la empresa, es decir establecer estrategias para alcanzar los planes establecidos. En la planeación existen metas específicas que pueden tomar varios años y se involucran a los integrantes de la organización. (p. 158).

Reyes (2007) define que: La planeación es parte importante para concretar alguna acción en una organización, para hacer la toma de decisiones se fijan principios, operaciones necesarias para alcanzar la determinación de la idea, hay una secuencia de pasos que se desarrollan mediante la planeación. (p. 27).

Daft y Marcic (2010) indican que, planeación significa determinar las metas de la organización y definir los medios para alcanzarlos. Este primer proceso es el inicio de todo plan, meta, objetivo formal pues es donde se establecen las ideas básicas del propósito que se quiere alcanzar para la organización. Para llegar a una misión establecida es necesario usar la planeación, se elabora un plan táctico y operativo, usando estrategias como empresa. (p. 154).

Stoner, Freeman y Gilbert (2010) definieron a la planificación, como el proceso para comprometer a dos o más personas que trabajen juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas. (p. 249)

Por su parte, Chiavenato (2014) define que: La planeación es la primera función administrativa, porque sienta las bases para las demás. Asimismo, es la que define cuales eran los objetivos por alcanzar y que se debe hacer para llegar a ellos. Se trata de un modelo teórico para la acción futura. Comienza por establecer los objetivos y detallar los planes para alcanzarlos de la mejor manera posible. Planear es definir los objetivos y escoger de antemano el curso de acción para alcanzarlos. La planeación define a donde se quiere llegar, lo que se debe hacer, cuando, cómo y en qué secuencia. (p. 125).

**Indicadores de la dimensión:**

- Misión y visión.
- Objetivos.
- Conocimiento de funciones.
- Eficiencia en el uso de los recursos.

## **B) Organización (dimensión 2)**

Stoner, Freeman y Gilbert (1996) definieron a la organización, como el proceso para comprometer a dos o más personas que trabajen juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas. (p. 249)

Reyes (2007) expuso que, en el proceso administrativo, organización, es la estructura técnica más importante de las empresas, para que exista una buena gestión administrativa se debe trabajar de manera cordial entre funciones jerárquicas para que se desarrolle un trabajo eficiente y eficaz con buen ambiente laboral. (p. 28).

Chiavenato (2009) indicó que la organización significa estructurar los recursos y los órganos encargados de su administración, relacionarlos y fijarle sus atribuciones. (p.12)

Daft y Marcic (2010) definieron que, la organización es el desarrollo de recursos organizacionales para alcanzar metas estratégicas. El desarrollo de recursos se refleja en la división del trabajo de la organización en departamentos y trabajos específicos, líneas de autoridad formales y mecanismos para coordinar diversas tareas organizacionales. (p. 248).

Por su parte, Ponce (2011) la define como “La estructura de las relaciones que se deben existir entre funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin

de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

García (2012), señala que, la organización es la acción de dirigir o dirigirse, personas o conjunto de personas encargada de dirigir una sociedad, establecimiento, negocio, entre otros.

Para Chiavenato (2013), este proceso es cuando empieza a desarrollarse y distribuirse responsabilidades de los colaboradores en sus respectivos equipos de trabajo, cuyo fin es establecer y hacer un reconocimiento de la relación necesaria. Debido a ello se evaluarán las siguientes normas del manual de funciones (p. 44)

Chiavenato (2014) define: “La organización como función administrativa es parte del proceso. Significa el acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos implicados en su administración, así como en establecer sus atribuciones y las relaciones entre ellos” (p. 129).

Para Ocampo y Valencia (2017), por medio de la organización se puede ordenar y distribuir las labores, la autoridad y los recursos, a través de la identificación de los recursos y de aquellas actividades que son necesarias para alcanzar los objetivos definidos y a su vez diseñar aquellos mecanismos que permitirán pasar a la fase operativa; en esta fase se deben realizar actividades como las que se mencionan a continuación:

1. Establecimiento de funciones operativas en cada trabajo.

2. Agrupación de los trabajos operativos en estructuras que estén vinculadas y sean adaptables.
3. Especificación de las exigencias a cumplir en cada cargo.
4. Captar y ubicar a los colaboradores en el cargo apropiado.
5. Suministrarlos recursos que requiere cada uno de las áreas.

López (2019), indica que, la organización es otra fase imprescindible dentro de la gestión administrativa, pues provee los elementos que se requieren para que pueda operar la organización. Se divide en organización material y organización social, conformándose una doble estructura (material y humana) que permite orientar el logro los objetivos generales, a través del análisis de cada uno de estos en la estructura organizacional, de las funciones y de distintos métodos de trabajo.

#### **Indicadores de la Organización:**

- Estructura organizativa
- Comunicación organizativa
- Competencia de Recurso Humano
- Comportamiento organizacional
- Control de personal

### **C) Dirección (dimensión 3)**

Para Stoner, Freeman y Gilbert (1996) la dirección es el proceso para dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera con respecto a una tarea. (p. 249)

Reyes (2007) definió que: La dirección es encargada de dar mando y direccionar en las labores de la empresa, es tomar las riendas en el asunto, ser la máxima autoridad, tener buena comunicación, delegación y supervisión de las acciones de cada miembro de la empresa, todo esto con el fin de asegurarnos que todas las actividades que se realicen se desarrollen de manera eficiente y eficaz para el desarrollo de la organización. (p. 29).

Para Koontz, (2011), “Dirigir es influir en los individuos para que contribuyan a favor del comportamiento de las metas organizacionales y grupales. Incluyendo el liderazgo y comunicación”. La dirección es poner en acción y dinamizar la empresa, haciendo una distribución pertinente del personal.

Para Chiavenato (2013), la dirección del trabajo en equipo, son actividades de forma grupales implantadas como una actividad previa, además, esta se incluye en la fase de ejecución del plan, también se motiva, se comunica y se supervisa con el fin de conseguir las metas de la entidad. Es por ello que se evaluará los manuales de trabajo. (p. 45)

Asimismo, Chiavenato (2014) define que: La dirección es la tercera función administrativa y viene mucho después de la planeación y la organización. Una vez que se ha definido la planeación y establecido la organización, resta hacer que las cosas marchen y sucedan. Este papel de la dirección es imprimir acción, dinamismo a la empresa. La dirección se relaciona con la acción, con ponerla en marcha, y tiene que ver mucho con las personas. Está directamente relacionada con la

actuación sobre los recursos humanos de la empresa.  
(p. 130).

En efecto, la dirección no es más que conducir y guiar a la organización, así como coordinar al recurso humano para el desarrollo de las actividades que se requieren a partir de los objetivos diseñados; a parte de las responsabilidades que son asignadas a cada puesto de trabajo, abarca también el liderazgo y la supervisión de los grupos de trabajo, recayendo grandes responsabilidades como lo es la facilitación de los canales de comunicación y las relaciones interpersonales (Tirado, 2014).

En este sentido, la dirección cobra valor, al ser la encargada del proceso de planificación y de diseño de estrategias que están previamente definidas para que los colaboradores puedan alcanzar las metas (Saavedra, 2019). Es así como la compleja labor de la dirección implica ciertas condiciones personales y afrontar responsabilidades y retos como, por ejemplo:

1. Conocimiento y liderazgo en los colaboradores.
2. Sustitución del personal poco eficiente.
3. Conocimiento de los acuerdos que obligan al negocio y a sus empleados.
4. Realización de inspecciones constantes a todos los colaboradores.
5. Formación de los principales colaboradores que darán soporte a la misma dirección.
6. Administración del tiempo y abarcar todas las responsabilidades.
7. Promoción de la iniciativa y el trabajo en sus colaboradores.

Es la fase que tiene como finalidad verificar que estén funcionando de manera correcta las demás fases, así como todos los recursos involucrados; de esta manera, se comprueba si está operando todo conforme al plan establecido, las órdenes generadas y los principios adoptados; también debe identificar aquellas áreas críticas para prestar soporte o corregir lo que se amerite, es aplicable a las cosas, a las personas, a los actos, entre otros aspectos (López, 2019).

**Indicadores de la Dirección:**

- Motivación
- Liderazgo
- Comunicación
- Trabajo en equipo

**D) Control (dimensión 4)**

Stoner, Freeman y Gilbert (1996) definieron al control como el proceso para asegurar que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas (p. 249).

Para Reyes (2007), el control “consiste en el establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados. En relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba a fin de corregir y mejorar” (p. 29).

Stoner (2012), indicó que, el control es el proceso que garantiza que las actividades reales se ajusten a las actividades planeadas. El control, es asegurar que los resultados sean los esperados, se ajusten al cumplimiento de lo previsto en los planes. La esencia del

control es comprobar el cumplimiento de los procesos dentro de la empresa.

Chiavenato (2009) lo definió como el proceso que permite garantizar que las actividades realizadas se ajustan a las actividades proyectadas. (p.17). Asimismo, Chiavenato (2013), indicó que, el control tiene como finalidad ajustar o corregir las fallas y llegar a lo planificado. Además, evaluar los avances de la empresa, ya sean mensuales, trimestrales, la clasificación por caros y la asignación de cada uno de los trabajadores.

En efecto, el control es importante, porque, evalúa al proceso integrante con el objetivo de poder determinar si hubo éxito o fracaso en el plan y de qué manera corregir aquellas desviaciones que salieron de los parámetros establecidos y poder mejorar este proceso.

Luego, Chiavenato (2014) definió que: El control es la función administrativa que busca asegurar que lo planeado, organizado y dirigido es para alcanzar los objetivos que se fijaron. El control consta de cuatro fases que son establecer los estándares, observar el desempeño, comparar el desempeño con los estándares y corregir para eliminar las variaciones o las desviaciones. En cuanto a su alcance, el control se presenta en tres niveles que son: estratégico, táctico y operacional. (p.135).

Por su parte, Daft y Marcic (2010) definió al control, un proceso sistemático de actividades organizacionales reguladoras consistentes con las expectativas establecidas en los planes, objetivos y estándares del desempeño. Controlar de una manera eficaz una

organización requiere de información acerca de los estándares del desempeño y el desempeño real, así como acciones tomadas para corregir cualquier desviación de los estándares. (p. 561).

Ahora bien, es imprescindible medir la efectividad de los sistemas de control; por lo tanto, será efectivo en la medida en que permita alcanzar las metas, es decir, mientras más ayude a la dirección con la consecución de las metas organizacionales, mejor será dicho sistema (Alvarado, 2018). Esta función demanda tres elementos claves:

1. Parámetros de rendimiento claramente definidos.
2. Fuentes claras que expresen las diferencias entre el rendimiento real y los parámetros establecidos.
3. Acciones correctivas del rendimiento, para garantizar que la organización se encuentre en armonía con la planificación (López, 2019).

### **Indicadores del Control**

- Desempeño de personal
- Desempeño de organización
- Control de calidad
- Acciones correctivas

### **2.2.2. Calidad de Atención al Cliente (Variable 2)**

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta

área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más, sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato **y la mejor atención al adquirir un producto o servicio**, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias. Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa. Por los puntos planteados anteriormente, se cree que cada empresa debe darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al cliente, para poder desempeñarla correctamente dentro de la misma y ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una imagen más óptima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más comfortable tanto para sus empleados, clientes actuales y futuros clientes.

Para poder familiarizarse con la calidad en el servicio al cliente, es primordial conocer los conceptos básicos del tema, por ello se mencionan a continuación:

#### **2.2.2.1. Definición de calidad:**

“Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios” (Álvarez, 2006).

#### **2.2.2.2. Definición de servicio:**

El servicio, “Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).

#### **2.2.2.3. Definición de Calidad en el servicio:**

Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

Lovelock y Wirtz (2015) define que: La calidad de servicio es un elemento clave asociado a la satisfacción del cliente, si un cliente está muy satisfecho o incluso complacido,

tienen mayores probabilidades de convertirse en clientes leales de una empresa, de consolidar sus compras con un solo proveedor y de difundir recomendaciones positivas. (p. 371).

Kotler y Armstrong (2012) definen que: La calidad de servicio es una de las principales herramientas de posicionamiento. La calidad tiene un impacto directo en el desempeño del producto o servicio; de esta forma, está muy vinculada con el valor para el cliente y su satisfacción ya que se define como estar libre de defectos. (p. 230). Evans y Lindsay (2014) define que: “La calidad de servicio es considerada como estándares técnicos, es decir, se considera la rapidez al recibir un servicio, la exactitud de la información. Estos dos pilares son los más importantes, como también las personas y la tecnología” (p. 16).

#### **2.2.2.4. Definición y tipos de clientes:**

El cliente, “es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).

Todos los clientes tienen necesidades y expectativas, las primeras se satisfacen con los productos y/o con los servicios, las segundas con el trato. Es decir, que cuando alguien va a una organización, va porque necesita algo, un libro, una matrícula, una beca. Y esta necesidad se satisface cuando recibe el producto o el servicio, pero también va a una organización esperando que le traten bien.

Siendo así, cliente es toda persona que se acerca a una organización, independientemente de lo que solicite, compre o no.

### **Tipos de Clientes:**

De forma general los clientes pueden clasificarse en, **clientes actuales**, que son aquellos que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente; y los **clientes potenciales**, que son aquellos que no realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen las características para comprar.

A su vez, pueden clasificarse de la siguiente manera:

- **Clientes actuales:**

- a) De acuerdo a la frecuencia de compras:

- Compra frecuente
- Compra habitual
- Compra ocasional

- b) De acuerdo al volumen de compras:

- Alto volumen
- Dentro del promedio
- Bajo volumen

- **Clientes potenciales:**

- a) Posible frecuencia de compras:

- Compra frecuente
- Compra habitual
- Compra ocasional

- b) Posible volumen de compras

- Alto volumen
- Dentro del promedio
- Bajo volumen

#### **2.2.2.5. Definición de atención al cliente:**

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6).

#### **2.2.2.6. Definición de calidad en la atención al cliente:**

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

La calidad de atención al cliente es un proceso para la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos. Los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. Sin embargo, no todas las organizaciones consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a la calidad, eficiencia o servicio personal.

(Wise Tom, “Que hacer realmente para atraer, deleitar y retener clientes”, 2010) La calidad de atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento tal, que lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad persona a persona. En tal sentido, los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. Sin embargo, son pocas las organizaciones que

consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal.

#### **2.2.2.7. Objetivos de la calidad de atención al cliente:**

El servicio al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, según menciona Kleyman (2009) el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca.

Así mismo, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las organizaciones se ha ido modernizando conforme lo requiere el entorno, al pasar de poner en primer plano las necesidades del cliente que las necesidades de la propia empresa. Según Álvarez (2006) se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Disfrutar de una categoría empresarial que aspira siempre a la excelencia.

#### **2.2.2.8. Importancia de la calidad de atención al cliente**

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde

radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo (2013):

- La competencia es cada vez mayor, por ende, los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.
- Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.
- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
- Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.
- Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.
- Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.
- Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que, si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

Lovelock y Wirtz (2015) afirman que: Es importante ya que su mejoramiento en cualquier organización da aumento de su productividad a menudo son dos lados de la misma moneda, pues ofrecen un potencial poderoso para incrementar el valor para los clientes y para la empresa. Un

desafío fundamental para cualquier negocio de servicio es entregar resultados satisfactorios a sus clientes, en forma que sean rentables para la empresa. Si los clientes se sienten insatisfechos con la calidad de un servicio, no estarán dispuestos a pagar mucho por el o incluso a adquirirlo si los competidores ofrecen una mejor calidad. (p. 405).

Daft y Lindsay (2014) indican que: La calidad de servicio es tan importante ya que se refiere a cualquier actividad planeada y sistemática dirigida a proveer a los clientes productos (bienes y servicios) de calidad apropiada, junto con la confianza de que los productos satisfacen los requerimientos de los clientes. El aseguramiento de la calidad depende de la excelencia de dos puntos focales importantes en los negocios: el diseño de bienes y servicios y el control de la calidad durante la ejecución de manufactura y la entrega de servicios y el control de la calidad durante la ejecución de la manufactura y la entrega de servicio. (p. 4).

#### **2.2.2.9. Características del servicio de calidad**

Según Aniorte (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos.
- Debe servir para lo que se diseñó.
- Debe ser adecuado para el uso.
- Debe solucionar las necesidades.
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado en Verdú, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya

que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad.
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidas y afectuosas con los demás, y, además, disfrutarlo.
- Colaboración: ser una persona que gusta de trabajar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación. • Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.

- Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

Lo anterior son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga) y, que puede ser entendido como se muestra a continuación:

- Impacto de la calidad en el servicio.
- Niveles de exigencias.

La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones:

- La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece.
- Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes.
- La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. En un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y, por lo tanto, más barato.
- Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. No comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

#### **2.2.2.10. Principios de la atención al cliente:**

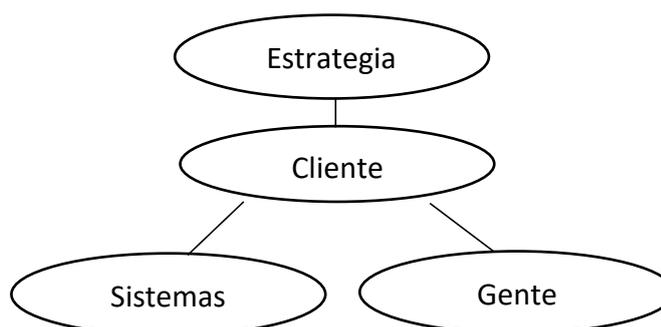
Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente. El servicio se le brinda no a un cliente indistinto sino a una persona (grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención a los clientes que los hace sentirse especiales. La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa.

La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. Para cada segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de servicio al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa.

### 2.2.2.11. Protagonistas de la calidad en la atención al cliente:

Una forma de visualizar a los protagonistas de la calidad en la atención al cliente es el modelo del triángulo del servicio de Albrecht y Zemke (citado en Pérez, 2007); quienes consideran útil pensar en la organización y el cliente como aspectos íntimamente vinculados en una relación triangular, representada por la estrategia de servicio, la gente y los sistemas, los cuales giran alrededor del cliente en una interacción creativa.

Esta relación, más que una estructura constituye un proceso, que obliga a la organización a incluir al cliente en la concepción del negocio. El modelo se muestra a continuación:



El triángulo del servicio (Fuente: Albrecht y Zemke, 1990)

Las relaciones entre los componentes del triángulo se caracterizan porque la línea que conecta la cliente con la estrategia de servicio representa la importancia de establecer la estrategia de servicio alrededor de las necesidades y motivos esenciales del cliente. La línea que va de la estrategia de servicio al cliente representa el proceso de comunicar la estrategia al mercado. La que conecta al cliente con la gente de la organización constituye el punto de contacto, de interacción, donde se presta y se recibe el servicio. Es aquí donde se plantea la posibilidad de superar los momentos críticos en la interacción con los clientes. La línea que conecta

al cliente con los sistemas ayuda a prestar el servicio, pues incluye los procedimientos y equipos de trabajo.

La conexión entre la estrategia de servicio con los sistemas sugiere que el diseño y despliegue de los sistemas físicos y administrativos se debe deducir de la definición de la estrategia de servicio. La línea que une estrategia del servicio y gente sugiere que las personas que prestan el servicio necesitan disfrutar de una filosofía de calidad definida por la dirección. Finalmente, la línea que conecta la gente con los sistemas sugiere que todas las personas de la organización, desde la alta dirección hasta los empleados de contacto con el público, deben trabajar dentro de los sistemas que establecen la forma de dirigir el negocio.

La estrategia incluye las políticas o lineamientos generales de la empresa dirigidos hacia el cliente. Generalmente, es diseñada por el departamento de marketing y su principal función es orientar a toda la empresa hacia la calidad de la atención al cliente. Según Pérez (2007) en la estrategia de servicio se define el valor que se desea para los clientes; el valor es el principal motivador de la decisión de compra y por lo tanto como la posición competitiva que se sustentará en el mercado.

La estrategia de orientación al cliente se caracteriza por la preocupación de adaptar la oferta de la empresa a las necesidades y deseos del cliente, por el esfuerzo en adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente para satisfacerlos, por el ajuste de los productos para que se adapten o anticipen a las expectativas de los clientes y por obtener la máxima calidad en la atención al cliente preocupándose de recibir una retroalimentación constante de los consumidores y usuarios.

Asimismo, sirve de guía a toda la empresa para alcanzar el conocimiento de los clientes y la excelencia en la prestación del servicio, además de permitir tomar en consideración las sugerencias y quejas de los clientes como una oportunidad de mejor permanente.

La puesta en práctica de una estrategia de orientación al cliente requiere, en principio, el ajuste de la política general de la empresa y los procedimientos de trabajo a una nueva forma de vincularse con los clientes. Deben consolidarse las políticas y los procedimientos de las distintas áreas de la empresa y enfocarlas a reforzar las prácticas de calidad del servicio. Este punto es muy importante dado que debe favorecer la agilidad de respuesta y el adecuado control de los recursos utilizados en la entrega de los servicios. De esta forma, el objetivo primordial de la estrategia debe ser la causa de una impresión favorable en el cliente cada vez que entre en contacto con algún sector de la empresa. Esto nos lleva a abandonar la idea de que la función de la atención al cliente permanece a un departamento dentro de la empresa y dirige los esfuerzos a involucrar a todos los que forman parte de la organización.

