



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE, OFRECIDA POR LA EMPRESA SOCIAL YAQUA EN EL AÑO, 2019.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Milagros Espejo Bocanegra

Asesor:

Mg. Emilio Jose Chocobar Reyes

Lima - Perú

2019

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor Emilio José Chocobar Reyes, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, carrera profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de la estudiante:

- Espejo Bocanegra, Milagros

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: “Relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, ofrecida por la empresa social Yaqua”, para aspirar al título profesional de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** a la interesada para su presentación.

Prof. Emilio José Chocobar Reyes
Asesor

ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de la estudiante: Milagros Espejo Bocanegra para aspirar al título profesional con la tesis denominada: “Relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, ofrecida por la empresa social Yaqua en el año 2019”.

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

Aprobación por unanimidad

Aprobación por mayoría

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

Ing./Lic./Dr./Mg.

Jurado
Presidente

Ing./Lic./Dr./Mg.

Jurado

Ing./Lic./Dr./Mg.

Jurado

DEDICATORIA

Dedicada de manera especial a mis padres por el apoyo constante durante toda mi vida, especialmente en mi etapa universitaria y por ser mi ejemplo de superación. También, a mis hermanos por cuidarme, por las sonrisas y por sus palabras de aliento. Para finalizar, le dedico a mi abuelita Clorinda, quién desde que estuve pequeña me enseñó que el estudio es la mejor arma para salir adelante y destacar entre los demás.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todas las oportunidades que ha puesto en mi camino hasta el día de hoy. También, a mis padres y toda mi familia por ser mi apoyo constante y ejemplo para seguir adelante. De especial manera a Fernando Tamayo, por abrirme las puertas de su empresa, Yaqua, para desarrollar la presente investigación. Por último, a mis compañeros de los primeros ciclos de la universidad Gonzalo, Fernando, Alexandria y Alissa, quienes a pesar de tener que separarnos en el transcurso de la carrera siempre estuvieron presentes alegrando mis días. A mis hermanos de intercambio en UNAM, George, Adriana, Cony, Kristin y Azael. También a amigos de toda la vida Diana, Leyla, Mel, Withnney, Miguel, Jhon Harlin y Martín.

Índice de contenido

| | |
|---|----|
| ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS | 2 |
| ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS | 3 |
| AGRADECIMIENTO | 5 |
| RESUMEN | 10 |
| ABSTRACT | 11 |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN | 12 |
| 1.1. Realidad problemática | 12 |
| 1.2. Formulación del problema | 15 |
| 1.2.1. Problema general | 15 |
| 1.2.2. Problemas específicos | 15 |
| 1.3. Objetivos | 15 |
| 1.3.1. Objetivo general | 15 |
| 1.3.2. Objetivos específicos | 15 |
| 1.4. Hipótesis | 16 |
| 1.4.1. Hipótesis general | 16 |
| 1.4.2. Hipótesis específicas | 16 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO | 17 |
| 2.1. ANTECEDENTES | 17 |
| 2.2. BASES TEORICAS | 27 |
| 2.1.1. BASES TEÓRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN ADMINISTRATIVA | 27 |
| 2.1.2. BASES TEÓRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO | 33 |
| 2.3. MARCO CONCEPTUAL | 36 |
| 2.4. LIMITACIONES Y ÉTICA | 38 |
| 2.4.1. Limitaciones | 38 |
| 2.4.2. Ética | 38 |
| CAPÍTULO III. METODOLOGÍA | 39 |
| 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN | 39 |
| 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA | 39 |
| 3.2.1. Unidad de estudio: | 39 |

| | |
|--|----|
| 3.2.2. Población: | 39 |
| 3.2.3. Muestra:..... | 40 |
| 3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | 41 |
| 3.3.1. Para recolección de datos:..... | 41 |
| 3.3.2. Para análisis de datos: | 41 |
| 3.4. PROCEDIMIENTO..... | 42 |
| 3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 43 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS | 44 |
| CAPÍTULO IV. DISCUSIONES | 54 |
| CONCLUSIONES | 62 |
| REFERENCIAS | 64 |
| ANEXOS | 67 |