La estrategia de servicio debe estar concebida de tal manera que oriente la atención de la gente de la organización hacia las prioridades reales del cliente. Debe convertirse en principio de calidad para cada trabajador, de tal forma que aun cuando un trabajador no esté en contacto directo con el cliente conoce el funcionamiento de los servicios y participa del resultado que percibe el cliente. Esto se logra al fomentar una visión global de la empresa en los trabajadores, permitiéndoles que conozcan el funcionamiento de todas las unidades o departamentos, los resultados de su trabajo y el impacto que tiene en la imagen que percibe el cliente.

El sistema de prestación de servicio hace referencia a los recursos que utiliza un empleado en la atención al cliente. Incluye el diseño de los sistemas de operación, tanto de la línea frontal de atención a los clientes como de las tareas de soporte y apoyo a los frentes de contacto con el cliente.

Los sistemas dirigidos hacia el cliente satisfacen sus necesidades y expectativas. Suelen estar disponibles y facilitan la compra de los productos o servicios. Si existe algún obstáculo se elimina para garantizar el éxito de la atención al cliente.

Los sistemas de excelencia en el servicio cuidan especialmente la información que se proporciona a los clientes, por ello es importante que los clientes obtengan toda la información que necesitan de una única fuente en la empresa. Así, se debe evitar que los clientes tengan que repetir su solicitud muchas veces ante los empleados de la empresa sin obtener una respuesta.

Es recomendable que cuando se proporcione información a los clientes se haga correctamente, sobre todo si se trata de los aspectos técnicos de un producto o servicio. Además, el tiempo de prestación de servicio es una cualidad de los sistemas efectivos de atención al cliente. De esta forma, el cliente desea acceder al servicio de una forma rápida, sencilla y cómoda.

La gente, en una empresa con calidad de servicio se espera que los trabajadores conozcan su trabajo, se disponga de un trato agradable y satisfagan las necesidades del cliente. Algunos de los factores clave que contribuyen a que los trabajadores sean afectivos en la atención al cliente son la existencia de buena autoestima, pues es importante que las

personas que atienden a los clientes se sientan bien consigo mismas para transmitir confianza en el trato de habilidad sociales, ya que la gente que presta servicio debe comunicarse eficazmente con los clientes, ser respetuosa y educada, y de tolerancia el contacto frecuente, debido a las sucesivas interacciones entre trabajadores y clientes.

#### **2.2.2.12. Los trabajadores y la atención al cliente**

En una organización dirigida al cliente, ésta constituye la base para definir el negocio, que existe para brindarle sus servicios y atender sus necesidades. De esta forma, el personal responsable de su atención se convierte en un elemento fundamental para conseguir este objetivo.

Los directivos de las organizaciones deben estimular y ayudar a los empleados para que mantengan su atención centrada en las necesidades del cliente, logrando que adquieran un buen nivel de sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, y que infundan en los clientes el deseo de contar su experiencia a otras personas y de volver por la empresa.

El propósito de la organización dirigida hacia el cliente es ser el soporte de los esfuerzos que debe realizar los empleados para cumplir con la calidad de servicio exigida. Las personas aportan la diferencia, es decir, el factor humano es el recurso más importante. Para brindar una excelente atención, se requiere que los trabajadores pongan en práctica habilidades técnicas relacionadas con su trabajo, como el conocimiento de los productos y servicios que se venden, el entorno de trabajo, procesos, procedimientos, manejo de los equipos y herramientas que se utilizan.

En las empresas orientadas al cliente los trabajadores ponen en práctica ambas habilidades, tanto las personales como las técnicas. Esto permite que la atención y el servicio sean un solo proceso. El cliente espera calidad en la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios excelentes que deben conocer con detalle los trabajadores que los ofrecen (habilidad técnica). Las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece (habilidad interpersonal). El mayor reto de las empresas es superar las expectativas, de esta forma un valor agregado tanto de la atención como del servicio al cliente. En esta fase del proceso, la atención y el servicio al cliente son un todo indisoluble

Finalmente, el coste de mantener a un cliente suele ser menor que el coste de conseguir un cliente nuevo. De acuerdo con este hecho las empresas realizan un esfuerzo en sus inversiones para garantizar la calidad que ofrecen a sus clientes. Además, un cliente satisfecho se convierte en la estrategia de promoción más efectiva para una empresa ya que los comentarios de un cliente fidelizado a sus amigos, conocidos y familiares atraen a potenciales clientes que cuentan con referencias de excelencia en el servicio.

Sin embargo, aquellas empresas que no poseen una política efectiva de calidad en la atención al cliente pueden encontrarse con costes efectos que incluyen aquellos gastos que debe afrontar la empresa por no satisfacer los márgenes de calidad adecuado. Otros son los costes de oportunidad, que hacen referencia a aquellos ingresos que la empresa no recibe por haber incumplido los niveles de calidad adecuados.

### **2.2.2.13. Ventajas de atender mejor al cliente**

En el 2008, Vartuli nos muestra 15 beneficios que las empresas pueden llegar a conseguir mediante una buena atención al cliente:

1. Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
2. Incremento de las ventas y la rentabilidad.
3. Ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes, usuarios o consumidores.
4. Un más alto nivel de ventas individuales a cada cliente, consumidor o usuario.
5. Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
6. Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca y, las referencias de los clientes satisfechos.
7. Menores gastos en actividades de marketing: las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente.
8. Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión.
9. Mejor imagen y reputación de la empresa.
10. Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores.
11. Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes.
12. Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
13. Menos quejas y ausentismo por parte del personal, por ende, una productividad más alta.

14. Menor rotación del personal.
15. Una mayor participación de mercado.

#### **2.2.2.14. Teorías de la calidad de servicio**

##### **A. La teoría de las siete brechas de la calidad del servicio de Zeithaml, Berry y Parasuraman (1994) en Lovelock y Wirtz (2009).**

La teoría de las brechas de la calidad del servicio está diseñada para dar a conocer a la empresa si sus clientes tanto externos como internos están satisfechos, radica en equilibrar las expectativas y las percepciones de ellos, tomando en cuenta opiniones para romper las brechas y brindar un mejor servicio. Lovelock y Wirtz (2009) afirman que:

1. Brecha del conocimiento: es la diferencia entre lo que los proveedores del servicio creen que los clientes esperan y las necesidades y expectativas reales de los consumidores.
2. Brecha de los estándares: es la diferencia entre las percepciones que tiene la gerencia respecto a las expectativas del cliente y los estándares de calidad establecidos para la prestación del servicio.
3. Brecha de la entrega: es la diferencia entre estándares de entrega especificados y el desempeño real del proveedor del servicio con respecto a esos estándares.
4. Brecha de las comunicaciones internas: es la diferencia entre lo que la publicidad y el personal de

ventas de la empresa considera que son las características, desempeño y nivel de calidad del servicio del producto, y lo que la empresa es realmente capaz de entregar.

5. La brecha de las percepciones: es la diferencia entre lo que en realidad se entrega y lo que los clientes perciben haber recibido.
6. La brecha de la interpretación: es la diferencia entre lo que prometen los esfuerzos de comunicación de un proveedor de servicios y lo que el cliente cree que esas comunicaciones prometieron.
7. Brecha del servicio: es la diferencia entre lo que los clientes esperan recibir y sus percepciones del servicio que en realidad se les entrego. (p. 424).  
Veamos

### Las brechas de la calidad del servicio

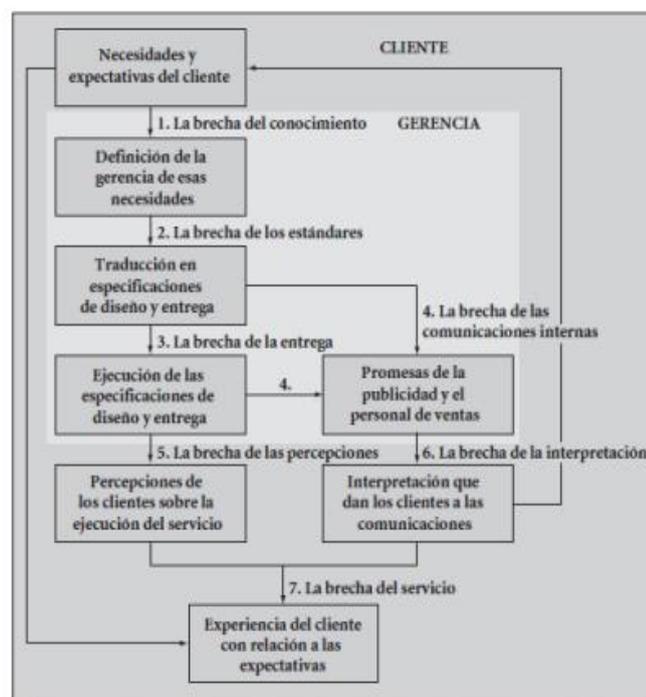


Figura 3. Las brechas de la calidad del servicio. Fuente: Lovelock y Wirtz (2019).

Las brechas 1, 5 y 7 se enfocan en los clientes externos y las brechas 2, 3 y 4 en el cliente interno, pues se define lo que ocurre internamente en la empresa, dentro de cada departamento.

Esta teoría nos da a conocer las principales brechas enfocadas en el entorno de la organización, pues la séptima que es la brecha del servicio, es la más compleja, por tanto, es la brecha que se necesita trabajar más en cualquier empresa y tomando en cuenta las demás se puede cerrar una a una las anteriores y así brindar una buena calidad en el servicio ya que se enfoca en entender lo que el cliente desea y espera del servicio, pero sin exagerar.

#### **B. Teoría de la flor del servicio de Lovelock y Wirtz (2009):**

La flor del servicio es una teoría pensada para los clientes y su percepción, esta teoría es capaz de añadir valor a los productos o servicios. Conformada por ocho pétalos que se leen en forma horaria de acuerdo a los procesos que se van percibiendo, pero esto también puede ser distinto para cada empresa ya que algunas manejan sus procesos de forma diferente, como cobrar antes de brindar el servicio. En una organización centrada, al usarse de manera correcta la flor del servicio puede mantener los pétalos en forma adecuada de lo contrario se verán marchitos; esta teoría también es útil para darse cuenta de las cosas que se pueden implementar para un mejor servicio, así mismo incrementar valor a nuestra calidad. Veamos:

## La flor del servicio.

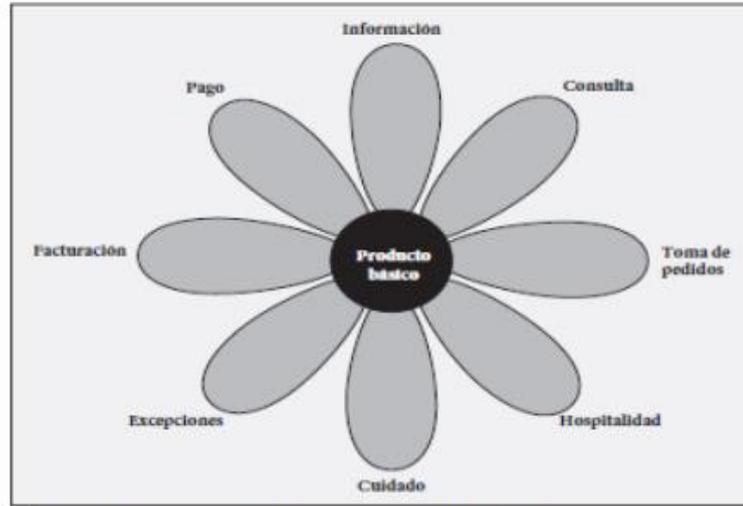


Figura 4. La flor del servicio. Fuente: Lovelock y Wirtz (2009)

1. Pétalo de la información: Lovelock y Wirtz (2009) mencionan: Los clientes siempre necesitan información verdadera en especial los clientes nuevos y potenciales. La información adicional, que en ocasiones es exigida por la ley, podría incluir las condiciones de venta y uso, advertencias, que en ocasiones es exigida por ley. Los clientes también aprecian los consejos sobre la forma de obtener el mayor valor de un servicio y como evitar problemas. Las empresas deben asegurarse de que la información que proporcionan es oportuna y precisa, porque si es incorrecta puede molestar o perjudicar a los clientes. Algunas formas tradicionales para proveer información a los clientes son a través de empleados de atención al cliente quienes muchas veces no están tan bien informados como quisieran. (p. 77).
2. Pétalo toma de pedidos: Lovelock y Wirtz (2009) definen: Una vez que los clientes están preparados para comprar, entra en juego un elemento complementario fundamental que es la aceptación de

solicitudes, pedidos y reservaciones. El proceso de la toma de pedidos debe ser amable, rápido y preciso para que los clientes no pierdan tiempo ni realicen un esfuerzo mental o físico innecesario. La tecnología se puede utilizar para facilitar y acelerar este proceso, tanto para los clientes como para los proveedores. La clave radica en minimizar el tiempo y el esfuerzo necesario de ambas partes, y al mismo tiempo asegurar la obtención de información completa y correcta. Ejemplo, en una aerolínea, es posible que un boleto pase por 15 empleados, mientras que el proceso de un pasaje electrónico requiere de un solo paso. (p. 78).

3. Pétalo de facturación: Lovelock y Wirtz (2009) afirman que: La facturación es un elemento común en casi todos los servicios. Las facturas incorrectas, incomprensibles incompletas pueden decepcionar a los clientes que, hasta ese momento, estaban satisfechos con su experiencia de servicio. Este tipo de fallas empeoran aún más la situación si el cliente ya estaba insatisfecho. la facturación también debe hacerse en el momento adecuado para obtener un pago más rápido. Los procedimientos de facturación abarcan desde un aviso verbal hasta un precio exhibido en pantalla, y desde facturas escritas a mano hasta complejos estados de cuenta mensuales que incluyen movimientos y honorarios. A menudo los clientes esperan que las facturas sean claras e informativas, y desglosadas de tal forma que quede clara la manera en que se calculó el total. Los clientes detestan esperar la elaboración de la factura, para lo cual toman por anticipado los datos de las tarjetas de crédito. (pp. 77-78).

4. Pétalo de pago: Lovelock y Wirtz (2009) definen: En la mayoría de casos, la factura obliga al cliente a pagar y este proceso siempre es muy lento. Una excepción son las cuentas bancarias, porque detallan los cargos que ya se han deducido de la cuenta del cliente. Cada vez más, los consumidores esperan que el proceso de pago sea fácil y cómodo, incluyendo el crédito. Muchos pagos aún se realizan mediante el intercambio manual de dinero y cheques, pero las tarjetas de crédito siguen creciendo en importancia, pues cada vez más establecimientos las aceptan. Para asegurar que la gente pague lo que debe algunas compañías de servicio han establecido sistemas de control, como la inspección de entradas en cines, y boletos en trenes. Sin embargo, es importante capacitar a inspectores y guardias de seguridad para que combinen amabilidad y firmeza con el cumplimiento de su trabajo, de modo que los clientes honestos no se sientan acosados. (p. 78).
  
5. Pétalo de consultas: Lovelock y Wirtz (2009) afirman: A diferencia de la información, que implica el simple proceso de responder a las preguntas de los clientes, las consultas implican un nivel de dialogo para indagar las necesidades de los consumidores y después desarrollar una solución personalizada. Las consultas efectivas suponen la comprensión, situación de cada cliente, antes de sugerir cursos de acción apropiados. Una buena base de datos de los clientes es muy útil al respecto, en especial si se pueden obtener con facilidad datos relevantes en una terminal distante. (p. 78).

6. Pétalo de hospitalidad: Lovelock y Wirtz (2009) mencionan que: Los servicios basados en la hospitalidad deben reflejar placer al recibir clientes nuevos y al saludar a los antiguos cuando regresan. Los negocios bien manejados tratan, por lo menos a través de pequeños gestos, de asegurarse de que sus empleados traten a sus clientes como huéspedes. La cortesía y la consideración, por las necesidades de los clientes, se aplican tanto a los encuentros cara a cara como a las interacciones telefónicas. La contratación de empleados amables y considerados para tareas de contacto con el público sirve para crear una atmosfera de hospitalidad. La calidad de los servicios de hospitalidad, que ofrece una compañía, tiene un papel importante en la satisfacción del cliente con el producto básico, especialmente en los servicios (p. 78).
7. Pétalo de cuidado: Lovelock y Wirtz (2009) definen: Cuando los clientes visitan un local de servicio, a menudo necesitan ayuda con sus efectos personales. De hecho, a menos que se ofrezcan ciertos servicios de cuidado, es posible que algunos clientes decidan no regresar. Los negocios responsables se preocupan por la seguridad de los clientes que visitan sus locales. (p. 78).
8. Pétalo de excepciones: Lovelock y Wirtz (2009) mencionan: Las excepciones se refieren a servicios complementarios que no están dentro de la rutina normal de la prestación del servicio. Los negocios inteligentes se anticipan a las excepciones y desarrollan planes de contingencia y licenciamiento. De esa forma, los empleados no se sorprenden ni se

desconciertan cuando algún cliente solicita una atención especial. Los procedimientos bien definidos sirven para que los empleados respondan con rapidez y eficiencia. (p. 78).

La teoría de la flor de la calidad se ha aplicado de manera exitosa en varias empresas pues no necesariamente una empresa puede abarcar los ocho pétalos, eso también depende de los procesos de la empresa.

#### **2.2.2.15. Las dimensiones de la calidad de atención al cliente**

1. **Confiabilidad:** Consiste en respetar lo prometido al cliente, así como los niveles de exactitud requeridos, otorgando el producto o servicio de acuerdo con lo previsto y estipulado. Se obtiene al cumplir al cliente con lo que el producto o servicio ofrece.
2. **Comprensión:** Implica la realización de esfuerzos serios para proveer atención esmerada e individual.
3. **Capacidad de respuesta:** Es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y respondiendo rápidamente a las demandas.
4. **Competencia:** Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal que atiende a los clientes, conocimientos y habilidades del personal de soporte y por supuesto, capacidad de los directivos.

5. **Accesibilidad:** Se refiere a la facilidad de contacto y acercamiento, a no hacer esperar a los usuarios. Se logra con una atención expedita al cliente, una ubicación conveniente y el establecimiento de horas adecuadas de atención.
6. **Credibilidad:** Desempeñarse con veracidad y honestidad, con objeto de lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes. Comprende el producto o servicio, la reputación de la empresa y las características del producto. El cliente debe poseer la seguridad de que su elección realmente fue correcta.
7. **Cortesía:** Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. La cortesía sin eficiencia o la eficiencia sin cortesía no tienen el impacto positivo que puede tener la combinación de estas características.
8. **Tangibilidad:** Evidencia de los beneficios que obtuvo el cliente al comprar el producto o servicio.
9. **Empatía:** La empatía va más allá de la cortesía: consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas. Es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender sus necesidades y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía implica un servicio esmerado e individualizado.
10. **Responsabilidad:** Servir al cliente pronto y eficazmente. Cuando los clientes no pueden comunicarse con la empresa debido a la burocracia, o cuando sus necesidades no son atendidas, perciben escasa responsabilidad.

Ahora bien, según el Modelo del Análisis de las Brechas del Servicio (SERVQUAL) de Parasuraman Zeithaml y Berry (1985), existen 5 dimensiones, que son: confiabilidad o fiabilidad, sensibilidad o capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles; dichas dimensiones muestran como los clientes estructuran mentalmente la información del servicio lo que les permite establecer un juicio sobre la calidad del mismo (Ocampo y Valencia, 2017).

De igual manera, Dabholkar, Shepherd y Thorpe (2000), tomaron el modelo SERVQUAL, asumiendo como punto de inicio los factores propuestos para evaluar, por parte del consumidor, la calidad del servicio. El modelo SERVQUAL, es una herramienta que resulta flexible, referenciado y aplicado entre los modelos propuestos que permiten una mejora continua de la calidad. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1991) sobre el modelo SERVQUAL indican que son criterios importantes, para la medición de la calidad, tiene en cuenta las diferencias entre las expectativas de los clientes y sus percepciones sobre el servicio recibido. (p.22-23)

Por ende, es importante considerar algunas dimensiones del modelo SERVQUAL, para medir y desarrollar en torno a la gestión administrativa y calidad de atención al cliente como base para aplicar en cualquier empresa, compañía u organización. Veamos:

#### **A) Confiabilidad o fiabilidad (dimensión 1)**

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1991) indican que la confiabilidad es la clave de la excelencia en el mercado y además brinda la seguridad en forma correcta, la organización no debe descuidar, ni cometer errores en la atención a sus clientes, porque esto debilita la confianza

de los clientes. Para el cliente, la prueba del servicio está en el desempeño impecable que ofrece.

La confiabilidad en la calidad del servicio se define como la capacidad que posee una organización en brindar de manera esmerada y confiable el servicio ofertado, dando cumplimiento a lo ofrecido, la provisión del servicio, las entregas, así como las respuestas y soluciones a las dificultades y al establecimiento de los precios (Matsumoto, 2014).

La fiabilidad se asocia con la capacidad de respuesta, la competencia, la cortesía, la seguridad, el acceso, la comunicación y la comprensión del consumidor. Asimismo, está asociada a lo que la empresa ofrece a la clientela, la facturación adecuada, la información suministrada, el ser claro y honestos tanto en la relación como en la atención brindada por los diferentes canales; es decir, no sólo en la organización, sino también telefónicamente, por email e incluso por medio de sus redes sociales. (Tirado, 2014).

Evans y Lindsay (2014) definen fiabilidad como: La capacidad de proveer lo que se prometió, con seguridad y exactitud. Como ejemplo están los representantes de servicios al cliente que responden en el tiempo prometido, seguir las indicaciones del cliente, proporcionar facturas y estados de cuenta sin errores y hacer las reparaciones en forma correcta la primera vez. (p. 166). Habilidad para realizar el servicio acordado de forma fiable y cuidadosa: acierto y precisión; ausencia de errores. Este atributo se basa en la percepción del usuario sobre la capacidad de realizar el servicio acordado en la forma y plazos establecidos. La fiabilidad representa la capacidad

organizativa y de recursos para prestar el servicio de forma eficiente y sin fallos que lo impidan o perjudiquen. Para satisfacer este criterio son necesarios procesos experimentados y personal cualificado para ejecutarlos. Cuando la fiabilidad es baja, existen riesgos graves de pérdida de confianza de los clientes (incluso la pérdida del cliente) y elevados costes de reparación (los llamados costes de la “no calidad”).

Los indicadores que configuran este factor son:

- Cumplimiento de promesas en el tiempo determinado.
- Interés sincero en resolver problemas.
- Lleva a cabo el servicio bien a la primera.
- Lleva a cabo los servicios en el momento que promete que va a hacerlo.
- Utilidad del servicio suministrado.

## **B) Sensibilidad o capacidad de respuesta (dimensión 2)**

Según Vásquez, Rodríguez y Días (2001) sostienen que en la capacidad de Respuesta “Se debe entender como la disposición de atender y brindar un servicio rápido, dado que los clientes cada vez son más exigentes y no les gusta esperar”. En tal sentido, dichos autores nos muestran que la capacidad de respuesta es reaccionar de manera física y mental a las potenciales necesidades del cliente en torno al servicio a demandar, porque, con el avance del tiempo sus necesidades crecen.

Disposición para proporcionar un servicio rápido: rapidez, puntualidad, oportunidad. No basta con tener medios para prestar un servicio, sino que tiene que ser

posible prestarlo cuando lo demanda el usuario. El servicio diferido no puede plantearse en gran parte de las actividades económicas y sociales de hoy en día. La capacidad de respuesta responde a la inmediatez en hacerse cargo de la demanda y en la rapidez y/o puntualidad de su solución.

Sus indicadores son:

- Comunican con exactitud cuándo llevarán a cabo los servicios.
- Entrega dentro de plazos.
- Disposición para ayudar.
- Nunca están demasiado ocupados para contestar a sus preguntas.

### **C) Seguridad (dimensión 3)**

Según Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1988), en lo referente a seguridad afirma que es el conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza está muy relacionado con la profesionalidad y la cortesía (p. 26).

La seguridad comprende el conocimiento y la atención prestada por los colaboradores frente a los clientes, en conjunto con las habilidades que permite crear confianza y credibilidad (Matsumoto, 2014). El conocimiento que logran los colaboradores a través de su experiencia en la organización, es mostrado durante la atención al cliente, transmitiendo así seguridad en ellos, ésta genera la confianza de que el colaborador hará su trabajo de manera profesional y ética; es así como en general, los clientes tienen la capacidad para percibir la

calidad del servicio y los valores obtenidos, por lo que pueden demandar una comunicación efectiva o explicaciones personales para entender el valor que reciben (Maldonado, Ortega y Troncos, 2020).

Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. El usuario de un servicio precisa de una confianza en la percepción del servicio, que le inspire la tranquilidad de estar haciendo lo adecuado con la Organización o Unidad Organizativa adecuada. La profesionalidad del personal de contacto con el usuario es una fuente de confianza, demostrando una habilidad y destreza en el desarrollo del servicio acordado. Para potenciar este atributo de calidad, se debe eliminar cualquier sombra de duda sobre el proceso y sus resultados. Sus indicadores son:

- El comportamiento de los empleados inspira confianza.
- Seguridad en el trato con los empleados.
- Empleados corteses.
- Los empleados tienen los conocimientos necesarios para contestar preguntas.

#### **D) Empatía (dimensión 4)**

Evans y Lindsay (2014) mencionan que: La empatía es el grado de cuidado y atención individual que se ofrece a los clientes. Algunos ejemplos podrían ser la disposición de programar las entregas a conveniencia del cliente, explicar el lenguaje técnico utilizando palabras que la persona conozca y llamar por su nombre a los clientes frecuentes. (p. 166).

Lovelock y Wirtz (2015) definen “empatía como una herramienta de fácil acceso, buena comunicación, comprensión del cliente. Para llegar a ello inducen a capacitaciones al personal de trabajo para que se desenvuelvan de manera respetuosa y empática al realizar sus labores” (p. 44).

Para Zeithaml y Bitner (2002) el atributo de la empatía es de transferir a los clientes que son especiales, únicos que se entiendan sus necesidades, que los clientes se sientan importantes y comprendidos por la organización que les otorga el servicio. Las organizaciones grandes, o chicas son las que deben estar informadas sobre las necesidades específicas de los clientes, lo que les obliga a ofrecer sus servicios de manera personalizada.

La empatía está referida a nivel de atención individual que los colaboradores muestran a los clientes, por medio de un servicio personalizado que satisface el gusto del cliente (Matsumoto, 2014). Es decir, esta dimensión se expresa en las siguientes acciones:

1. Gentileza de los colaboradores en el trato al cliente.
2. Amabilidad por parte de porteros, cajeros, facturadores y colaboradores en general que tratan de manera directa con el cliente.
3. Atención individualizada al usuario.
4. Horarios de trabajo flexibles que se adaptan a las necesidades del cliente.
5. Orientaciones claras al usuario.
6. Comprensión de las necesidades específicas de los usuarios (Ocampo y Valencia, 2017)

Atención individualizada que se ofrece a los clientes. Un servicio es, en definitiva, una relación entre personas y la calidad se basa no solo en la cortesía profesional, sino en entender y resolver las necesidades por las que el cliente “consume” determinado servicio. En este sentido, es necesario mantener informados al usuario de un servicio a lo largo de todo el proceso con información relevante para el mismo.

Sus indicadores son:

- Empleados que proporcionan atención individualizada.
- Horario de atención adecuada.
- Logro de la Satisfacción del cliente.
- Preocupación por sus mejores intereses.
- Comprensión de las necesidades específicas del cliente

## **E) Aspectos tangibles (dimensión 5)**

Zeithaml et al (2009), refiere que los aspectos tangibles son las instalaciones físicas, el personal, los equipos, los materiales de comunicación que utiliza la empresa, así mismo comenta que son las representaciones físicas o imágenes del servicio que los clientes usan para evaluar la calidad del servicio.

Comprende una variedad de elementos, entre los que se encuentran la apariencia y aspecto físico de los colaboradores, el estado de las instalaciones, de los equipos y de los materiales (Matsumoto, 2014).

Son realmente varios aspectos que permiten valorar globalmente la calidad del servicio, pero que

individualmente dan una visión bien clara sobre el mismo; por ello, los clientes observan elementos como el diseño del inmueble, la distribución del espacio, los elementos decorativos, colores de las paredes y muebles, la presentación del personal, así como los folletos y los canales de comunicación que emplea la organización; por tanto, se trata de dos componentes, uno relacionado con las instalaciones y los equipos, mientras que la otra está asociada con los colaboradores y los materiales que se utilizan para el proceso de comunicación (Tirado, 2014).

Aspecto de las instalaciones físicas, equipos, personal y material que interviene o se utiliza en la prestación del servicio. Son la parte visible del servicio y del proceso correspondiente y lo conforman la apariencia de las instalaciones físicas, los equipos, el personal, la documentación y otros materiales de comunicación. Pueden ser determinantes en la imagen percibida por el usuario del servicio y en la generación de contradicciones entre las expectativas producidas por la comunicación al usuario del servicio prometido, con la realidad del mismo por parte del usuario. Sus indicadores son:

- Equipamiento de aspecto moderno.
- Instalaciones físicas visualmente atractivas.
- Empleados de buena presencia.
- El material de servicio (folletos, comunicadores en general) visualmente atractivo.

Adicionalmente, y por considerarlo conveniente para los fines de la presente investigación, tenemos la siguiente dimensión:

## F) El precio (dimensión 6)

Esta sexta dimensión se refiere a el costo en dinero que el cliente debe pagar para recibir el servicio ofertado y/o comprar los productos. Es la relación calidad/precio.

### 2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Administración:** proceso complejo que consiste en diseñar y mantener un ambiente bajo el cual los colaboradores se organizan de forma armónica, eficaz y eficiente para el logro de los objetivos y las metas organizacionales (Quimí, 2016).
- **Calidad:** Según Juran. (2004) “las particularidades de un producto o servicio que satisface la necesidad del cliente” para Deming (1989), la calidad se refiere a la capacidad de garantizar la satisfacción del cliente.
- **Calidad de servicio:** satisfacerlos requerimientos de los clientes, de acuerdo a las necesidades mostradas y por las que acudió a la organización, se obtiene durante todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios entregados (Alvarado, 2018).
- **Cliente:** Es el elemento más importante de toda organización. Persona que tiene necesidades y preocupaciones y merece el trato más cordial y atento que se le puede brindar (Kotler y Armstrong, 2004).
- **Competitividad:** Es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado (Baston, 2015).
- **Confiabilidad:** es la capacidad que se tiene para brindar a los clientes un servicio seguro, exacto, y consistente, representa la realización correcta de un servicio desde la primera vez. (Saavedra, 2019).

- **Control:** conjunto de actividades que se orientan a garantizar el desarrollo de las actividades de una organización a partir de objetivos y la planificación establecida (Quimí, 2016).
- **Dirección:** es la labor que realizan los encargados de la organización en la orientación de los colaboradores empleando para ello el liderazgo para influir y motivara los mismos para de esta manera poder realizar sus actividades y optimizar los recursos disponibles (Churasacari, Fuentes, y Meléndez, 2018).
- **Disposición:** Es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio (Baston, 2015).
- **Empatía:** esto representa o significa ponerse en el lugar del cliente, para saber cómo se siente el mismo (Saavedra, 2019)
- **Estrategia:** Es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente. (Baston, 2015).
- **Expectativa:** representa las convicciones acerca de la entrega del servicio, que funcionan como puntos de referencia para evaluar o ponderar el desempeño de la organización, constituye todo lo que el cliente aspira del servicio (Matsumoto, 2014).
- **Gestión:** proviene del latín gesño y se refiere a la acción y al efecto de gestionar o de administrar, lo que implica acciones para gobernar, dirigir, ordenar, disponer u organizar (Quimí, 2016)
- **Gestión administrativa:** proceso para ejecutar de forma sistemática y estructurada las actividades básicas de organización, garantizado la disposición de las capacidades y habilidades necesarias, como el liderazgo y la motivación (Quimí, 2016).

- **Liderazgo laboral:** Kotler (1997), Es el proceso de llevar a un grupo en una determinada dirección. Es un movimiento que se encamina hacia el logro de objetivos a largo plazo de una organización (p. 213).
- **Organización:** conjunto de actividades que dan forma a la estructura de tareas y niveles de responsabilidades organizacionales (Quimí, 2016).
- **Percepción:** Es una imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de acciones (Rivera, Arellano y Molero, 2000).
- **Planeación:** proceso que permite mantenerlas actividades y acciones en función de un objetivo, orientando la toma de decisiones de los gerentes a corto y/o largo plazo (Quimí, 2016).
- **Satisfacción:** “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (Kotler, 2006).
- **Seguridad:** es el grado de conocimiento y de atención de los empleados y sus capacidades para infundir credibilidad y confianza (Matsumoto, 2014).
- **Sensibilidad:** habilidad para apoyar a los clientes y brindarles un servicio expedito y apropiado, tomando como referencia la atención y la premura al tramitar los requerimientos, atender dudas y quejas de los clientes, y solventar problemas (Matsumoto, 2014).
- **Servicio:** Es una actividad, tangible o intangible que sirve para satisfacer los deseos o necesidades de los clientes. (Etzel y Walker, 2004).
- **Tangibles:** comprende las instalaciones físicas y los equipos que tiene la organización, en relación a sus características, su estado, su preparación, de acuerdo a las capacidades de cada organización y de sus colaboradores (Saavedra, 2019).

## **2.4. FORMULACION DE HIPOTESIS**

### **2.4.1. Hipótesis general**

La gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a. Los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.
- b. Los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.
- c. Los actos de dirección se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.
- d. Los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

## **2.5. VARIABLES**

### **2.5.1. Definición conceptual de la variable**

#### **Variable Gestión Administrativa**

Chiavenato (2012), refirió que la Gestión Administrativa pasó de intérprete a ejecutor por medio de la planeación, organización, dirección y control en las áreas y niveles de la organización, con el fin de alcanzar sus objetivos garantizando su competitividad. (p.21)

#### **Variable calidad de atención al cliente**

Vargas y Aldana (2006), menciona que la calidad del servicio es la conformidad de un servicio con las especificaciones y expectativas del cliente.

### **2.5.2. Definición operacional de la variable**

#### **Variable Gestión administrativa**

La gestión administrativa se utiliza como variable para medir en función a 4 dimensiones, que son; planeación, organización, dirección y control. Con 20 indicadores e ítems, y una escala de valoración de 1. Nunca, 2. Casi nunca. 3. Algunas veces. 4. Casi siempre. 5. Siempre. Que permitirán medir la gestión administrativa de la empresa FERREMAN S.A.C.

#### **Variable Calidad de Atención al Cliente**

La calidad de atención al cliente se utiliza como variable para medir en función a seis dimensiones, que son: confiabilidad o fiabilidad, sensibilidad o capacidad de respuesta, seguridad, empatía, aspectos tangibles y precio. Con 23 indicadores e ítems, y una escala de

valoración de 1. Nunca, 2. Casi nunca. 3. Algunas veces. 4. Casi siempre. 5. Siempre. Que permitirán medir la calidad de atención al cliente que brinda la empresa FERREMAN S.A.C.

### 2.5.3. Operacionalización de la variable

#### a. Variable 1: Gestión administrativa.

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM		Escala de medición
		N°	Contenido	
Planeación	• Misión y visión	1.	¿Se exhibe la visión y misión de la empresa en sus instalaciones?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	• Objetivos	2.	¿Considera que la actitud del personal contribuye al cumplimiento de los objetivos de la empresa?	
	• Conocimiento de funciones	3.	¿Considera que el personal sabe cuáles son sus funciones dentro de la empresa?	
	• Eficiencia en el uso de recursos	4.	¿Ha podido advertir que la empresa tiene un mecanismo de control respecto a los ingresos y egresos?	
	• Participación del personal	5.	¿Ha tomado conocimiento de las actividades que organiza la empresa para el personal y los clientes?	
Organización	• Estructura organizativa	6.	¿Se exhibe la estructura organizativa de la empresa en sus instalaciones?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	• Comunicación organizativa	7.	¿Considera que existe una comunicación abierta y relación cordial entre el personal que se encuentra en la empresa?	
	• Competencia de recurso humano	8.	¿Ha tomado conocimiento de alguna convocatoria de personal realizado por la empresa?	
	• Comportamiento organizacional	9.	¿Sabe si existen cursos de capacitación dirigidos al personal y a los clientes de la empresa?	
	• Clima laboral	10.	¿Ha podido advertir si existe un control en las actividades del personal?	
Dirección	• Distribución de recursos	11.	¿Crees que el personal que labora cuenta con los materiales necesarios para que efectúen adecuadamente tu trabajo?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	• Nivel de motivación	12.	¿Ha presenciado alguna vez, algún acto de motivación hacia el personal durante su atención?	
	• Liderazgo de la administración	13.	¿Considera que el personal tiene capacidad de iniciativa y creatividad?	
	• Comunicación saludable	14.	¿Considera que la empresa debe difundir sus logros?	
	• Participación activa	15.	¿Considera que el personal efectúa un trabajo en equipo?	
	• Establecimiento de funciones	16.	¿Considera que el personal que le atiende tiene las capacidades necesarias para el puesto que ocupan?	

Control	• Desempeño del personal	17.	¿Ha podido advertir que se lleva un control al cumplimiento de las labores del personal?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	• Desempeño de la organización	18.	¿Ha podido advertir que la empresa lleva un control de sus ventas?	
	• Control de calidad	19.	¿Considera que existe política de calidad en la atención al cliente dentro de la empresa?	
	• Acciones correctivas	20.	¿Considera que existe una política de acciones correctivas dentro de la empresa, que constituya una mejora continua en la atención?	

b. Variable 2: Calidad de atención al cliente

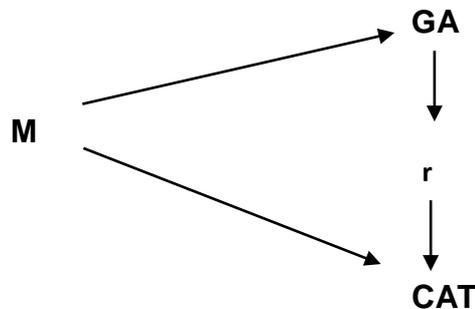
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM		Escala de medición
		N°	Contenido	
Confiabilidad o Fiabilidad	Efectividad en la resolución de problemas	1.	¿El personal resuelve sus dudas y/o problemas de manera efectiva?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	Información oportuna	2.	¿La información que le brinda la empresa es oportuna?	
	Confianza en los pagos electrónicos	3.	¿Los pagos electrónicos se realizan de manera confiada?	
Sensibilidad o Capacidad de respuesta	Información apropiada y conveniente	4.	¿Los empleados de la empresa le brindan información apropiada y conveniente?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	Efectividad en la atención al cliente	5.	¿Considera que el personal da una efectiva atención al cliente?	
	Disposición de atender al cliente	6.	¿Los empleados de la empresa se muestran predispuestos a brindarle atención?	
	Capacidad de resolución de conflictos.	7.	¿Los empleados de la empresa tienen la capacidad de resolver los problemas y/o dudas que presenta?	
Seguridad	Confianza y seguridad	8.	¿Los empleados transmiten confianza y seguridad al momento de la atención?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	Señalización de zonas de seguridad	9.	¿La empresa tiene señalización de la zona de seguridad?	
	Aplicación de protocolos en salubridad	10.	¿La empresa viene aplicando los protocolos de salubridad?	
	Ambientes limpios y desinfectados	11.	¿La empresa mantiene sus ambientes limpios y desinfectados?	
Empatía	Atención personalizada	12.	¿Los empleados le brinda atención personalizada?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	Comprensión por parte de los empleados	13.	¿Los empleados muestran comprensión al momento de atenderlos?	
	Interés a los dilemas y necesidades de clientes	14.	¿Los empleados de la empresa muestran interés en sus dilemas y necesidades?	
	Expresa amabilidad, respeto y paciencia	15.	¿Los empleados expresan amabilidad, respeto y paciencia?	
	Comunicación apropiada	16.	¿Los empleados mantienen una comunicación adecuada?	
Aspectos tangibles	Equipos modernos	17.	¿La empresa cuenta con máquinas y equipos modernos?	Ordinal 1= Casi nunca
	Espacios y áreas adecuados	18.	¿La empresa tiene espacios y áreas adecuadas?	

	Infraestructura e instalaciones	19.	¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas y aptas para el giro del negocio?	2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	Presentación del personal	20.	¿El personal que labora en la empresa se percibe con apariencia presentable y limpia?	
	Adecuados horarios de atención	21.	¿La empresa cuenta con un horario de atención adecuado?	
Precio	Calidad de productos	22.	¿Considera que el precio de los productos va de acuerdo a la calidad de los mismos?	Ordinal 1= Casi nunca 2= Nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
	Acceso al mercado	23.	¿Considera que el precio de los productos se ajusta a los ofrecidos por el mercado?	

## CAPITULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

La investigación se consideró un diseño no experimental, transeccional correlacional como hace referencia Sánchez y Reyes (2002). La investigación fue no experimental porque no se manipuló ninguna de las variables, seguido de transeccional porque se aplicó el instrumento de investigación en un solo momento y correlacional porque se orientó a determinar el grado de relación existente entre dos o más variables de estudio. El diseño fue:



Dónde:

M → Representa a los clientes de la empresa Corporación FERREMAN

GA → Gestión Administrativa.

CAT → Calidad de Atención al Cliente.

r → Relación

El presente trabajo de investigación fue de tipo aplicada, porque tuvo como finalidad la resolución de problemas prácticos inmediatos en un orden de transformar los contextos.