Índice de Tablas

| | |
|---|--------------------------------------|
| Tabla 1: Operacionalización de variables..... | 43 |
| Tabla 2: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión planificación de la empresa YAQUA. | 44 |
| Tabla 3: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Dirección de la empresa YAQUA. | 46 |
| Tabla 4: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Organización de la empresa YAQUA. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Tabla 5: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Control de la empresa YAQUA. | 47 |
| Tabla 6: Distribución del nivel de la gestión administrativa de la empresa YAQUA | 48 |
| Tabla 7: Distribución del nivel de calidad del servicio de la empresa YAQUA..... | 49 |
| Tabla 8: Prueba de hipótesis de la Gestión administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua..... | 49 |
| Tabla 9: Prueba de hipótesis de la dimensión de planificación de la Gestión administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua..... | 50 |
| Tabla 10. Prueba de hipótesis de la dimensión de organización de la Gestión administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua..... | 51 |
| Tabla 11: Prueba de hipótesis de la dimensión de dirección de la Gestión administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua..... | 51 |
| Tabla 12: Prueba de hipótesis de la dimensión de control de la Gestión administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua..... | 52 |

Índice de gráficos

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 1: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión planificación de la empresa YAQUA. | 45 |
| Gráfico 2: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Dirección de la empresa YAQUA. | 47 |
| Gráfico 3: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Organización de la empresa YAQUA. | 46 |
| Gráfico 4: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Control de la empresa YAQUA | 48 |
| Gráfico 5: Distribución del nivel de la gestión administrativa de la empresa YAQUA | 48 |
| Gráfico 6: Distribución del nivel de calidad del servicio de la empresa YAQUA..... | 49 |

RESUMEN

La presente investigación tiene como principal objetivo determinar si existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, ofrecida por la empresa social Yaqua en el año 2019. Para lograrlo, se usó como metodología al tipo investigación descriptiva porque detalla problemas específicos sobre el tema y también es cuantitativa porque los datos se han obtenido de diferentes fuentes y se someterán a un análisis estadístico. Se trabajó con dos instrumentos diferentes, ambos diseñados a través de la escala de Likert con 5 niveles de respuesta. El primero cuenta con 18 ítems y el segundo con 22; fueron validados por expertos en el tema y también con el Software SPSS 24 que arrojó un Alpha de Cronbach de 78.8% para la Gestión Administrativa y 92.2% para Calidad de Servicio al cliente. La muestra uno estuvo conformada por los 14 clientes internos (trabajadores) de la empresa y la segunda por 45 clientes externos del total. El análisis de observación de los resultados permitió determinar que existe una relación directa entre ambas variables según el nivel en el que se encontraban, para ratificar ello se realizó la Prueba de Kolmogorov – Smirnov (K -S), donde a través de la significancia encontrada se acepta la hipótesis H0, afirmando dicha relación. Lo que permitió hacer conclusiones de la situación actual de la empresa Yaqua enfocada solamente los temas en estudio.

Palabras clave:

Calidad, servicio, gestión, administración, clientes externos, clientes internos, satisfacción, atención personalizada.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine if there is a relationship between administrative management and the quality of customer service, offered by the social company Yaqua in the year 2019. To achieve this, it was used an descriptive research because it details specific problems about the subject and is quantitative because it collects to make an analysis of data that is obtained from different sources; We worked with two different instruments, both designed through the Likert scale with 5 response levels. The first has 18 items and the second, 22; Both were validated by experts in the field and also with the SPSS 24 Software, where they produced a Cronbach Alpha of 78.8% for Administrative Management and 92.2% for Service Quality. The Sample was made up of the 14 internal clients (employees) of the company and the second made up of only 45 external clients of the total. The analysis of the observation of the results allowed to determine that there is a direct relationship between both variables according to the level they were in, to ratify it, the Kolmogorov - Smirnov (K-S) test was performed, where through the significance found H0 hypothesis is accepted, affirming said relationship. What allowed to make conclusions of the current situation of the Yaqua company focused only on the subjects under study.