### 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA:

**3.2.1. Población:** “La población es el conjunto de unidades de observación bien definidas, con características comunes y observables, agrupados con fines de estudio” (Córdova, 2013, p. 84). En tal sentido, la población estuvo conformado por 50 clientes actuales de la empresa Corporación FERREMÁN S.A.C. La fuente de obtención de datos de clientes actuales de la empresa fue la relación proporcionada por el Gerente General y Sub Gerente Administrativo, según el siguiente detalle:

#### Relación de Clientes Actuales de la Empresa Corporación Ferreman S.A.C.

N°	Cliente	Dcto	N° de Dcto	Representante	Dirección
1	Almacenes de Aves El Terminal S.A.C.	RUC	20609068419	Cossio Landeo, Jimmy Marcelo	Av. Habilitación Urbana Municipal N° 1008 en Callería
2	Álvarez Medrano, Carlos Isaías	RUC	10211446329	No Corresponde	Jirón Pachitea N° 1057, en Callería
3	Amasifuén Shupingahua, Américo	DNI	80443594	No Corresponde	Caserío 10 De Julio
4	Araujo Dávila Margarita	RUC	10001223874	No Corresponde	Pasaje N° 10 Mz. X Lote 04 Habilitación Urbana, en Callería
5	BGP INC Peru S.A.C.	RUC	20517643077	Solsol Mera, Esteban	Av. República de Panamá. Urbanización Limatambo N° 3531 Int. 402.
6	Caballero Camarena, Amadeo Víctor	RUC	10074112116	No Corresponde	Avenida México N° 930 Tienda 102
7	Cáuper Cárdenas, César Antonio	DNI	70604637	No Corresponde	Jirón Salaverry N° 190 en Callería
8	Chamorro Grandez, Fredy	DNI	42742376	No Corresponde	Jirón Oscar Zevallos N° 282-A
9	Computadoras Correa E.I.R.L.	RUC	20393390728	Correa Noriega, Víctor Hugo	Jr. Zavala N° 687 en Callería
10	Cossio Huánuco, Marcelo	DNI	23159188	No Corresponde	Jr. Santiago Saboya Mz. O Lote 04 AA. HH. Las Melinas.
11	Curo Huacho, Isaac	DNI	23470137	No Corresponde	Jirón Alfonso Ugarte N° 236
12	Díaz Shuña, José Daniel	DNI	10469135786	No Corresponde	Jr. La Selva Mz. 107 Lote 02
13	Disfruta Pucallpa S.A.C.	RUC	20393986485	Aguilar Montesinos, José Luis	Jr. Coronel Portillo N° 527A en Callería.
14	Don Pollo Tropical S.A.C.	RUC	20450497950	Ramírez Pérez Daniel	Jr. Martínez De Compagñon N° 1502 en Tarapoto.
15	ELECTRIC D'ARCE E.I.R.L.	RUC	20608055518	Arce Crisostomo, Vilder Daniel	Jr. La Habana Mz. G Lote 20 en Manantay.
16	Flores Zevallos Ángel	RUC	10402713599	No Corresponde	Jirón Amazonas N° 414, Urbanización Cercado De Pucallpa

17	F&Q Servicios Industriales E.I.R.L.	RUC	20543996182	Yupanqui Quito, Fidel	Jirón Alfonso Ugarte Piso 1 N° 723 AA. HH. San Francisco De La Tabla, en Villa María del Triunfo.
18	Gonzales Gambine, James Luis	DNI	43400094	No Corresponde	Jirón Las Flores Mz. F Lote 15
19	Guerra Arévalo Juan Gabriel	RUC	10476203061	No Corresponde	Jr. Play Wood Mz. 19 Lote 2b AA.HH. Carlos Acho Mego.
20	Herrera Del Águila, Joel	DNI	48512357	No Corresponde	Carretera Federico Basadre Km 10.500.
21	Herrera Del Águila, Reyes Santiago	DNI	47162638	No Corresponde	Jirón 9 De Abril Mz. G Lote 10
22	Huamán Concepción, Jhonny Esaú	DNI	74981476	No Corresponde	Jirón 9 De Abril Mz. F Lote 1
23	Huamán Leiva, Jhonny Juan	DNI	23170818	No Corresponde	Caserío Príncipe De Paz S/N
24	Informática Columbia S.A.C.	RUC	20450304078	Ruiz Ríos, José	Jirón Recreo N° 1084, en la Banda de Shilcayo
25	Japa Maíz, Santos	DNI	46762264	No Corresponde	Caserío Príncipe De Paz
26	JK MAEXPORT S.A.C	RUC	20603296347	Del Águila Maynas, Jaime	Carretera El Radar Urbanización Expansión Urbana N° 561, en Callería.
27	JVJ Service Oriente S.A.C.	RUC	20393625890	Torres Salas, Elvis	Jr. Inmaculada/Zavala N° 198, en Callería.
28	Laurante Argandoña, Junior Eulogio	DNI	76163246	No Corresponde	Avenida Bellavista N° 1524
29	Mac Dowall Tutusima, Larry Lor	DNI	70766391	No Corresponde	Jr. La Habana Mz. C Lote16 AA. HH. Santa Petronila.
30	Mayta Guerra, Primitivo Zacarías	RUC	10200591611	No Corresponde	CFB Km 75
31	Melgarejo Iñipe, Rocío Del Pilar	RUC	10429201573	No Corresponde	Avenida Tupac Amaru Mz. J Lote 1
32	Montagne Cortijo, Ernesto	RUC	10181450016	No Corresponde	Mz. F1 Lote 09 Urbanización Municipal
33	Ocho Sur P S.A.C.	RUC	20601229201	Ortega Vásquez, Mauro Antonio	Av. San Martin N° 200 Int. 501. Urbanización Cercado De Pucallpa, en Callería.
34	Ocho Sur U S.A.C.	RUC	20601229006	Ortega Vásquez, Mauro Antonio	Av. San Martin N° 200 Int. 501. Urbanización Cercado De Pucallpa, en Callería.
35	Oleaginosas Amazónicas S.A.	RUC	20351410061	Reyes Rodríguez, Randy Marvin	Jr. Los Frutales N° 249, en Callería.
36	Osores Paucarchuco Willard Saúl	RUC	10201060627	No Corresponde	Avenida Habilitación Urbana Municipal N° 750
37	Pérez Peco Diego Alonso	RUC	10731395352	No Corresponde	Jr. 9 De Abril Mz. D Lote 22.
38	Quichua Galindo, Juan Carlos	DNI	29108092	No Corresponde	Jirón Señor De Los Milagros Mz. 37 Lote 01 Asentamiento Humano Señor De Los Milagros.
39	Quío Sajami, Tedy	DNI	00113249	No Corresponde	Avenida Habilitación Urbana Municipal N° 308

40	Ramírez Pérez, Daniel	DNI	42377857	No Corresponde	Jirón Pasco N° 26
41	Reyes Rodríguez, Randy Marvin	DNI	42323230	No Corresponde	Jirón Guillermo Lumbreras N° 242
42	Ruiz Vásquez, Juan Alfredo	DNI	46114193	No Corresponde	Jirón Los Frutales N° 28
43	Salazar Laguna, Gibson Sebastián	DNI	40166292	No Corresponde	Jirón Los Frutales N° 300
44	Servicios Agrarios De Pucallpa S.A.C.	RUC	20601518695	Ortega Vásquez, Mauro Antonio	Av. San Martín N° 200 Int. 501. Urbanización Cercado De Pucallpa, en Callería.
45	Tolentino Pinedo, Lesli Del Pilar	RUC	10452249760	No Corresponde	Avenida Forestación Mz. E Lote 2B AA. HH Las Melinas
46	Trans Amazónicos E.I.R.L.	RUC	20283686311	Camones Ramos Gerson	Carretera Federico Basadre Mz. I Lote 8B, Asentamiento Humano Agustín Cáuper, en Yarinacocha.
47	Transud S.A.C.	RUC	20163695198	Concepción Ramos, Peñafor	Av. San Luis N° 875 Urbanización El Trébol.
48	Vargas Ruiz, Malena Miluska	RUC	10001209146	No Corresponde	Avenida Túpac Amaru S/N
49	Ventura Rojas, Dimas	DNI	46852064	No Corresponde	Jirón Los Jardines Mz. C Lote 08
50	Viena Saavedra, Hugo Germán	DNI	00089072	No Corresponde	Jirón Bolognesi N° 299

**Fuente:** Relación proporcionada por el Gerente General y Sub Gerente Administrativo de la empresa CORPORACIÓN FERREMAN S.A.C

### 3.2.2. Muestra: La muestra del estudio estuvo conformada como sigue:

La muestra fueron los 50 clientes actuales de la empresa. El muestreo según Hernández et al. (2014), fue por conveniencia, porque el estudio se aplicó a todos los clientes actuales de la empresa FERREMAN S.A.C., por tratarse de una población pequeña.

## 3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

### 3.3.1. Técnica

Se utilizó como técnica la encuesta de Investigación, que estuvo constituida por preguntas dirigidas a la población, para averiguar y comprobar las hipótesis de la investigación.

### 3.3.2. Instrumento

Se utilizó como instrumento de recolección de datos la guía de encuesta o cuestionario, obteniendo datos relacionados con las siguientes opiniones, en la búsqueda por descubrir el nivel de conocimiento sobre el problema materia de investigación, respecto a ambas variables.

## 3.4. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

### 3.4.1. Validez

La validación de instrumentos de investigación se realizó mediante el juicio de expertos, conocedores de dichas variables de estudio, que son los siguientes:

#### Relación de juicios de expertos

N°	Expertos	Valoración del instrumento
01	Mg. Adrián Marcelo Sifuentes Rosales	Aplicable
02	Dr. Percy Orlando Rojas Medina	Aplicable
03	Mg. Lila Ramírez Zumaeta	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4.2. Confiabilidad

Se realizó prueba piloto del instrumento de investigación, luego se aplicó el análisis de fiabilidad alfa de Cronbach. Los valores alfa de Cron Bach están entre: 0 – 0.5 No confiable; 0.5 – 0.7 Confiable y 0.7 – 1.0 Altamente confiable (Aguirre, 2015, p.4).

La prueba piloto fue aplicada a 20 clientes potenciales de la empresa. Resultando en la variable gestión administrativa 0.835 con 20 ítems y la variable calidad de atención al cliente 0,855 con 23 ítems, en ambos altamente confiable para la investigación

### **Coeficiente del Alfa de Cronbach.**

Para el cálculo del Alfa de Cronbach la fórmula es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Dónde:

K: Numero de ítems

Vi: Varianza de cada ítem

Vt: Varianza del total

Luego de procesar los datos en el programa SPSSV22 los resultados fueron los que se detallan a continuación:

### **Variable: Gestión Administrativa**

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.835	20

## Variable: Calidad de atención al cliente

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,855	23

### Coeficientes de alfa de Cronbach

VARIABLES	COEFICIENTE DE ALFA DE CRONBACH	NUMERO DE DIMENSIONES	NIVEL DE CONFIABILIDAD
Gestión administrativa	0,835	04	Altamente confiable
Calidad de atención al cliente	0.855	06	Altamente confiable

Fuente: Base de datos.

**Interpretación:** en la variable Gestión administrativa, hay cuatro dimensiones, 20 ítems, el coeficiente de Alfa de Cronbach es de 0.835 según Oseda Gago (2011) este resultado fue excelente confiabilidad. Mientras con la variable Calidad de atención al cliente, teniendo seis dimensiones, 23 ítems, el coeficiente es de 0,855 esto excelente confiable. En conclusión, las dos variables son confiables.

## 3.5. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

### 3.5.1. Recolección de datos.

La técnica de procesamiento y análisis de datos se realizó a través de la codificación, operación que consiste en asignar a cada respuesta un valor cuantitativo.

Una vez recolectados los datos, se codificaron. Ya hemos dicho que las categorías de un ítem, indicador o pregunta requieren codificarse con símbolos o números; y esto debe hacerse, porque de lo contrario no se efectuaría ningún análisis o sólo se contaría el número de respuestas o casos en cada categoría. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La técnica de procesamiento de datos aplicada se realizó a través del software estadístico SPSS 22; estas fueron las tablas de frecuencias y la gráfica de barras, correspondientes a las preguntas planteadas y la contrastación de hipótesis general y específicas, se realizó con la prueba estadística coeficiente de correlación de Spearman.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

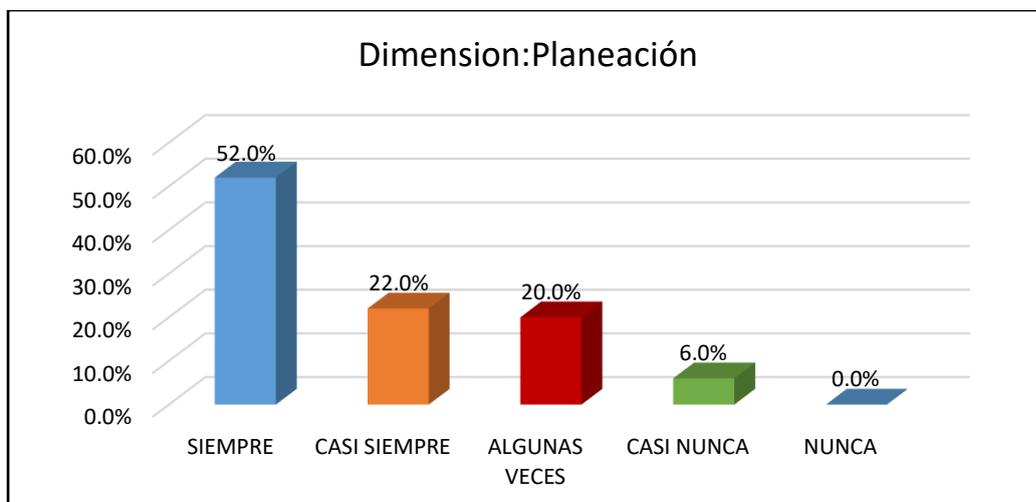
### 4.1. Presentación de resultados

Se procesó las encuestas a través del programa SPSSV22 y EXCEL 2010 se presentan resultados en tablas y figuras de variables y dimensiones.

**Tabla 01**  
**Dimensión: Planeación en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	26	52.00
	Casi siempre	11	22.00
	Algunas veces	10	20.0
	Casi nunca	3	6,00
	Nunca	0	0.00
	TOTAL		50

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



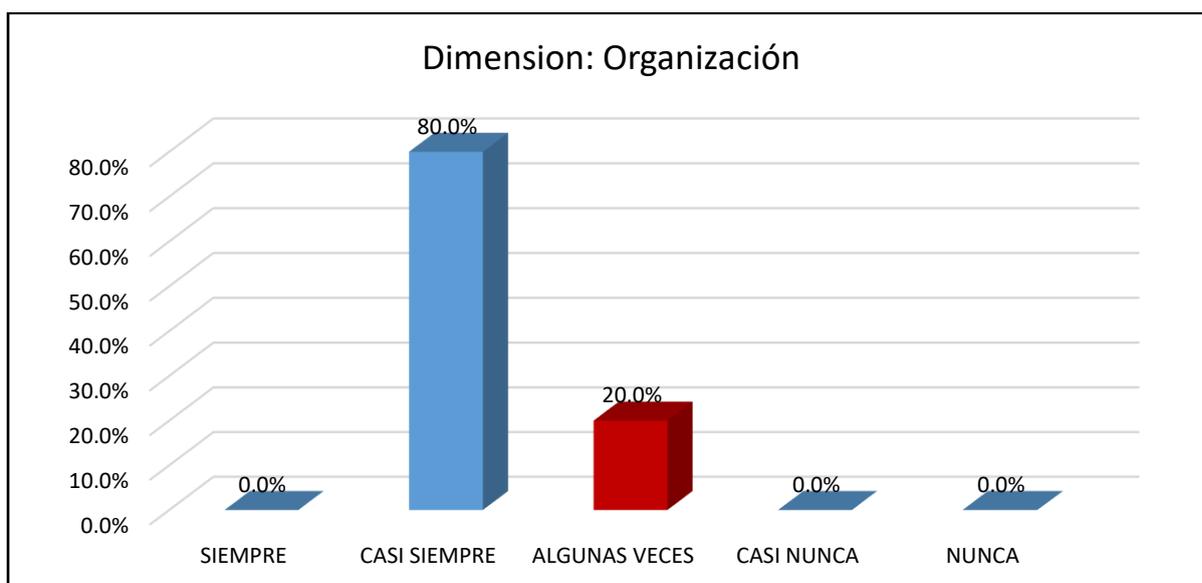
**Figura 01: Dimensión: Planeación**  
**Fuente: Tabla N°01**

**Interpretación:** De la tabla y figura 01, se observa que el 52.00% de encuestados refiere que siempre se realiza la planeación en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 22.00% casi siempre, 20.00% a veces, 6% casi nunca y, 0.0% nunca.

**Tabla 02**  
**Dimensión: Organización en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	0	00.00
	Casi siempre	40	80.00
	Algunas veces	10	20.0
	Casi nunca	0	00,00
	Nunca	0	00.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



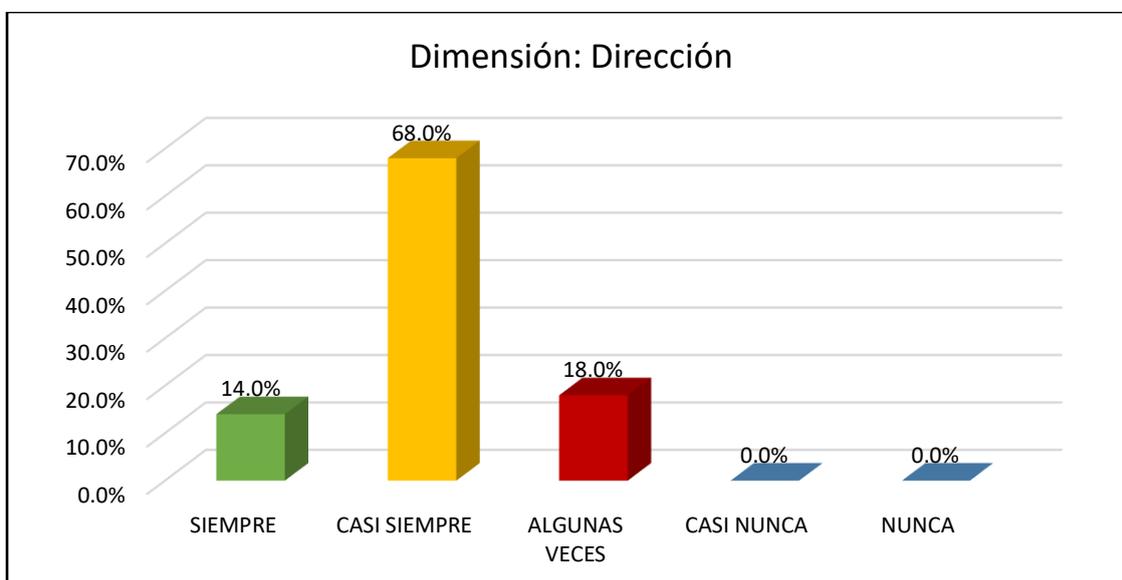
**Figura 02: Dimensión: Organización**  
Fuente: Tabla N°02

**Interpretación:** De la tabla y figura 02, se observa que el 80.00% de encuestados refiere que casi siempre se realiza la organización en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 20.00% algunas veces, 20.00% a veces, y, 0.0% casi nunca y nunca.

**Tabla 03**  
**Dimensión: Dirección en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la**  
**Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	7	14.00
	Casi siempre	34	68.00
	Algunas veces	9	18.0
	Casi nunca	0	00,00
	Nunca	0	0.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



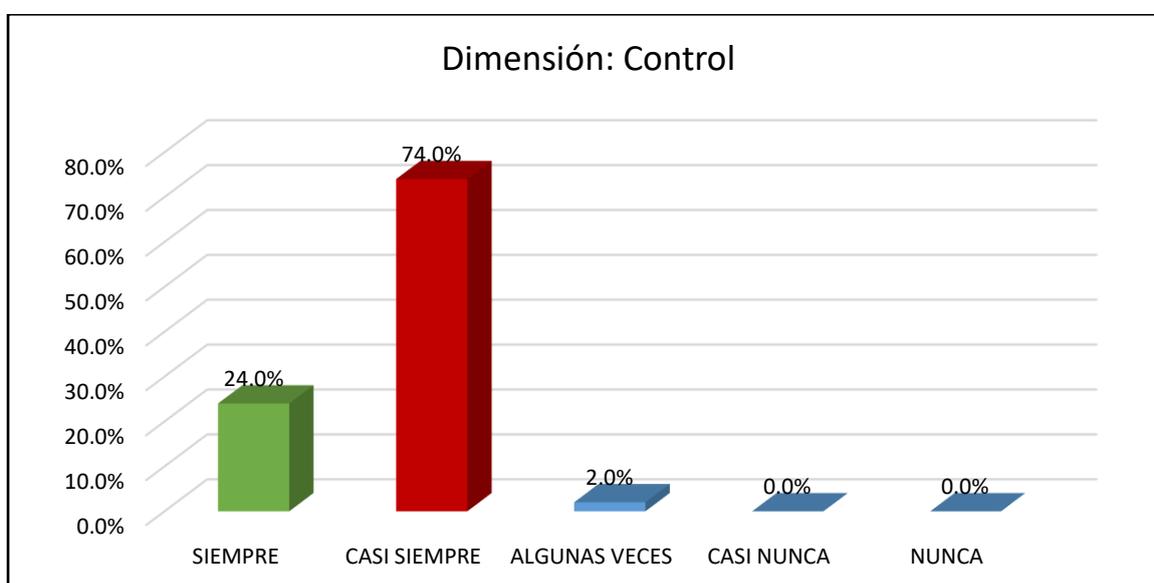
**Figura 03: Dimensión: Dirección**  
Fuente: Tabla N°03

**Interpretación:** De la tabla y figura 03, se observa que el 14.00% de encuestados refiere que siempre se realiza la dirección en la Empresa Corporación FERREMAN, seguido de 68.00% casi siempre, 18.00% algunas veces, y, 0.0% casi nunca, y nunca.

**Tabla 04**  
**Dimensión: Control en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la**  
**Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	12	24.00
	Casi siempre	37	74.00
	Algunas veces	1	2.0
	Casi nunca	0	00,00
	Nunca	0	00.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



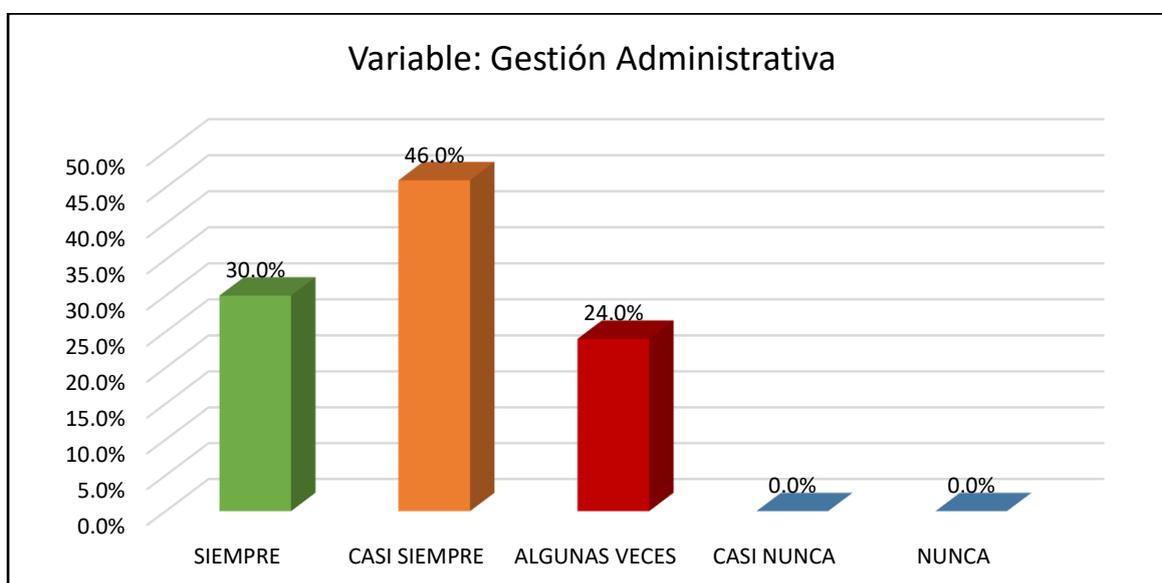
**Figura 04: Dimensión: Control**  
**Fuente: Tabla N°04**

**Interpretación:** De la tabla y figura 04, se observa que el 24.00% de encuestados refiere que siempre se realiza el aspecto control en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 74.00% casi siempre, 2.00% algunas veces, y 0.0% casi nunca, y, nunca.

**Tabla 05**  
**Variable: Gestión Administrativa en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	15	30.00
	Casi siempre	23	46.00
	Algunas veces	12	24.0
	Casi nunca	0	00,00
	Nunca	0	00.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



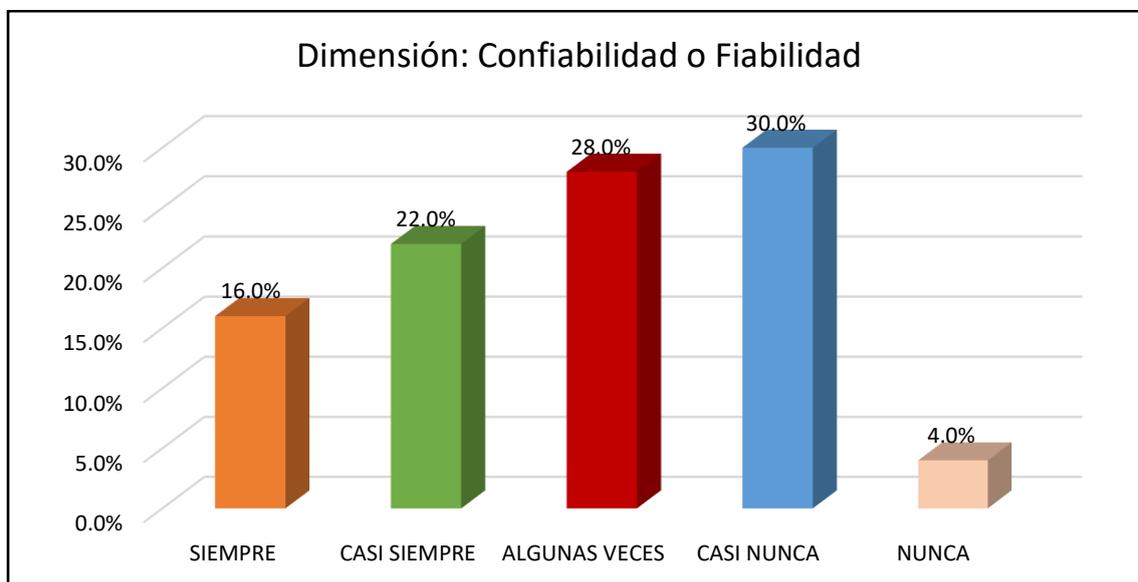
**Figura 05: Variable: Gestión Administrativa**  
Fuente: Tabla N°05

**Interpretación:** De la tabla y figura 05, se observa que el 30.00% de encuestados refiere que siempre se desarrolla gestión administrativa en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 46.00% casi siempre, 24.00% algunas veces, y, 0.0% casi nunca, y nunca.

**Tabla 06**  
**Dimensión: Confiabilidad o Fiabilidad en la Empresa Corporación**  
**FERREMAN S.A.C, en la Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	8	16.00
	Casi siempre	11	22.00
	Algunas veces	14	28.0
	Casi nunca	15	30,00
	Nunca	2	4.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 06: Dimensión: Confiabilidad o Fiabilidad**  
Fuente: Tabla N°06

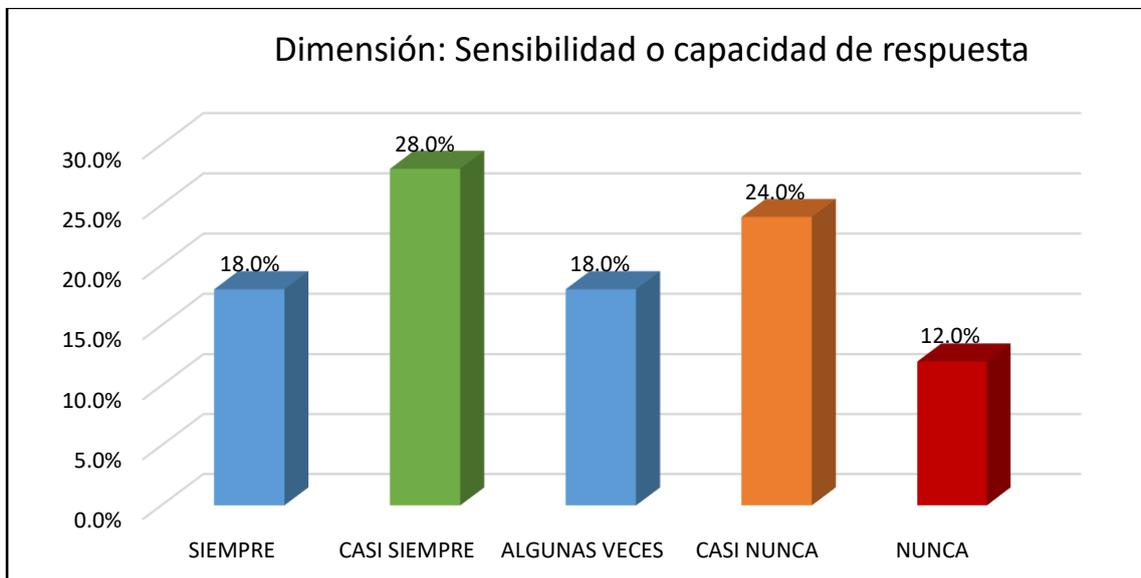
**Interpretación:** De la tabla y figura 06, se observa que 16.00% de encuestados refiere que siempre se percibe fiabilidad en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 22.00% casi siempre, 28.00% algunas veces, y 30.0% casi nunca y 4% nunca.

**Tabla 07**

**Dimensión: Capacidad de respuesta en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	9	18.00
	Casi siempre	14	28.00
	Algunas veces	9	18.00
	Casi nunca	12	24.00
	Nunca	6	12.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 07: Dimensión: Sensibilidad o capacidad de respuesta**

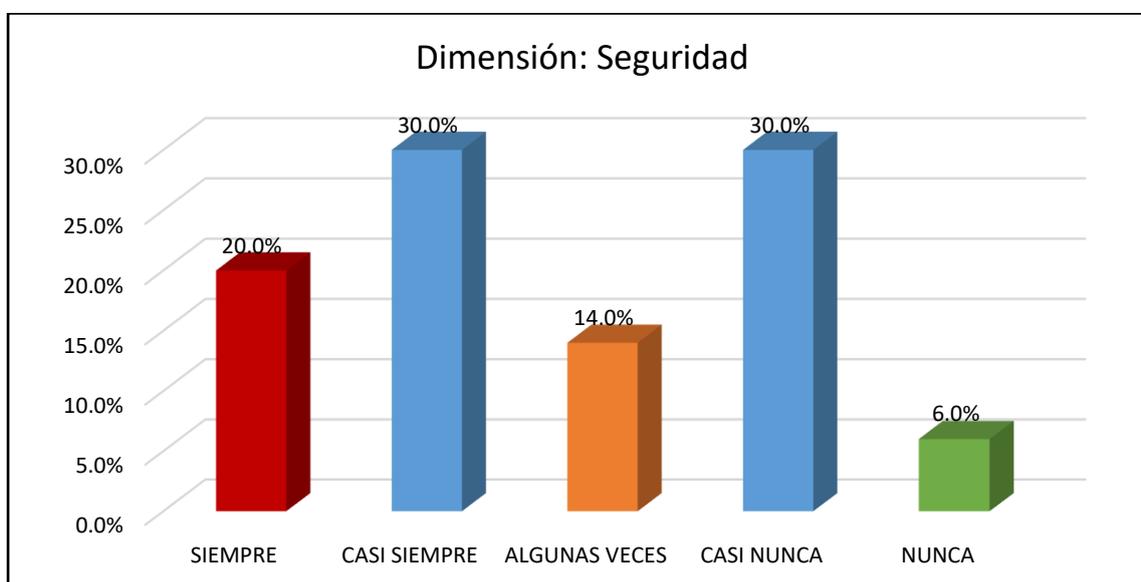
Fuente: Tabla N°07

**Interpretación:** De la tabla y figura 07, se observa que 18.00% de encuestados refiere que siempre se percibe capacidad de respuesta en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 28.00% casi siempre, 18.00% algunas veces, y 24.0% casi nunca y 12% nunca.

**Tabla 08**  
**Dimensión: Seguridad en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la**  
**Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	10	20.00
	Casi siempre	15	30.00
	Algunas veces	7	14.00
	Casi nunca	15	30,00
	Nunca	3	6.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



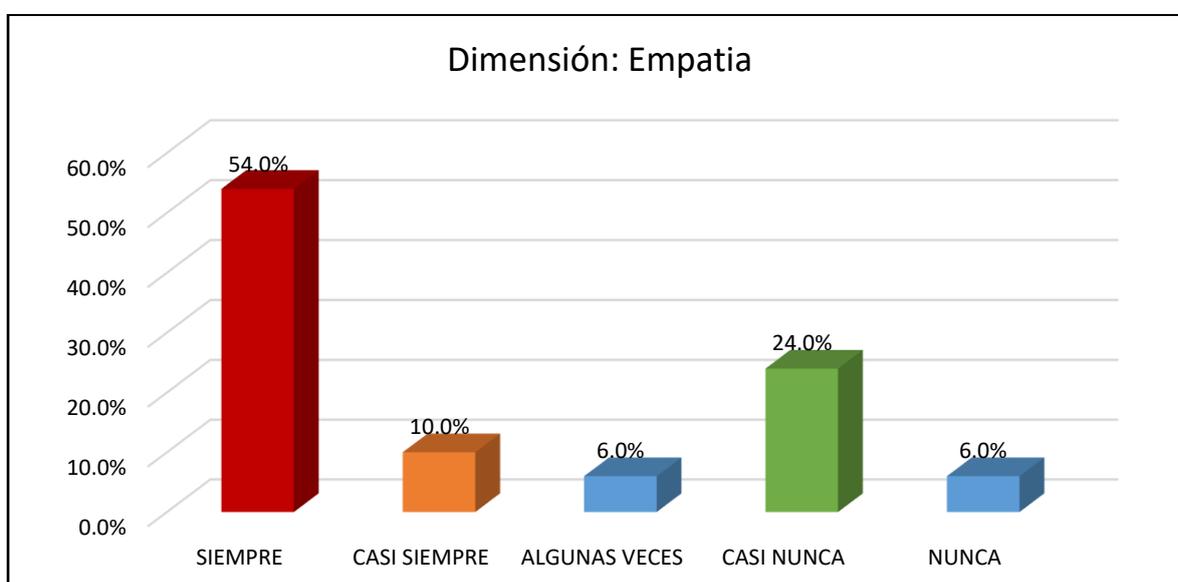
**Figura 08: Dimensión: Seguridad**  
**Fuente: Tabla N°08**

**Interpretación:** De la tabla y figura 08, se observa que 20.00% de encuestados refiere que siempre se percibe seguridad en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 30.00% casi siempre, 14.00% algunas veces, y 30.0% casi nunca y 6% nunca.

**Tabla 09**  
**Dimensión: Empatía en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la**  
**Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	27	54.00
	Casi siempre	5	10.00
	Algunas veces	3	6.00
	Casi nunca	12	24.00
	Nunca	3	6.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 09: Dimensión: Empatía**

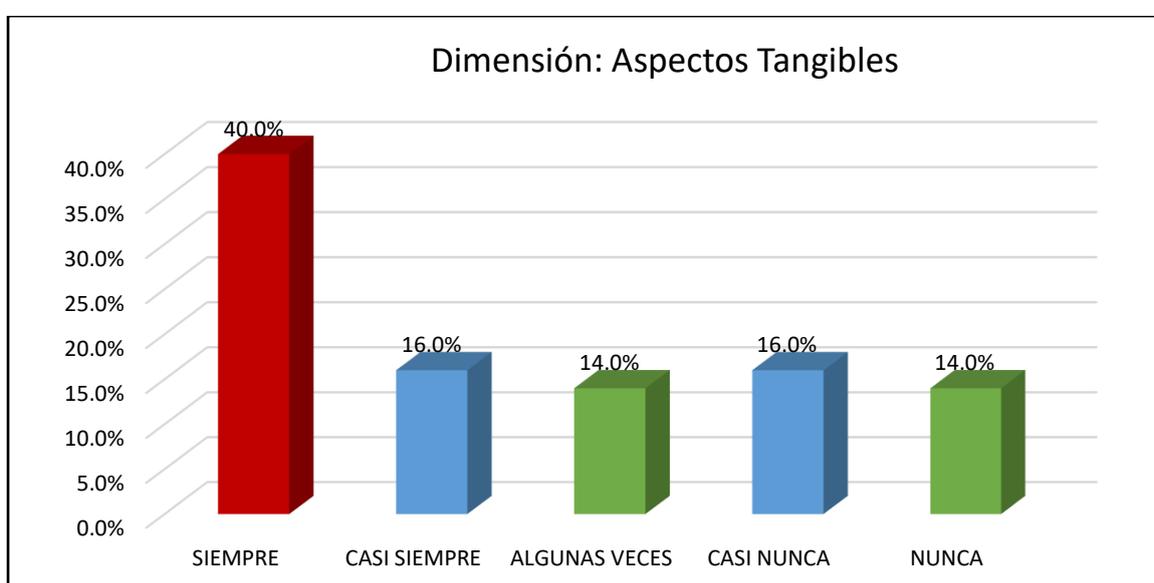
Fuente: Tabla N°09

**Interpretación:** De la tabla y figura 09, se observa que 54.00% de encuestados refiere que siempre se percibe empatía en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 10.00% casi siempre, 6.00% algunas veces, y 24.0% casi nunca y 6% nunca.

**Tabla 10**  
**Dimensión: Aspectos tangibles en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	20	40.00
	Casi siempre	8	16.00
	Algunas veces	7	14.00
	Casi nunca	8	16,00
	Nunca	7	14.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



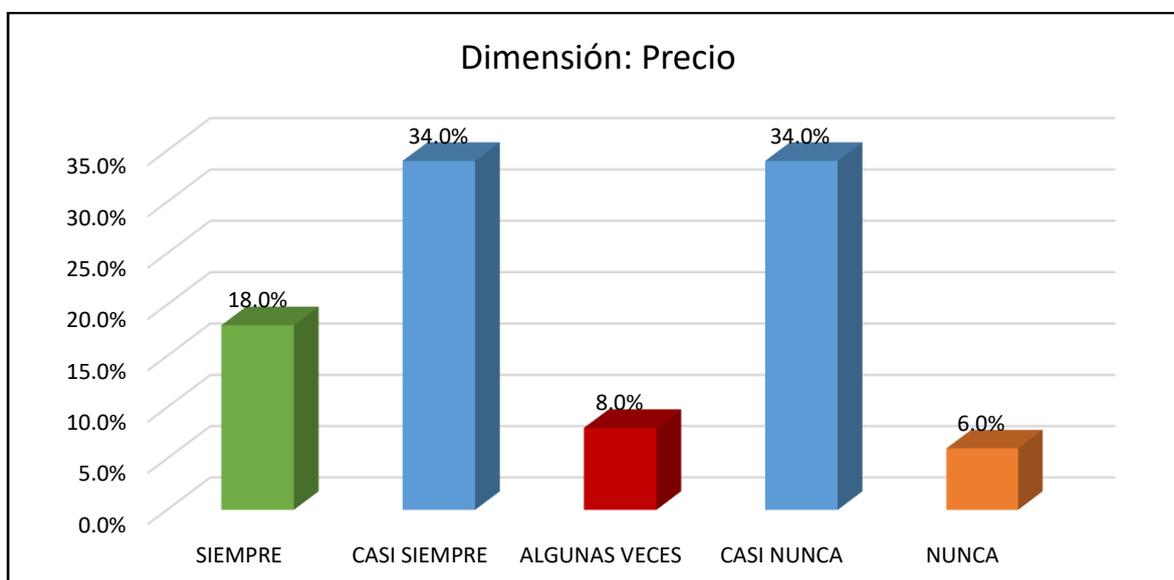
**Figura 10: Dimensión: Aspecto tangibles**  
Fuente: Tabla N°10

**Interpretación:** De la tabla y figura 10, se observa que 40.00% de encuestados refiere que siempre existe elementos tangibles en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 16.00% casi siempre, 14.00% algunas veces, y 16.0% casi nunca y 14% nunca.

**Tabla 11**  
**Dimensión: Precio en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C, en la**  
**Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	9	18.00
	Casi siempre	17	34.00
	Algunas veces	4	8.00
	Casi nunca	17	34.00
	Nunca	3	6.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



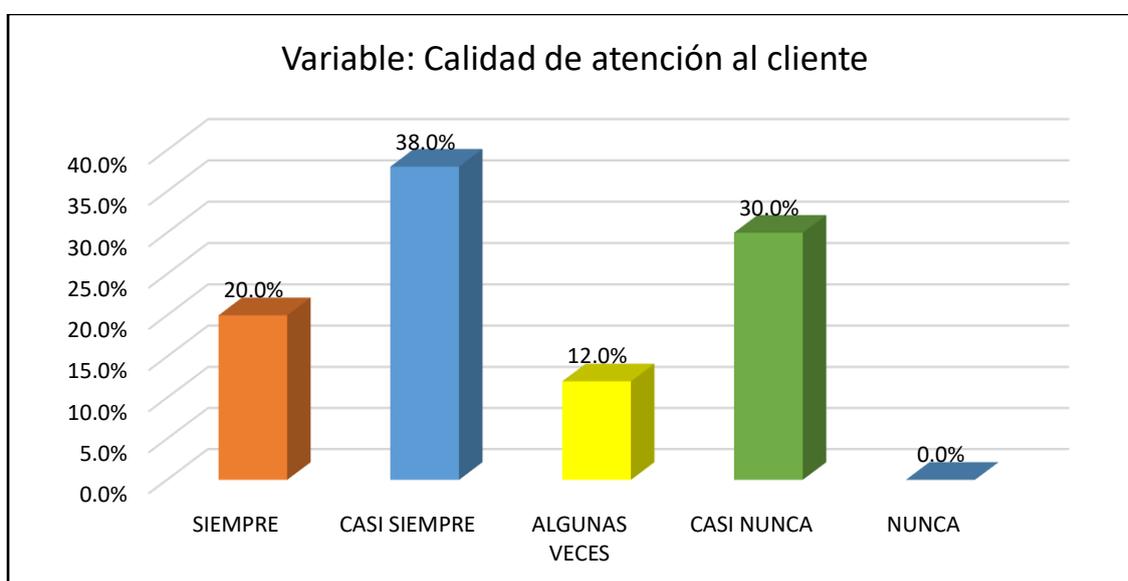
**Figura 11: Dimensión: Precio**  
Fuente: Tabla N°11

**Interpretación:** De la tabla y figura 11, se observa que 18.00% de encuestados refiere que siempre se considera el precio de los productos de acuerdo a la calidad de los mismos, en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 16.00% casi siempre, 14.00% algunas veces, y 16.0% casi nunca y 14% nunca.