Key words:

Quality, Service, Management, Administration, external clients, internal clients, satisfaction, personalized attention.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día muchas empresas tanto nacionales como extranjeras afirman estar orientadas hacia el cliente. Para lograrlo realizan innumerables esfuerzos, entre los cuales destaca la correcta Gestión Administrativa porque ayuda a generar mayores ganancias, optimiza la inversión, aumenta la productividad, reduce el tiempo de operaciones, el espacio y hace que la calidad de servicio que ofrecen hacia su principal foco de atención, el cliente, sea de mejor nivel.

El Perú se encuentra ubicado en la región central y occidental de América del Sur. Si se habla de naturaleza es un país privilegiado porque cuenta con una gran variedad de recursos vivos y ecosistemas. Además, se encuentra en el puesto número 8 de los países más ricos en agua potable del mundo, aunque lamentablemente esto no significa que todos los peruanos tengan acceso directo y suficiente a ella. Actualmente, el país está habitado por 32 millones 106 mil personas según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el año 2018, pero del total mencionado hay aproximadamente 8 millones de personas que no tienen acceso al agua ni saneamiento en sus hogares como lo publicó la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS) en su reporte mensual de marzo del presente año. Esto se da por dos razones principales; la primera, es que la concentración de las grandes masas urbanas está en territorio costero, zona que solo contiene el 1.8% de agua del país y la segunda, es las pocas obras de conexión existente que lleven el agua de los ríos a la casa de los poblados lejanos a ellos.

Esta situación es preocupante ya que no contar con agua significa limitar el aseo personal, el de las viviendas, de las prendas de vestir y poco desarrollo en general; lo

que causa el aumento de los índices de enfermedades, infecciones y atraso económico.

Es por esta razón que el Estado peruano está trabajando para mejorar la situación, pero no es suficiente, por lo que desde aproximadamente 10 años empresas de diferentes rubros han decidido apoyar a reducir esta brecha de desigualdad tan amplia entre los peruanos.

Yaqua es una de estas empresas, palabra que en quechua significa agua, fue la primera empresa social del país, quiere decir que impacta positivamente en el ambiente y la sociedad sin dejar de ser rentable. La empresa mencionada utiliza el 100% de sus utilidades después de impuestos para un solo fin: llevar agua potable a las zonas más vulnerables y alejadas del Perú que aún no cuentan con ella y tampoco tienen proyectos próximos para hacerlo. La idea nació en el año 2013 de un joven inquieto por las necesidades de su país, Fernando Tamayo Grados, quien junto a un grupo de voluntarios logró formarla, la empresa vende agua mineral embotellada a minoristas y mayoristas que en muchas ocasiones cumplen función de aliados sociales. Entre ellas encontramos a InkaFarma, Mi Farma, Listo y Wong. Las ganancias obtenidas hasta el día de hoy han servido para brindar agua a más de 5000 personas de diferentes comunidades a través de 5 proyectos con una duración mínima garantizada de 20 años en las regiones de Ayacucho, Huancavelica, Cajamarca, Iquitos y Tingo María.

Para que Yaqua siga ayudando debe ser una empresa autosostenible con el tiempo, por ello es necesario que cuente con una correcta gestión administrativa que mantenga en un buen nivel la calidad de atención al cliente para que éstos prefieran la marca no sólo por el hecho de ayudar sino también porque ofrece los similares o los mismos beneficios que la competencia. Este trabajo guarda como meta apoyar

a la empresa Yaqua a medir la situación actual en la que se encuentran relacionados ambas variables porque se sospecha de una no muy buena calidad de servicio, pero no se ha identificado a profundidad la causa del error.