**Tabla 12**  
**Variable: Calidad de atención al cliente en la Empresa Corporación**  
**FERREMAN S.A.C, en la Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	10	20.00
	Casi siempre	19	38.00
	Algunas veces	6	12.00
	Casi nunca	15	30.00
	Nunca	0	0.00
	TOTAL	50	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 12: Variable: Calidad de atención al cliente**  
Fuente: Tabla N°12

**Interpretación:** De la tabla y figura 12, se observa que 20.00% de encuestados refiere que siempre recibe una atención de calidad en la empresa Corporación FERREMAN, seguido de 38.00% casi siempre, 12.00% algunas veces, 30.0% casi nunca y 0.00% nunca.

#### 4.1.1. PRUEBA DE HIPOTESIS

##### HIPOTESIS GENERAL

H0: La gestión administrativa no se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Hi: La gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

**Tabla 13**  
**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente**

		Correlaciones		
			V1	V2
Rho de Spearman	Variable (V1): <b>Gestión Administrativa</b>	Coefficiente de correlación	1,000	,685**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Variable(V2): <b>Atención al cliente</b>	Coefficiente de correlación	,685**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 13, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,685$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,000 < 0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye la gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

## HIPOTESIS ESPECIFICA N° 01

H0: Los actos de planeación no se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Hi: Los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

**Tabla 14**  
**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente**

		Correlaciones		
			D1	V2
Rho de Spearman	Variable (D1): Actos de planear	Coeficiente de correlación	1,000	,684**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Variable(V2): Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,684**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 14, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,684$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,000 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

## HIPOTESIS ESPECIFICA N° 02

H0: Los actos de organización no se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Hi: Los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

**Tabla 15**  
**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente**

Correlaciones				
Rho de Spearman	Variable (D2): <b>Actos de organización</b>		D2	V2
		Coeficiente de correlación	1,000	,832**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
	N	50	50	
	Variable(V2): <b>Atención al cliente</b>	Coeficiente de correlación	,832**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
N		50	50	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 15, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,832$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,000 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

### HIPOTESIS ESPECIFICA N° 03

H0: Los actos de dirección no se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Hi: Los actos de dirección se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

**Tabla 16**  
**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de dirección se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente**

		Correlaciones		
			D3	V2
Rho de Spearman	Variable (D3): <b>Actos de dirección</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,850**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Variable(V2): <b>Atención al cliente</b>	Coeficiente de correlación	,850*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.**

**Interpretación:** De la tabla 16, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,850$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,000 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye los actos de dirección se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

#### HIPOTESIS ESPECIFICA N° 04

H0: Los actos de control no se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Hi: Los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

**Tabla 17**  
**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente**

Correlaciones				
			D4	V2
Rho de Spearman	Variable (D4): <b>Actos de control</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,424**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Variable(V2): <b>Atención al cliente</b>	Coeficiente de correlación	,424**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).				

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 17, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,424$ , correlación moderada positiva y  $p\text{valor} = 0,000 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

## 4.2. Discusión

De los resultados de esta investigación y partiendo de la pregunta de investigación ¿Cómo se relaciona la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?, se obtuvo que existe relación significativa entre ambas variables que genera discusión en el trabajo de investigación, esto es, existieron resultados favorables.

En efecto, de los resultados obtenidos de la tabla y figura 5 sobre la variable gestión administrativa, del 100%, el 30% de encuestados refieren que siempre se desarrolla gestión administrativa en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. seguido de 46% que consideran que casi siempre, 24% algunas veces, 00,00% casi nunca y nunca. Esto es, el 76% ha dado una opinión favorable (siempre y casi siempre) respecto a la gestión administrativa que se desarrolla en la empresa. Ello, porque si se advierte mecanismos de control respecto de los ingresos y egresos, si se toma conocimiento de las actividades que organiza la empresa, si existe una comunicación abierta y relación cordial entre el personal de la empresa, el personal que labora cuenta con los materiales necesarios para que efectúen adecuadamente sus labores, el personal efectúa un trabajo en equipo y si existe una política de calidad de atención al cliente, todo ello conlleva a que los clientes tengan una mejor percepción del personal y de la atención que se brinda en la empresa.

La hipótesis planteada se contrastó en la tabla 12, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,687$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.01$ , es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye que, la gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Esta relación alta positiva entre las variables en estudio, coinciden con los resultados plasmados en el estudio de Ocampos y Guerrero (2017) quienes, en su tema de investigación titulado “Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial Essalud- Tumbes, 2016”, concluye con un valor de correlación de Pearson de 0.559;  $p$  - valor de  $0.000 < 0.05$ ; es decir que existe una relación significativa directa entre gestión administrativa y calidad de servicio, las cuales son fundamentales para el desempeño de las empresas que brinden servicio. Así mismo la relación de dichas variables es de suma importancia para toda organización, la gestión administrativa, ayuda a optimizar procesos, reducir riesgos y tomar decisiones acertadas, en conjunto con la calidad de servicio ya que se enfocan en dar una buena atención y mantener la satisfacción, la fiabilidad, eficiencia de los colaboradores y clientes, de tal manera que las organizaciones deben trabajar en ello, llevando un procesos adecuado y debidamente planificado para esperar resultados exitosos donde los mismos clientes sean los que recomienden de acuerdo a sus experiencias y la empresa se siga expandiendo como tiene proyectado.

En cuanto al primer objetivo específico de la investigación, que es determinar la relación entre los actos de planeación y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C.; de los resultados obtenidos de la tabla y figura 1, sobre la dimensión planeación, se advierte que, el 52.00% de encuestados refiere que siempre se realiza la planeación en la empresa, seguido del 22.00% casi siempre, 20.00% algunas veces, 6% casi nunca y, 0.0% nunca. Esto es, 74% han dado opinión favorable, siempre y casi siempre se desarrollan actos de planeación en la empresa FERREMAN S.A.C. Ello porque, se percibe que el personal sabe cuales son sus funciones dentro de la empresa, un mecanismo de control respecto a los ingresos y egresos y si toman conocimiento de las actividades que se organizan para el personal y los clientes mismos.

La hipótesis planteada se contrasta en la tabla 13, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,684$  correlación alta positiva y  $p$  valor =  $0 < 0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis

nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye que, los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Esta relación alta positiva coincide con los resultados plasmados por Ocampo y Guerrero (2017) quienes en su tema de investigación titulado “Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial Essalud – Tumbes, 2016” concluye como resultado de su primera dimensión. Planificación con un  $R$  de Pearson de 0,578; con un  $p$ - valor de  $0.000 < 0.05$  es decir la planificación está ligada a la calidad de servicio en todos los aspectos ya que los directivos hacen planes estratégicos para incrementar la eficiencia en los colaboradores, los capacita y siempre están dispuestos a ayudarlos para el cumplimiento de sus objetivos. Para una empresa que brinda servicio, todos los planes se basan en llegar a metas, en generar ingresos y que estos sigan aumentando conforme se desarrolle, pero todo ello se logra brindando calidad de servicio para mantener tanto al cliente interno como externo satisfecho, conforme con sus labores y el rendimiento que pueda desempeñar sea siempre el adecuado.

Al respecto, Churasacari, Fuentes y Meléndez (2018), en su tema de investigación “Gestión administrativa y calidad del servicio al cliente en la empresa ALICHUS S.A.C. Villa El Salvador, 2016”, ha recomendado respecto de qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con la calidad de servicio a cliente en la empresa Alichus S.A.C, crear un plan de acción donde se establezca cuál es la visión y misión de la empresa para saber a donde se dirige y que es lo que quiere lograr, contar con una matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) para conocer la situación de la empresa y así generar estrategias que ayuden a organizar y así mantenerse en el mercado competitivo, y promover una cultura organizacional para que los empleados se sientan identificados, mantengan una buena comunicación y de esta manera lograr mayor compromiso de los colaboradores, aumento del rendimiento y mejorar el servicio brindado en la empresa.

En cuanto al segundo objetivo específico de la investigación, siendo determinar la relación entre los actos de organización y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de los resultados obtenidos de la tabla y figura 2, sobre la dimensión organización, el 80.00% de encuestados refiere que casi siempre se realiza la organización en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 20.00% algunas veces, y, 0.0% casi nunca y nunca. Esto es, el 80% han dado una opinión favorable respecto a la organización en la empresa. Ello porque perciben una comunicación abierta y relación cordial entre el personal que se encuentra en la empresa, el personal es contratado mediante convocatorias y hay cursos de capacitación dirigidas a ellos, existe un control en las actividades del personal y el personal cuenta con los materiales necesarios para que efectúen adecuadamente su trabajo.

La hipótesis planteada se contrasta en la tabla 14, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,832$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022

Esta relación alta coincide con los resultados plasmados por Ocampo y Guerrero (2017) quienes en su tema de investigación titulado “Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial Essalud – Tumbes, 2016” concluye como resultado de su tercera dimensión. 100 Organización con un  $R$  de Pearson de 0,521; con un  $p$ - valor de  $0.001 < 0.05$  es decir la organización es un proceso administrativo que enfatiza en que todo lo planeado se pueda dar de la manera que se espera, pues tiene influencia en los colaboradores ya que en ellos genera confianza, hace que se cumplan las políticas de trabajo adecuadamente, permite medir el rendimiento del trabajo en equipo al ser delegados en actividades que puedan desarrollar y así estos sean eficientes en sus labores, estén siempre

capacitados para brindar un buen servicio y que se sientan reconocidos por ello de esa manera se demuestra que si existe una relación positiva entre los términos dados.

En cuanto al tercer objetivo específico de la investigación, siendo determinar la relación entre los actos de dirección y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de los resultados obtenidos de la tabla y figura 3, sobre la dimensión dirección, el 14.00% de encuestados refiere que siempre se realiza la dirección en la Empresa Corporación FERREMAN, seguido de 68.00% casi siempre, 18.00% algunas veces, y, 0.0% casi nunca y nunca. Esto es, 82% han dado una opinión favorable, siempre y casi siempre. Ello, debido a que, perciben que personal recibe motivación, que el personal tiene capacidad y creatividad, y que el personal trabaja en equipo.

La hipótesis planteada se contrasta en la tabla 15, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,850$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye los actos de dirección se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Esta relación alta positiva coincide con los resultados plasmados por Ocampo y Guerrero (2017) quienes en su tema de investigación titulado "Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial Essalud – Tumbes, 2016" concluye como resultado de su segunda dimensión. Dirección con un  $R$  de Pearson de 0,510; con un  $p$ -valor de  $0.001 < 0.05$  es decir que la dirección influye en la gestión empresarial, la relación de dirección con calidad de servicio se basa en analizar los planes para generar más clientes y estrategias que brinden calidad de servicio, este grado de correlación permite afirmar que un líder es el que guía al equipo, de la manera más adecuada para desempeñarse en sus funciones diarias, aprovechar al máximo las capacitaciones que se les

brinde ya que está ligado al cumplimiento de metas, es decir, si un colaborador está satisfecho y tienen buen ambiente laboral, desempeñara adecuadamente sus funciones y apoyara en las estrategias para seguir mejorando como empresa.

En cuanto al cuarto objetivo específico de la investigación, siendo determinar la relación entre los actos de control y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de los resultados obtenidos de la tabla y figura 4, sobre la dimensión de control, el 24.00% de encuestados refiere que siempre se realiza el aspecto control en la empresa, seguido de 74.00% casi siempre, 2.00% algunas veces, y 0.0% casi nunca, y, nunca. Esto es, 98% han dado una opinión favorable, siempre y casi siempre. Ello toda vez que, se percibe que la empresa lleva un control de cumplimiento de las labores del personal, lleva un control de las ventas, existe una política de atención al cliente, y si hay acciones correctivas que constituyen una mejora continua en la atención.

La hipótesis planteada se contrasta en la tabla 16, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,424$  correlación moderada positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.

Esta relación alta coinciden con los resultados plasmados por Ocampo y Guerrero (2017) quienes en su tema de investigación titulado “Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial Essalud – Tumbes, 2016” concluye como resultado de su cuarta dimensión: control con un  $R$  de Pearson de 0,351; con un  $p$ - valor de  $0.029 < 0.05$  es decir que la dimensión control influye significativamente en la gestión administrativa y la calidad de servicio pues con esta dimensión evalúan el desempeño laboral, establecen horarios rotativos de acuerdo a la

disponibilidad de los trabajadores para que se sientan más cómodos, de tal manera que se lleva un orden para que estén satisfechos y muestren empatía con sus clientes. Un colaborador que se siente reconocido, cómodo y con un buen ambiente laboral bueno, desempeña sus labores de manera más adecuada, y se ve reflejado en el trato al público.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Se presentan las conclusiones de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteada en la investigación.

#### **PRIMERA CONCLUSIÓN**

Se concluye que la gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022; luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,687$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.01$ , es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, se observa que, el 30,00% de encuestados refieren que siempre se desarrolla gestión administrativa en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. seguido de 46,00% casi siempre, 24,00% algunas veces, 00,00% casi nunca y nunca. Esto es, 76% dan una opinión favorable de siempre y casi siempre.

#### **SEGUNDA CONCLUSIÓN**

Se concluye que, los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022; después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,684$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0 < 0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, se observa que, el 52.00% de encuestados refiere que siempre se realiza la planeación en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 22.00% casi siempre, 20.00% a veces, 6% casi nunca y, 0.0% nunca. Esto es, 74% dan una opinión favorable de siempre y casi siempre.

#### **TERCERA CONCLUSIÓN**

Se concluye que, los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C.

en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022; después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,832$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, se observa que, el 80.00% de encuestados refiere que casi siempre se realiza la organización en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 20.00% algunas veces, 20.00% a veces, y, 0.0% casi nunca y nunca. Esto es, 80% dan una opinión favorable de casi siempre.

#### **CUARTA CONCLUSIÓN**

Se concluye que, los actos de dirección se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,850$  correlación alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.1$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, se observa que, el 14.00% de encuestados refiere que siempre se realiza la dirección en la Empresa Corporación FERREMAN, seguido de 68.00% casi siempre, 18.00% algunas veces, y, 0.0% casi nunca y nunca. Esto es, 82% dan una opinión favorable de siempre y casi siempre.

#### **QUINTA CONCLUSIÓN**

Se concluye que, los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022; después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,424$  correlación moderada positiva y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, se observa que, el 24.00% de encuestados refiere que siempre se realiza el aspecto control en la Empresa Corporación FERREMAN S.A.C., seguido de 74.00% casi siempre, 2.00% algunas veces, y 0.0% casi nunca, y, nunca. Esto es, 98% dan una opinión favorable de siempre y casi siempre.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos y conclusiones generados paso a mencionar las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de acuerdo a los resultados obtenidos respecto a la relación entre gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa, llevar un registro ordenado del flujo de operaciones que se realizan al interior de la empresa, analizando sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, a efectos de tomar decisiones más acertadas y medidas correctivas de ser el caso; así como, llevar un cronograma de planificaciones y objetivos mensuales, que sea socializada con los trabajadores de manera anticipada, realizar charlas motivacionales y actividades de confraternidad entre los miembros de la empresa para que todos interactúen y se sientan comprometidos con los fines de la empresa y su mejora.
- Se recomienda a la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de acuerdo a sus resultados obtenidos respecto a la relación entre los actos de planeación y la calidad de atención al cliente en la empresa, hacer reuniones de forma semanal, informando el avance de sus metas propuestas, eventos y actividades, así los colaboradores sentirán mayor compromiso, y se sentirán más motivados, fortaleciendo lazos laborales, identificándose con la empresa y sintiéndose satisfechos con las labores que realizan.
- Se recomienda a la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de acuerdo a sus resultados obtenidos respecto a la relación de los actos de organización y calidad de atención a cliente en la empresa, ser más estrictos en cuanto al tema de uniformes y/o vestimenta adecuada, puntualidad y orden de salida de los productos del almacén; ya que desde ahí los clientes generan su opinión respecto de la empresa También se recomienda usar un lenguaje más inclusivo y coloquial entre todos los colaboradores de la empresa, para que puedan entender que objetivos se deben alcanzar.

- Se recomienda a la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de acuerdo a sus resultados obtenidos respecto a la relación entre los actos de dirección y calidad de atención al cliente en la empresa, hacer más capacitaciones realizadas por ellos mismos, que ayuden a mejorar el trabajo en equipo, la comunicación y confianza de tal manera que puedan expresarse de manera adecuada y se puedan desenvolver expresando sus ideas, así como, capacitaciones sobre atención de calidad, mejora continua en la atención, buen trato, charlas motivacionales, trabajo en equipo.
  
- Se recomienda a la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., de acuerdo a sus resultados obtenidos respecto a la relación entre actos de control y la calidad de atención al cliente en la empresa, hacer evaluaciones de desempeño al menos cada tres meses para poder ayudar a los colaboradores en sus metas propuestas y hacer que ellos mismos se evalúen, también se propone a la premiar el desempeño de sus colaboradores, para incentivar a todos a cumplir de manera exitosa su meta diaria, propiciar la buena atención al cliente y mejora continua.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, Cristóbal y Flores. (2020). Gestión Administrativa y su relación con la calidad de servicio al usuario del Hospital Regional de Pucallpa, 2018. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4587>.
- Alvarado. (2018). Propuesta del diseño de un modelo de gestión administrativa basado en el enfoque de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), para mejorar la calidad en el servicio al cliente de la mediana empresa Computadora y Matthieu Sociedad Anónima (Compumatt S.A) de la ciudad de León, durante el periodo comprendido de agosto 2017 a febrero del año 2018. (Monografía de Pregrado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. León - Nicaragua. Recuperada de base de datos <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/7193?mode=full>
- Boletín de Malariología y Salud Ambiental, Vol. LIX, núm. 1 (julio-diciembre, 2019). Gestión administrativa y satisfacción de pacientes en una oficina médica de primer nivel, Ecuador, pp.10-14.
- Chávez y Hernani (2018). El clima organización y la gestión administrativa en la oficina de tesorería de la sede central del Ministerio de Educación, periodo de mayo a julio del 2018. (Tesis de Posgrado). Universidad Privada Norbert Wiener. Lima – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2403>
- Chumioque. (2018). Gestión Administrativa y calidad de servicio que brinda la empresa de transporte Emprecosur S.A. Pachacamac. (Tesis de Pregrado). Universidad Autónoma del Perú. Lima – Perú. Recuperada de base de datos <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1225?show=full>
- Churasacari, Fuentes y Meléndez (2018) Gestión administrativa y calidad del servicio al cliente en la empresa Alichus S.A.C., Villa El Salvador 2016. (Trabajo de Pregrado). Universidad Peruana de las Américas. Lima – Perú. Recuperada de base de datos <https://1library.co/document/zx5vxmng-gestion-administrativa-calidad-servicio-cliente-empresa-alichus-salvador.html>

Colorado y Tenorio. (2021). Gestión Administrativa y Calidad de Servicio en el Restaurant La Cochera de Monkey – Cajamarca, 2020. (Tesis de Pregrado). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/2204/TESIS.si%20-%20copia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

De la Sota. (2019). Gestión Administrativa y calidad de servicio al cliente en la empresa SEDACHIMBOTE S.A. 2019. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo. Chimbote – Perú. Recuperada de base de datos <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40855>.

Espinoza. (2019). La gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en el Hotel El Molino, periodo 2018. (Trabajo de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. Ecuador. Recuperada de base de datos <https://1library.co/document/q5m392ry-gestion-administrativa-calidad-servicio-cliente-hotel-molino-periodo.html>.

Fabián y Gama. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Top Sport de Ucayali, año 2019. (Tesis de Pregrado). Universidad Peruana Unión. Lima – Perú. Recuperada de base de datos <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/3086>.

Guzmán, Jiménez y Lara. (2018). Diseño de un sistema de gestión de calidad para los restaurantes de la zona del Puerto de la Libertad. (Tesis de pregrado). Universidad El Salvador. El Salvador. Recuperada de base de datos [http://ri.ues.edu.sv/1930/1/Dise%C3%B1o\\_de\\_un\\_sistema\\_de\\_gestion\\_de\\_calidad\\_para\\_los\\_restaurantes\\_de\\_la\\_zona\\_del\\_puerto\\_de\\_La\\_Libertad.pdf](http://ri.ues.edu.sv/1930/1/Dise%C3%B1o_de_un_sistema_de_gestion_de_calidad_para_los_restaurantes_de_la_zona_del_puerto_de_La_Libertad.pdf).

<https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>  
<https://es.slideshare.net/jcfdezmxvtas/calidad-en-la-atencion-al-cliente>

<https://www.pymerang.com/marketing-y-redes/612-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente#:~:text=La%20calidad%20para%20el%20cliente,sobre%20dicho%20producto%20o%20servicio.>

- Instituto Tecnológico de Sonora, Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente, Un Pilar en la Gestión Empresarial, Revista El Buzón de Pacioli, Año XII, N° 82, Julio-Setiembre 2013, 36.
- León. (2017). Estrategias de la calidad y su impacto en la gestión administrativa en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Otuzco – IESTP-O-2015. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo-Perú. Recuperada de base de datos <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/9193>.
- Mego. (2021). Gestión Administrativa y rendición de cuentas de las subvenciones de tesis de grados en la Universidad Nacional de Ucayali, 2018. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4912?show=full>.
- Ocampos y Valencia. (2017). Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en la red asistencial EsSalud - Tumbes, 2016. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Tumbes. Tumbes – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/88>.
- Ortega. (2022). La gestión administrativa y transferencia de obras en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, 2021. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5276>.
- Oyola. (2018). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali, Pucallpa, 2018. (Tesis de Pregrado). Universidad Privada de Pucallpa. Ucayali – Perú. Recuperada de base de datos <https://1library.co/document/zggn5x6z-calidad-servicio-satisfaccion-direccion-regional-comercio-exterior-pucallpa.html>.
- Palomino. (2020). Gestión Administrativa y su relación con las habilidades blandas en docentes de la IE N° 168 APJ, Ugel 05, 2019. (Tesis de posgrado). Universidad César Vallejo. Lima – Perú. Recuperada de base de datos <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40629>.
- Pando. (2019). La influencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio al usuario externo en el hospital de EsSalud, Cajamarca 2019. (Título de

Pregrado). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1043#:~:text=Esto%20supone%20que%20si%20mejora,Hospital%20de%20EsSalud%2C%20Cajamarca%202019.>

Quiñones. (2021). Gestión Administrativa y su relación con la calidad de servicio al usuario en la oficina de abastecimiento y servicios auxiliares del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Lima – 2020. (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Las Américas. Lima – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1235>.

Quiroz y Vega. (2020). Gestión Administrativa y Desempeño Docente en la Institución Educativa Pública I.E. N° 80826, Huaranchal – Otuzco de la Libertad, 2019. (Tesis de Posgrado). Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI. Trujillo – Perú. Recuperada de base de datos <https://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/736>.

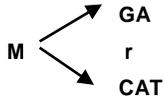
Rocha. (2020). Calidad de Servicio y Satisfacción de los Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración, Universidad Nacional de Ucayali, 2018. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4203>.

Saavedra. (2019). La gestión administrativa institucional y la calidad del servicio de la oficina de administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal, 2018. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional Federico Villareal. Lima – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/773>.

Vásquez. (2021). Gestión Administrativa y la Calidad de Servicio al Usuario en la Red Asistencial ESSALUD-Ucayali, Pucallpa 2018. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú. Recuperada de base de datos <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5003>.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cómo se relaciona la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿De qué manera se relacionan los actos de planeación y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?</p> <p>¿De qué manera se relacionan los actos de organización y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p>Determinar la relación entre los actos de planeación y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.</p> <p>Determinar la relación entre los actos de organización y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>La gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022, fue alta.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <p>Los actos de planeación se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022, fue alta.</p> <p>Los actos de organización se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN</p>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Gestión Administrativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planeación</li> <li>Organización</li> <li>Dirección</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Misión y visión</li> <li>Objetivos</li> <li>Conocimiento de funciones</li> <li>Eficiencia en el uso de recursos</li> <li>Participación del personal</li> <li>Estructura organizativa</li> <li>Comunicación organizativa</li> <li>Competencia de recurso humano</li> <li>Comportamiento organizacional</li> <li>Clima laboral</li> <li>Distribución de recursos</li> <li>Nivel de motivación</li> <li>Liderazgo de la administración</li> <li>Comunicación saludable</li> <li>Participación activa</li> <li>Establecimiento de funciones</li> </ul>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Diseño no experimental, transeccional</p> <p><b>Nivel de Instigación</b> Correlacional, cuyo diagrama es el siguiente:</p>  <pre> graph TD     M --&gt; GA     M --&gt; CAT     GA --- r --- CAT     </pre> <p>Dónde:</p> <p>M= Representa a los clientes potenciales de la empresa Corporación FERREMAN S.A.C.</p> <p>GA= Gestión Administrativa.</p> <p>CAT= Calidad de atención al cliente.</p> <p>r= Relación</p> <p><b>Población:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>50 clientes actuales de la empresa Corporación. FERREMÁN S.A.C.</li> </ul> <p><b>Muestra:</b></p> <p>La muestra serán los 50 clientes actuales de la empresa. El muestreo es por conveniencia, porque el estudio se aplicará a todos los</p>

<p>de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?</p> <p>¿De qué manera se relacionan los actos de dirección y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?</p> <p>¿De qué manera se relacionan los actos de control y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022?</p>	<p>distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.</p> <p>Determinar la relación entre los actos de dirección y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.</p> <p>Determinar la relación entre los actos de control y la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022.</p>	<p>S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022, fue alta.</p> <p>Los actos de dirección se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022, fue alta.</p> <p>Los actos de control se relacionan significativamente con la calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, Ucayali, 2022, fue alta.</p>	<p><b>Variable 2:</b></p> <p>Calidad de Atención al cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control</li> <li>• Confiabilidad o fiabilidad</li> <li>• Sensibilidad o capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desempeño personal</li> <li>- Desempeño de la organización</li> <li>- Control de calidad</li> <li>- Acciones correctivas</li> <li>- Efectividad en la resolución de problemas</li> <li>- Información oportuna</li> <li>- Confianza en los pagos electrónicos</li> <li>- Información apropiada y conveniente</li> <li>- Efectividad en la atención al cliente</li> <li>- Disposición de atender al cliente</li> <li>- Disposición de atender al cliente</li> <li>- Capacidad de resolución de conflictos</li> <li>- Confianza y seguridad</li> <li>- Señalización de zonas de seguridad</li> </ul>	<p>clientes actuales frecuentes de la empresa por tratarse de una población pequeña.</p> <p><b>Técnica de recolección de datos:</b>  <b>Técnica:</b> Encuesta.  <b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Técnica de procesamiento de datos:</b>  Se hará uso del análisis descriptivo e inferencial, para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel y el software SPSS V.22, para contrastar la hipótesis general y específica se utilizará el Coeficiente de correlación de Spearman.</p>
---	--	---	---	---	--	---

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía</li> <li>• Aspectos tangibles</li> <li>• Precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación de protocolos de salubridad</li> <li>- Ambientes limpios y desinfectados</li> <li>- Atención personalizada</li> <li>- Comprensión por parte de los empleados</li> <li>- Interés a los dilemas y necesidades de clientes</li> <li>- Expresa amabilidad, respeto y paciencia</li> <li>- Comunicación apropiada</li> <li>- Equipos modernos</li> <li>- Espacios y áreas adecuados</li> <li>- Infraestructura e instalaciones</li> <li>- Presentación del personal</li> <li>- Adecuados horarios de atención</li> <li>- Calidad de productos</li> <li>- Acceso al mercado</li> </ul>	
--	--	--	--	---	--	--

## Anexo 2: Instrumentos de Aplicación



### Facultad de Ciencias Contables y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Negocios

El presente cuestionario será aplicado a los clientes potenciales de la empresa FERREMAN S.A.C. del distrito de Callería, 2022. El cuestionario tiene por finalidad recoger información sobre las variables de estudio: gestión administrativa y calidad de atención al cliente.

El cuestionario en mención será utilizado en el trabajo de investigación denominado: “Gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C. en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región de Ucayali, 2022”. El cual servirá para la obtención de nuestro título de licenciado en Administración de empresas.

La información que usted nos proporcionará será anónima y será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

#### Instrucciones:

A continuación, encontrará una serie de enunciados los cuales debe leer y marcar con una “X”, la casilla que mejor represente su respuesta.

#### Escala valorativa:

- Nunca = 1
- Casi nunca = 2
- Algunas veces = 3
- Casi siempre = 4
- Siempre = 5

Ítem	Variable 1: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Planeación</b>						
1.	¿Se exhibe la visión y misión de la empresa en sus instalaciones?					
2.	¿Considera que la actitud del personal contribuye al cumplimiento de los objetivos de la empresa?					
3.	¿Considera que el personal sabe cuáles son sus funciones dentro de la empresa?					
4.	¿Ha podido advertir que la empresa tiene un mecanismo de control respecto a los ingresos y egresos?					
5.	¿Ha tomado conocimiento de las actividades que organiza la empresa para el personal y los clientes?					
<b>Dimensión 2: Organización</b>						
6.	¿Se exhibe la estructura organizativa de la empresa en sus instalaciones?					
7.	¿Considera que existe una comunicación abierta y relación cordial entre el personal que se encuentra en la empresa?					
8.	¿Ha tomado conocimiento de alguna convocatoria de personal realizado por la empresa?					
9.	¿Sabe si existen cursos de capacitación dirigidos al personal y a los clientes de la empresa?					
10.	¿Ha podido advertir si existe un control en las actividades del personal?					
11.	¿Crees que el personal que labora cuenta con los materiales necesarios para que efectúen adecuadamente tu trabajo?					
<b>Dimensión 3: Dirección</b>						
12.	¿Ha presenciado alguna vez, algún acto de motivación hacia el personal durante su atención?					
13.	¿Considera que el personal tiene capacidad de iniciativa y creatividad?					
14.	¿Considera que la empresa debe difundir sus logros?					
15.	¿Considera que el personal efectúa un trabajo en equipo?					
16.	¿Considera que el personal que le atiende tiene las capacidades necesarias para el puesto que ocupan?					
<b>Dimensión 4: Control</b>						
17.	¿Ha podido advertir que se lleva un control al cumplimiento de las labores del personal?					
18.	¿Ha podido advertir que la empresa lleva un control de sus ventas?					
19.	¿Considera que existe política de calidad en la atención al cliente dentro de la empresa?					
20.	¿Considera que existe una política de acciones correctivas dentro de la empresa, que constituya una mejora continua en la atención?					

ítem	Variable 2: CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Confiabilidad o Fiabilidad</b>						
1.	¿El personal resuelve sus dudas y/o problemas de manera efectiva?					
2.	¿La información que le brinda la empresa es oportuna?					
3.	¿Los pagos electrónicos se realizan de manera confiada?					
<b>Dimensión 2: Sensibilidad o Capacidad de respuesta</b>						
4.	¿Los empleados de la empresa le brindan información apropiada y conveniente?					
5.	¿Considera que el personal da una efectiva atención al cliente?					
6.	¿Los empleados de la empresa se muestran predispuestos a brindarle atención?					
7.	¿Los empleados de la empresa tienen la capacidad de resolver los problemas y/o dudas que presenta?					
<b>Dimensión 3: Seguridad</b>						
8.	¿Los empleados transmiten confianza y seguridad al momento de la atención?					
9.	¿La empresa tiene señalización de la zona de seguridad?					
10.	¿La empresa viene aplicando los protocolos de salubridad?					
11.	¿La empresa mantiene sus ambientes limpios y desinfectados?					
<b>Dimensión 4: Empatía</b>						
12.	¿Los empleados le brinda atención personalizada?					
13.	¿Los empleados muestran comprensión al momento de atenderlos?					
14.	¿Los empleados de la empresa muestran interés en sus dilemas y necesidades?					
15.	¿Los empleados expresan amabilidad, respeto y paciencia?					
16.	¿Los empleados mantienen una comunicación adecuada?					
<b>Dimensión 5: Aspectos tangibles</b>						
17.	¿La empresa cuenta con máquinas y equipos modernos?					
18.	¿La empresa tiene espacios y áreas adecuadas?					

19.	¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas y aptas para el giro del negocio?					
20.	¿El personal que labora en la empresa se percibe con apariencia presentable y limpia?					
21.	¿La empresa cuenta con un horario de atención adecuado?					
<b>Dimensión 6: Precio</b>						
22.	¿Considera que el precio de los productos va de acuerdo a la calidad de los mismos?					
23.	¿Considera que el precio de los productos se ajusta a los ofrecidos por el mercado?					

### Anexo 3. Matriz de Validación

#### MATRIZ DE VALIDACIÓN

Título: Gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región de Ucayali, 2022.

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	N°	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
					Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
										Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Gestión administrativa	Planeación	Misión y visión	¿Se exhibe la visión y misión de la empresa en sus instalaciones?	1.						✓		✓		✓		✓		
		Objetivos	¿Considera que la actitud del personal contribuye al cumplimiento de los objetivos de la empresa?	2.						✓		✓		✓		✓		
		Conocimiento de funciones	¿Considera que el personal sabe cuáles son sus funciones dentro de la empresa?	3.						✓		✓		✓		✓		
		Eficiencia en el uso de recursos	¿Ha podido advertir que la empresa tiene un mecanismo de control respecto a los ingresos y egresos?	4.						✓		✓		✓		✓		
		Participación del personal	¿Ha tomado conocimiento de las actividades que organiza la empresa para el personal y los clientes?	5.						✓		✓		✓		✓		
	Organización	Estructura organizativa	¿Se exhibe la estructura organizativa de la empresa en sus instalaciones?	6.						✓		✓		✓		✓		
		Comunicación organizativa	¿Considera que existe una comunicación abierta y relación cordial entre el personal que se encuentra en la empresa?	7.						✓		✓		✓		✓		
		Competencia de recurso humano	¿Ha tomado conocimiento de alguna convocatoria de personal realizado por la empresa?	8.						✓		✓		✓		✓		
		Comportamiento organizacional	¿Sabe si existen cursos de capacitación dirigidos al personal y a los clientes de la empresa?	9.						✓		✓		✓		✓		
		Clima laboral	¿Ha podido advertir si existe un control en las actividades del personal?	10.						✓		✓		✓		✓		
		Distribución de recursos	¿Crees que el personal que labora cuenta con los materiales necesarios para que efectúen adecuadamente tu trabajo?	11.						✓		✓		✓		✓		
	Dirección	Nivel de motivación	¿Ha presenciado alguna vez, algún acto de motivación hacia el personal durante su atención?	12.						✓		✓		✓		✓		

	Liderazgo de la administración	¿Considera que el personal tiene capacidad de iniciativa y creatividad?	13.					✓	✓	✓	✓			
		Comunicación saludable	¿Considera que la empresa debe difundir sus logros?	14.					✓	✓	✓	✓		
		Participación activa	¿Considera que el personal efectúa un trabajo en equipo?	15.					✓	✓	✓	✓		
		Establecimiento de funciones	¿Considera que el personal que le atiende tiene las capacidades necesarias para el puesto que ocupan?	16.					✓	✓	✓	✓		
	Control	Desempeño del personal	¿Ha podido advertir que se lleva un control al cumplimiento de las labores del personal?	17.					✓	✓	✓	✓		
		Desempeño de la organización	¿Ha podido advertir que la empresa lleva un control de sus ventas?	18.					✓	✓	✓	✓		
		Control de calidad	¿Considera que existe política de calidad en la atención al cliente dentro de la empresa?	19.					✓	✓	✓	✓		
		Acciones correctivas	¿Considera que existe una política de acciones correctivas dentro de la empresa, que constituya una mejora continua en la atención?	20.					✓	✓	✓	✓		
Calidad de atención al cliente	Confiabilidad o Fiabilidad	Efectividad en la resolución de problemas	¿El personal resuelve sus dudas y/o problemas de manera efectiva?	1.				✓	✓	✓	✓			
		Información oportuna	¿La información que le brinda la empresa es oportuna?	2.				✓	✓	✓	✓			
		Confianza en los pagos electrónicos	¿Los pagos electrónicos se realizan de manera confiada?	3.				✓	✓	✓	✓			
	Sensibilidad o Capacidad de respuesta	Información apropiada y conveniente	¿Los empleados de la empresa le brindan información apropiada y conveniente?	4.					✓	✓	✓	✓		
		Efectividad en atención al cliente	¿Considera que el personal da una efectiva atención al cliente?	5.					✓	✓	✓	✓		
		Disposición de atender al cliente	¿Los empleados de la empresa se muestran dispuestos a brindarle atención?	6.					✓	✓	✓	✓		
		Capacidad de resolución de conflictos.	¿Los empleados de la empresa tienen la capacidad de resolver los problemas y/o dudas que presenta?	7.					✓	✓	✓	✓		
	Seguridad	Confianza y seguridad	¿Los empleados transmiten confianza y seguridad al momento de la atención?	8.					✓	✓	✓	✓		
		Señalización zonas de seguridad	¿La empresa tiene señalización de la zona de seguridad?	9.					✓	✓	✓	✓		
		Aplicación protocolos de salubridad	¿La empresa viene aplicando los protocolos de salubridad?	10.					✓	✓	✓	✓		
		Ambientes limpios y desinfectados	¿La empresa mantiene sus ambientes limpios y desinfectados?	11.					✓	✓	✓	✓		
	Empatía	Atención personalizada	¿Los empleados le brinda atención personalizada?	12.					✓	✓	✓	✓		

	Comprensión por parte de los empleados	¿Los empleados muestran comprensión al momento de atenderlos?	13.						✓	✓	✓	✓		
	Interés a los dilemas y necesidades de clientes	¿Los empleados de la empresa muestran interés en sus dilemas y necesidades?	14.						✓	✓	✓	✓		
	Expresa amabilidad, respeto y paciencia	¿Los empleados expresan amabilidad, respeto y paciencia?	15.						✓	✓	✓	✓		
	Comunicación apropiada	¿Los empleados mantienen una comunicación adecuada?	16.						✓	✓	✓	✓		
Aspectos tangibles	Equipos modernos	¿La empresa cuenta con máquinas y equipos modernos?	17.						✓	✓	✓	✓		
	Espacios y áreas adecuados	¿La empresa tiene espacios y áreas adecuadas?	18.						✓	✓	✓	✓		
	Infraestructura e instalaciones	¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas y aptas para el giro del negocio?	19.						✓	✓	✓	✓		
	Presentación del personal	¿El personal que labora en la empresa se percibe con apanencia presentable y limpia?	20.						✓	✓	✓	✓		
	Adecuados horarios de atención	¿La empresa cuenta con un horario de atención adecuado?	21.						✓	✓	✓	✓		
Precio	Calidad de productos	¿Considera que el precio de los productos va de acuerdo a la calidad de los mismos?	22.						✓	✓	✓	✓		
	Acceso al mercado	¿Considera que el precio de los productos se ajusta a los ofrecidos por el mercado?	23.						✓	✓	✓	✓		

Pucallpa, 31 de agosto de 2022.



Firma

Nombres y Apellidos:

DNI: 4479562

Adrian Marcelo Siquem Rosales

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Título: Gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región de Ucayali, 2022.