Desde que Yaqua ingresó al mercado se han detectado fallas dentro de su gestión administrativa que se al parecer han repercutido directamente con el nivel de la calidad de servicio al cliente que ofrece al consumidor final. Vacíos como el incumplimiento de cronogramas de actividades a realizar que causan que no exista una línea de trabajo definida y que ésta cambie su rumbo en cada reunión semanal. Además, la dirección gira alrededor de problemas específicos, pero cuando se trata de dar soluciones rápidas se crea un ambiente de estrés innecesario, el poco control sobre los avances de los colaboradores. También, sobre el trabajo que realizan los encargados de la distribución que es un proceso tercerizado, la ausencia de indicadores de medición de los planes programados y el exceso de cuentas por cobrar son los puntos a tratar. Por estos y más motivos, en esta investigación se desea identificar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente ya que sin ello se seguirá generando consecuencias desfavorables para la imagen y posicionamiento de la empresa, lo que conllevará a dificultar a la empresa en su misión de continuar ayudando a las personas que no tienen acceso al agua.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Existe entre la gestión administrativa de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019?

1.1.1. Problemas específicos

- ¿Existe entre la planificación de la empresa social Yaqua con la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019?
- ¿Existe entre la organización de la empresa social Yaqua con la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019?
- ¿Existe entre la dirección de la empresa social Yaqua con la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019?
- ¿Existe entre el control de la empresa social Yaqua con la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar si existe relación entre la gestión administrativa de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar si existe relación entre la planificación de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.
- Determinar si existe relación entre la organización de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.
- Determinar si existe relación entre la dirección de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.
- Determinar si existe relación entre el control de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.

1.3.Hipótesis

1.3.1. Hipótesis general

H0: Existe relación entre la gestión administrativa de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.

H1: No existe relación entre la gestión administrativa de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.

1.3.2. Hipótesis específicas

- Existe relación entre la planificación de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.
- Existe relación entre la organización de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.
- Existe relación entre la dirección de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.
- Existe relación entre el control de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

Ortiz, C. (2011), trabajó su tesis sobre el “Sistema de Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad en el servicio del Hotel Andino Real de la ciudad de Ambato” en Ecuador, donde tiene como objetivo detectar cómo un adecuado Sistema de Gestión Administrativa a través de la calidad afecta a la atención al cliente. Se emplearon encuestas para la recolección de datos, la primera encuesta se aplicó a los 10 trabajadores de la empresa, donde todas las preguntas se enfocaron en la variable independiente de gestión administrativa. Mientras que la otra encuesta se aplicó a una muestra aleatoria de 102 clientes fijos a quienes se les preguntó sobre los indicadores de la variable independiente, es decir, la calidad de servicio que reciben. Las dimensiones de la gestión administrativa, variable independiente, fueron la planeación, dirección y control que tiene como indicadores a los objetivos, la estructura, las funciones y los procesos respectivamente. Así también, la calidad de servicio, variable dependiente tiene como dimensiones a la calidad percibida que tiene como indicadores a la calidad y el precio; el valor percibido con sus indicadores costo y satisfacción y las expectativas de clientes con los indicadores satisfacción e insatisfacción. Al culminar la obtención de datos, se analizaron e interpretaron comparándolos con bibliografía antes obtenida sobre estos fenómenos, para luego tabular todos los datos obtenidos, solo tomando dos preguntas claves, una de clientes internos y otra de los externos se logró verificar la hipótesis a través del análisis del Chi Cuadrado que dio como resultado 8.76 lo que comprueba a su hipótesis principal que mientras se implemente un mejor sistema de gestión de administración, mejor será la calidad de servicio ofrecido. En esta tesis se

obtuvo como conclusiones; que en el Hotel Andino Real la calidad de servicio es muy baja, es decir la empresa actualmente no satisface las necesidades y requerimientos de sus demandantes; además su personal no cuenta con una cultura administrativa organizada ni están debidamente capacitados, aún les falta aprovechar puntos a su favor como la ubicación y los contactos que han ido obteniendo a través de los años; lo que se resume en la ausencia de un sistema de gestión administrativa motivo por el que el autor lo propone implementar un nuevo sistema de gestión de calidad, ya que permite que las personas puedan integrarse en las actitudes y comportamientos de la organización, permitiendo dirigir objetivos controlar el grado de cumplimiento de estrategias y herramientas, desarrollar un aprendizaje adecuado, innovador y de constante mejora.

Matsumoto, R. (2014), realizó la investigación titulada “Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto” que tuvo como objetivo general determinar el nivel de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto en la Universidad Católica Boliviana San Pablo; para ello aplicó el modelo SERVQUAL, el cual mide las brechas entre las expectativas del cliente y lo que realmente se le proporciona, a través de la fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles que son las cinco dimensiones que lo conforman. Para desarrollar el mencionado modelo fue necesario calcular primero el alfa de Cronbach del modelo SERVQUAL tanto para expectativas como para percepciones, este tuvo un valor alto de confiabilidad el 0.94 siendo el rango permitido entre $0 < X < 1$, valor que demuestra que las encuestas están libres de errores aleatorios y correlacionados. También desarrolló el análisis univariante

donde no se encontró ningún dato atípico que deba salir de la investigación se calculó la media, la desviación típica y el análisis factorial exploratorio. El autor trabajó con las metodologías, descriptiva, deductiva e inductiva. Para obtener los resultados, se censó a los clientes de la empresa que tenían las siguientes características, empresas que realizan publicidad, empresas que utilizan materiales publicitarios, empresas ubicadas en la ciudad de Cochabamba y empresas que acudieron a Ayuda Experto. Como herramienta se aplicó un cuestionario con veintidós preguntas enfocadas a la Escala de Likert para que así pudiera determinar su importancia. Se obtuvieron como resultados, que los clientes se sienten satisfechos con la tangibilidad es decir los productos que obtienen de la empresa, mientras que están menos satisfechos con la fiabilidad que transmiten seguido por sensibilidad, seguridad y empatía. Se recomienda analizar con mayor frecuencia la calidad del servicio para lograr la excelencia y aprovechar el posicionamiento que tienen en el mercado porque la empresa Ayuda Experto tiene más de quince años de experiencia y éxito en la industria de la publicidad.

Moore, J. & Pino, A. (2015), realizaron en Cali – Colombia un trabajo de investigación titulado “Diseño de estrategias para el mejoramiento en la Gestión del Servicio al cliente en la empresa Enigma Developers S.A.C.” donde se propusieron como objetivo diseñar estrategias destinadas al mejoramiento de gestión del servicio al cliente. Para ello, realizaron una investigación de campo descriptiva en donde trabajaron con dos muestras; la primera conformada por 12 trabajadores de la empresa y la segunda, por clientes con más de un año de antigüedad seleccionados aleatoriamente. Las técnicas e instrumentos para la recolección de datos fueron la revisión documental, la observación directa y la