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	N°	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
					Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
										Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Gestión administrativa	Planeación	Misión y visión	¿Se exhibe la visión y misión de la empresa en sus instalaciones?	1.						✓		✓		✓		✓		
		Objetivos	¿Considera que la actitud del personal contribuye al cumplimiento de los objetivos de la empresa?	2.						✓		✓		✓		✓		
		Conocimiento de funciones	¿Considera que el personal sabe cuáles son sus funciones dentro de la empresa?	3.						✓		✓		✓		✓		
		Eficiencia en el uso de recursos	¿Ha podido advertir que la empresa tiene un mecanismo de control respecto a los ingresos y egresos?	4.						✓		✓		✓		✓		
		Participación del personal	¿Ha tomado conocimiento de las actividades que organiza la empresa para el personal y los clientes?	5.						✓		✓		✓		✓		
	Organización	Estructura organizativa	¿Se exhibe la estructura organizativa de la empresa en sus instalaciones?	6.						✓		✓		✓		✓		
		Comunicación organizativa	¿Considera que existe una comunicación abierta y relación cordial entre el personal que se encuentra en la empresa?	7.						✓		✓		✓		✓		
		Competencia de recurso humano	¿Ha tomado conocimiento de alguna convocatoria de personal realizado por la empresa?	8.						✓		✓		✓		✓		
		Comportamiento organizacional	¿Sabe si existen cursos de capacitación dirigidos al personal y a los clientes de la empresa?	9.						✓		✓		✓		✓		
		Clima laboral	¿Ha podido advertir si existe un control en las actividades del personal?	10.						✓		✓		✓		✓		
		Distribución de recursos	¿Crees que el personal que labora cuenta con los materiales necesarios para que efectúen adecuadamente tu trabajo?	11.						✓		✓		✓		✓		
	Dirección	Nivel de motivación	¿Ha presenciado alguna vez, algún acto de motivación hacia el personal durante su atención?	12.						✓		✓		✓		✓		

		Liderazgo de la administración	¿Considera que el personal tiene capacidad de iniciativa y creatividad?	13.					✓	✓	✓	✓		
		Comunicación saludable	¿Considera que la empresa debe difundir sus logros?	14.					✓	✓	✓	✓		
		Participación activa	¿Considera que el personal efectúa un trabajo en equipo?	15.					✓	✓	✓	✓		
		Establecimiento de funciones	¿Considera que el personal que le atiende tiene las capacidades necesarias para el puesto que ocupan?	16.					✓	✓	✓	✓		
	Control	Desempeño del personal	¿Ha podido advertir que se lleva un control al cumplimiento de las labores del personal?	17.					✓	✓	✓	✓		
		Desempeño de la organización	¿Ha podido advertir que la empresa lleva un control de sus ventas?	18.					✓	✓	✓	✓		
		Control de calidad	¿Considera que existe política de calidad en la atención al cliente dentro de la empresa?	19.					✓	✓	✓	✓		
		Acciones correctivas	¿Considera que existe una política de acciones correctivas dentro de la empresa, que constituya una mejora continua en la atención?	20.					✓	✓	✓	✓		
	Calidad de atención al cliente	Confiabilidad o Fiabilidad	Efectividad en la resolución de problemas	¿El personal resuelve sus dudas y/o problemas de manera efectiva?	1.				✓	✓	✓	✓		
			Información oportuna	¿La información que le brinda la empresa es oportuna?	2.				✓	✓	✓	✓		
			Confianza en los pagos electrónicos	¿Los pagos electrónicos se realizan de manera confiada?	3.				✓	✓	✓	✓		
		Sensibilidad o Capacidad de respuesta	Información apropiada y conveniente	¿Los empleados de la empresa le brindan información apropiada y conveniente?	4.					✓	✓	✓	✓	
Efectividad en atención al cliente			¿Considera que el personal da una efectiva atención al cliente?	5.					✓	✓	✓	✓		
Disposición de atender al cliente			¿Los empleados de la empresa se muestran predispuestos a brindarle atención?	6.					✓	✓	✓	✓		
Capacidad de resolución de conflictos.			¿Los empleados de la empresa tienen la capacidad de resolver los problemas y/o dudas que presenta?	7.					✓	✓	✓	✓		
Seguridad		Confianza y seguridad	¿Los empleados transmiten confianza y seguridad al momento de la atención?	8.					✓	✓	✓	✓		
		Señalización zonas de seguridad	¿La empresa tiene señalización de la zona de seguridad?	9.					✓	✓	✓	✓		
		Aplicación protocolos en salubridad	¿La empresa viene aplicando los protocolos de salubridad?	10.					✓	✓	✓	✓		
		Ambientes limpios y desinfectados	¿La empresa mantiene sus ambientes limpios y desinfectados?	11.					✓	✓	✓	✓		
Empatía		Atención personalizada	¿Los empleados le brinda atención personalizada?	12.					✓	✓	✓	✓		

		Comprensión por parte de los empleados	¿Los empleados muestran comprensión al momento de atenderlos?	13.					✓	✓	✓	✓		
		Interés a los dilemas y necesidades de clientes	¿Los empleados de la empresa muestran interés en sus dilemas y necesidades?	14.					✓	✓	✓	✓		
		Expresa amabilidad, respeto y paciencia	¿Los empleados expresan amabilidad, respeto y paciencia?	15.					✓	✓	✓	✓		
		Comunicación apropiada	¿Los empleados mantienen una comunicación adecuada?	16.					✓	✓	✓	✓		
Aspectos tangibles		Equipos modernos	¿La empresa cuenta con máquinas y equipos modernos?	17.					✓	✓	✓	✓		
		Espacios y áreas adecuados	¿La empresa tiene espacios y áreas adecuadas?	18.					✓	✓	✓	✓		
		Infraestructura e instalaciones	¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas y aptas para el giro del negocio?	19.					✓	✓	✓	✓		
		Presentación del personal	¿El personal que labora en la empresa se percibe con apariencia presentable y limpia?	20.					✓	✓	✓	✓		
		Adecuados horarios de atención	¿La empresa cuenta con un horario de atención adecuado?	21.					✓	✓	✓	✓		
Precio		Calidad de productos	¿Considera que el precio de los productos va de acuerdo a la calidad de los mismos?	22.					✓	✓	✓	✓		
		Acceso al mercado	¿Considera que el precio de los productos se ajusta a los ofrecidos por el mercado?	23.					✓	✓	✓	✓		

Pucallpa, 18 de Agosto de 2022

  
Firma

Nombres y Apellidos:

Dr. Percy Orlando Rojas Medina

DNI: 21548418

MATRIZ DE VALIDACIÓN

Título: Gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa Corporación FERREMAN S.A.C., en el distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, región de Ucayali, 2022.

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	N°	Opción de respuesta					Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación	
					Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			
										Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
Gestión administrativa	Planeación	Misión y visión	¿Se exhibe la visión y misión de la empresa en sus instalaciones?	1.						✓		✓		✓		✓			
		Objetivos	¿Considera que la actitud del personal contribuye al cumplimiento de los objetivos de la empresa?	2.						✓		✓		✓		✓			
		Conocimiento de funciones	¿Considera que el personal sabe cuáles son sus funciones dentro de la empresa?	3.						✓		✓		✓		✓			
		Eficiencia en el uso de recursos	¿Ha podido advertir que la empresa tiene un mecanismo de control respecto a los ingresos y egresos?	4.						✓		✓		✓		✓			
		Participación del personal	¿Ha tomado conocimiento de las actividades que organiza la empresa para el personal y los clientes?	5.						✓		✓		✓		✓			
	Organización	Estructura organizativa	¿Se exhibe la estructura organizativa de la empresa en sus instalaciones?	6.						✓		✓		✓		✓			
		Comunicación organizativa	¿Considera que existe una comunicación abierta y relación cordial entre el personal que se encuentra en la empresa?	7.						✓		✓		✓		✓			
		Competencia de recurso humano	¿Ha tomado conocimiento de alguna convocatoria de personal realizado por la empresa?	8.						✓		✓		✓		✓			
		Comportamiento organizacional	¿Sabe si existen cursos de capacitación dirigidos al personal y a los clientes de la empresa?	9.						✓		✓		✓		✓			
		Clima laboral	¿Ha podido advertir si existe un control en las actividades del personal?	10.						✓		✓		✓		✓			
		Distribución de recursos	¿Crees que el personal que labora cuenta con los materiales necesarios para que efectúen adecuadamente tu trabajo?	11.						✓		✓		✓		✓			
	Dirección	Nivel de motivación	¿Ha presenciado alguna vez, algún acto de motivación hacia el personal durante su atención?	12.						✓		✓		✓		✓			

		Liderazgo de la administración	¿Considera que el personal tiene capacidad de iniciativa y creatividad?	13.						✓	✓	✓	✓			
		Comunicación saludable	¿Considera que la empresa debe difundir sus logros?	14.							✓	✓	✓	✓		
		Participación activa	¿Considera que el personal efectúa un trabajo en equipo?	15.							✓	✓	✓	✓		
		Establecimiento de funciones	¿Considera que el personal que le atiende tiene las capacidades necesarias para el puesto que ocupan?	16.							✓	✓	✓	✓		
	Control	Desempeño del personal	¿Ha podido advertir que se lleva un control al cumplimiento de las labores del personal?	17.							✓	✓	✓	✓		
		Desempeño de la organización	¿Ha podido advertir que la empresa lleva un control de sus ventas?	18.							✓	✓	✓	✓		
		Control de calidad	¿Considera que existe política de calidad en la atención al cliente dentro de la empresa?	19.							✓	✓	✓	✓		
		Acciones correctivas	¿Considera que existe una política de acciones correctivas dentro de la empresa, que constituya una mejora continua en la atención?	20.							✓	✓	✓	✓		
Calidad de atención al cliente	Confiabilidad o Fiabilidad	Efectividad en la resolución de problemas	¿El personal resuelve sus dudas y/o problemas de manera efectiva?	1.						✓	✓	✓	✓			
		Información oportuna	¿La información que le brinda la empresa es oportuna?	2.						✓	✓	✓	✓			
		Confianza en los pagos electrónicos	¿Los pagos electrónicos se realizan de manera confiada?	3.						✓	✓	✓	✓			
	Sensibilidad o Capacidad de respuesta	Información apropiada y conveniente	¿Los empleados de la empresa le brindan información apropiada y conveniente?	4.							✓	✓	✓	✓		
		Efectividad en atención al cliente	¿Considera que el personal da una efectiva atención al cliente?	5.							✓	✓	✓	✓		
		Disposición de atender al cliente	¿Los empleados de la empresa se muestran predispuestos a brindarle atención?	6.							✓	✓	✓	✓		
		Capacidad de resolución de conflictos.	¿Los empleados de la empresa tienen la capacidad de resolver los problemas y/o dudas que presenta?	7.							✓	✓	✓	✓		
	Seguridad	Confianza y seguridad	¿Los empleados transmiten confianza y seguridad al momento de la atención?	8.							✓	✓	✓	✓		
		Señalización zonas de seguridad	¿La empresa tiene señalización de la zona de seguridad?	9.							✓	✓	✓	✓		
		Aplicación protocolos en salubridad	¿La empresa viene aplicando los protocolos de salubridad?	10.							✓	✓	✓	✓		
		Ambientes limpios y desinfectados	¿La empresa mantiene sus ambientes limpios y desinfectados?	11.							✓	✓	✓	✓		
	Empatía	Atención personalizada	¿Los empleados le brinda atención personalizada?	12.						✓	✓	✓	✓			

	Comprensión por parte de los empleados	¿Los empleados muestran comprensión al momento de atenderlos?	13.						✓	✓	✓	✓		
	Interés a los dilemas y necesidades de clientes	¿Los empleados de la empresa muestran interés en sus dilemas y necesidades?	14.						✓	✓	✓	✓		
	Expresa amabilidad, respeto y paciencia	¿Los empleados expresan amabilidad, respeto y paciencia?	15.						✓	✓	✓	✓		
	Comunicación apropiada	¿Los empleados mantienen una comunicación adecuada?	16.						✓	✓	✓	✓		
Aspectos tangibles	Equipos modernos	¿La empresa cuenta con máquinas y equipos modernos?	17.						✓	✓	✓	✓		
	Espacios y áreas adecuados	¿La empresa tiene espacios y áreas adecuadas?	18.						✓	✓	✓	✓		
	Infraestructura e instalaciones	¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas y aptas para el giro del negocio?	19.						✓	✓	✓	✓		
	Presentación del personal	¿El personal que labora en la empresa se percibe con apariencia presentable y limpia?	20.						✓	✓	✓	✓		
Precio	Adecuados horarios de atención	¿La empresa cuenta con un horario de atención adecuado?	21.						✓	✓	✓	✓		
	Calidad de productos	¿Considera que el precio de los productos va de acuerdo a la calidad de los mismos?	22.						✓	✓	✓	✓		
	Acceso al mercado	¿Considera que el precio de los productos se ajusta a los ofrecidos por el mercado?	23.						✓	✓	✓	✓		

Pucallpa, 26 de agosto de 2022.



Firma

Nombres y Apellidos: Dra. Lila Ramírez Zumaeta  
DNI: 05274592

## Anexo 4. Confiabilidad del instrumento de Investigación



### CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Variable: Gestión Administrativa

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,835	20

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,835 por ende, el instrumento es confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 05 de Setiembre del 2022

.....  
**Validador**  
**Dr. Percy Orlando Rojas Medina**

**BASE DE DATOS DE LA VARIABLE GESTION ADMINISTRATIVA**

**Variable 1**

N	ITEMS1	ITEMS2	ITEMS3	ITEMS4	ITEMS5	ITEMS6	ITEMS7	ITEMS8	ITEMS9	ITEMS10	ITEMS11	ITEMS12	ITEMS13	ITEMS14	ITEMS15	ITEMS16	ITEMS17	ITEMS18	ITEMS19	ITEMS20
1	1	2	3	4	3	2	5	3	3	2	5	2	4	4	4	1	3	5	5	5
2	2	2	2	5	2	3	5	2	1	1	5	3	4	4	5	2	2	4	4	4
3	1	2	3	4	3	2	5	1	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	4	5
4	4	3	4	5	5	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
5	3	3	4	4	5	4	5	3	2	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4
6	4	4	3	5	5	3	2	4	3	3	5	2	5	3	4	4	3	5	4	5
7	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	2	5	4	5	3	2	4	5	4
8	4	3	4	5	5	3	5	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	5
9	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	3
10	1	2	3	5	3	3	4	1	3	5	5	2	4	4	5	1	2	4	5	5
11	3	2	3	5	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	5	3	3	5	5	4
12	1	2	3	5	3	3	5	1	3	4	5	2	3	3	5	1	4	4	4	5
13	1	2	2	4	3	3	3	1	3	2	4	4	5	3	4	1	3	5	4	4
14	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	4	2	5	5	4	4	5	4
15	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4
16	4	5	4	5	5	3	5	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	4	3	3
17	5	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	5	2	5	5	4	5	5	4
18	4	5	5	5	5	3	5	4	4	3	5	3	5	3	5	4	4	5	5	4
19	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4
20	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta Procesado con el programa SPSSV22. Escala: Siempre:5, Casi siempre: 4, Algunas veces: 3, Casi nunca; 2, Nunca: 1.

## CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

### Variable: Atención al cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,855	23

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,855 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 03 de Setiembre del 2022



.....  
**Validador**  
**Dr. Percy Orlando Rojas Medina**

**BASE DE DATOS DE LA VARIABLE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE**  
**Variable 2**

N	ITEMS1	ITEMS2	ITEMS3	ITEMS4	ITEMS5	ITEMS6	ITEMS7	ITEMS8	ITEMS9	ITEMS10	ITEMS11	ITEMS12	ITEMS13	ITEMS14	ITEMS15	ITEMS16	ITEMS17	ITEMS18	ITEMS19	ITEMS20	ITEMS21	ITEMS22	ITEMS23
1	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
2	4	4	3	5	3	5	3	4	3	5	3	5	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4
3	4	4	3	5	4	4	3	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
6	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
7	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
8	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
10	4	5	3	5	3	5	3	4	3	5	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	3	5
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
13	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
15	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	3	5	5	3	3	4
16	2	2	2	5	3	2	3	4	3	2	2	5	5	5	5	5	4	2	4	4	2	2	5
17	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5
18	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
19	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
20	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta Procesado con el programa SPSSV22. Escala: Siempre:5, Casi siempre: 4, Algunas veces: 3, Casi nunca; 2, Nunca: 1.

**Anexo 5. Bases de datos para el procesamiento de la información de los resultados.**

**Variable 1: Gestión Administrativa**

N	Items1	Items2	Items3	Items4	Items5	Items6	Items7	Items8	Items9	Items10	Items11	Items12	Items13	Items14	Items15	Items16	Items17	Items18	Items19	Items20
1	1	2	3	4	3	2	5	3	3	2	5	2	4	4	4	1	3	5	5	5
2	2	2	2	5	2	3	5	2	1	1	5	3	4	4	5	2	2	4	4	4
3	1	2	3	4	3	2	5	1	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	4	5
4	4	3	4	5	5	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
5	3	3	4	4	5	4	5	3	2	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	2
6	4	4	3	5	5	3	2	4	3	3	5	2	5	3	4	4	3	5	4	5
7	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	2	5	4	5	3	2	2	2	2
8	4	3	4	5	5	3	5	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	5
9	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	3
10	1	2	3	5	3	3	4	1	3	5	5	2	4	4	5	1	2	4	5	5
11	3	2	3	5	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	5	3	3	3	3	3
12	1	2	3	5	3	3	5	1	3	4	5	2	3	3	5	1	4	4	4	5
13	1	2	2	4	3	3	3	1	3	2	4	4	5	3	4	1	3	5	4	4
14	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	4	2	5	5	4	4	5	4
15	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4
16	4	5	4	5	5	3	5	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	4	3	3
17	5	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	5	2	5	5	4	5	5	4
18	4	5	5	5	5	3	5	4	4	3	5	3	5	3	5	4	4	5	5	4
19	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4
20	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5
21	4	3	4	5	5	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
22	3	3	4	4	5	4	5	3	2	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4
23	4	4	3	5	5	3	2	4	3	3	5	2	5	3	4	4	3	5	4	5
24	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	2	5	4	5	3	2	4	5	4
25	4	3	4	5	5	3	5	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	5
26	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	3
27	1	2	3	5	3	3	4	1	3	5	5	2	4	4	5	1	2	4	5	5
28	3	2	3	5	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	5	3	3	5	5	4
29	1	2	3	5	3	3	5	1	3	4	5	2	3	3	5	1	4	4	4	5
30	1	2	2	4	3	3	3	1	3	2	4	4	5	3	4	1	3	5	4	4
31	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	4	2	5	5	4	4	5	4
32	3	3	4	4	5	4	5	3	2	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4
33	4	4	3	5	5	3	2	4	3	3	5	2	5	3	4	4	3	5	4	5
34	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	2	5	4	5	3	2	4	5	4
35	4	3	4	5	5	3	5	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	5
36	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	3
37	1	2	3	5	3	3	4	1	3	5	5	2	4	4	5	1	2	4	5	5
38	3	2	3	5	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	5	3	3	5	5	4

39	1	2	3	5	3	3	4	1	3	5	5	2	4	4	5	1	2	4	5	5
40	3	2	3	5	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	5	3	3	5	5	4
41	1	2	3	5	3	3	5	1	3	4	5	2	3	3	5	1	4	4	4	5
42	1	2	2	4	3	3	3	1	3	2	4	4	5	3	4	1	3	5	4	4
43	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	4	2	5	5	4	4	5	4
44	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4
45	4	5	4	5	5	3	5	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	4	3	3
46	5	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	5	2	5	5	4	5	5	4
47	4	5	5	5	5	3	5	4	4	3	5	3	5	3	5	4	4	5	5	4
48	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4
49	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	3	4	2	5	5	4	4	5	4
50	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4

Fuente: Propia información obtenida de la aplicación de la encuesta Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)

### Variable 2: Calidad de atención al cliente

N	items1	items2	items3	items4	items5	items6	items7	items8	items9	items10	items11	items12	items13	items14	items15	items16	items17	items18	items19	items20	items21	items22	items23	
1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	
3	2	2	1	1	4	1	3	1	3	1	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	5	4	2	2	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2
6	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
7	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
8	3	4	4	2	4	2	2	5	2	2	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
9	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
10	2	5	3	5	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2	2	2
11	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
12	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
13	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	4	2	2	4	2	2	2
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
15	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	3	5	5	3	3	4	4
16	2	2	2	5	3	2	3	4	3	2	2	5	5	5	5	5	4	2	4	4	2	2	5	5
17	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5
18	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
19	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
20	2	2	2	2	2	4	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2
21	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
22	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
23	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
24	1	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2
25	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5

26	4	5	3	5	3	5	3	4	3	5	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	3	5
27	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2
28	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	1	1	2	2	2	2	2	1	2
29	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	1	2	2	2	1	2	1	1	2
30	4	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	4	1
31	2	4	4	1	4	4	4	5	1	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
32	2	2	2	1	1	1	1	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
33	3	1	3	1	3	1	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	3	5	5	3	3	4
34	2	2	2	5	3	2	3	4	3	2	2	5	5	5	5	5	4	2	4	4	2	2	5
35	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5
36	4	4	3	5	4	4	3	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5
37	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
38	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
39	4	4	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2
40	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	1	3	3	2	2	2
41	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	3	5	4	1	3	2	2	2
42	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	2
43	4	5	3	5	3	5	3	4	3	5	3	5	4	4	2	5	4	3	5	4	3	3	5
44	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5
45	3	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	3	5
46	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	2	3	4	3	3	5	3	5	5
47	4	5	3	5	3	5	3	4	3	5	3	5	4	4	5	3	3	3	5	5	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
49	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5

Fuente: Propia información obtenida de la aplicación de la encuesta Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)

## Anexo 7: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS



### UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

OGyT - REPOSITORIO INSTITUCIONAL

#### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Juan Huaman Concepcion, Roy Dario Mendoza Lozano y  
Maria Fernanda Rios Guzman autor(es) de la tesis de  
pregrado titulada:

Gestión administrativa y calidad de atención al cliente en la empresa Corporación  
FERREMAN S.A.C. en el Distrito de Calleria, Poviancia de Coronel Portillo,  
Región de Ucayali, 2022

Sustentada el año: 2023

Con la asesoría de: Dr. Jaime Augusto Rojas Elecano

En la Facultad: Ciencias Contables y Administrativas

Escuela Profesional: Administración de Negocios

Autorizo la publicación:

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

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

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

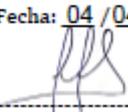
**Primero:** Otorgo a la Universidad Privada de Pucallpa licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de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

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

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

  
DNI: 74981490

  
DNI: 42943118

Fecha: 04/04/2023  
  
DNI: 70747728

<http://repositorio.upp.edu.pe/>  
[webmaster@upp.edu.pe](mailto:webmaster@upp.edu.pe)

**Anexo 8. Fotos de la realización de la encuesta en el desarrollo de la investigación.**