entrevista no estructurada. Una vez que contaban con la información, lo analizaron elaborando un diagrama de causa - efecto y posteriormente el diagrama de Pareto el cual permite cuantificar los resultados. Las dimensiones de evaluación de la calidad son la fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía. Se sabía que la empresa tenía problemas con el servicio al cliente, por la baja gestión comercial, la ausencia de políticas y procedimientos, además de la falta de capacitación del personal en materia de servicios lo que repercutía en su poca presencia en un mercado tan competitivo. Los resultados fueron que el 87% de los clientes encuestados no estaban satisfechos con el servicio que recibían y por ende la perspectiva que tienen de la empresa no es la mejor. Finalmente, concluyen que hay un porcentaje considerable de clientes que no reciben un trato oportuno por lo que requieren mejorar aspectos como la cortesía, la rapidez, exactitud, trato personalizado, discreción, entusiasmo y eficiencia afectando más a las variables de fiabilidad y empatía. Para lograrlo se tiene que capacitar al personal, fijar objetivos, establecer e implementar las estrategias direccionadas por el modelo del servicio de atención al cliente, donde se puedan abarcar todos los requerimientos del cliente final a fin de lograr la mayor satisfacción y una mejor proyección de rentabilidad de la empresa. Por ello, recomendaron, capacitar continuamente a los trabajadores, brindarles continuamente técnicas y herramientas, crear programas de motivación personal y estar más al tanto de la percepción de los clientes con respecto al servicio brindado por la empresa.

Salas, R. (2015), en la ciudad de Xalapa – México ejecutó su tesis de maestría titulada “Sistema de gestión de la calidad para la empresa purificadora y embotelladora de agua Hernández Vicenteño” que tuvo como objetivo diseñar

y desarrollar un sistema de gestión de la calidad. El estudio realizado fue exploratorio – descriptivo debido a que era necesario conocer la operación de la organización y la percepción del cliente, usó como instrumentos la observación, la revisión documental y también un cuestionario que fue aplicado a una muestra de 100 clientes. Las preguntas fueron acerca del tiempo de respuesta del servicio en planta y a domicilio, el trato del vendedor o repartidor, orden y limpieza en planta, opinión sobre el producto y la atención de sus quejas. Se obtuvo como resultado, la deficiencia de la empresa en la administración porque no realiza un programa planificado de competencia de personal, que incluya la formación, habilidades y experiencia apropiada. También, deficiencia en los recursos materiales puesto que el personal y el equipo de reparto no utiliza uniformes ni identificación, falta de mantenimiento en edificio y espacio de trabajo, ausencia de imagen corporativo. Por último, sobre los recursos financieros, éstos no se aplican acorde a las necesidades y tampoco existe una política de precios. Las dimensiones para la implementación de un sistema de gestión de calidad fueron el compromiso con la razón de ser de la empresa, la satisfacción del cliente, la normatividad voluntaria aplicada y la mejora continua del proceso. Se obtuvo como resultados que el 60% cree que la atención en planta es excelente porque dura aproximadamente solo 5 minutos. Además, se notó que la atención en domicilio es buena ya que el 77% lo afirma, pero indican que deberían tener visitas más continuas. En ambos casos el trato es bueno con el 75% de aceptación, pero aún hay puntos por mejorar porque la empresa desea llegar a un nivel excelente. Por otro lado, con el tema de limpieza de planta los resultados no son tan buenos porque tiene aceptación solo del 60% y es un índice bajo tratándose de un indicador tan significativo, aunque esto no quita que el 81% de

los encuestados califique al agua que consumen como un producto de buena calidad y todos aseguran que si han tenido algún problema con el producto ha sido solucionado inmediatamente. En conclusión, la calidad del agua no es el factor que determina que los clientes consideren que el agua sea señalada como mala. Los factores que influyen en la percepción de la calidad son: la administración de la empresa que se aplica sin los pilares básicos como la planeación, organización, dirección y control, los envases, la falta de etiquetas, la falta de comunicación con el cliente, así como la competencia de grandes empresas de agua purificada con marcas reconocidas.

Sánchez, J. (2015), realizó una investigación no experimental titulada “Gestión administrativa y la calidad de servicio de la oficina principal del Banco de la Nación y su influencia en la fidelización de los usuarios en el periodo 2015” que tuvo como objetivo demostrar de qué manera la gestión administrativa y la calidad de servicio de la oficina principal del Banco de la Nación influían en la fidelización de los usuarios; fue de tipo descriptiva porque detalla las características y propiedades; además usa el coeficiente de correlación para medir el grado de relación entre las variables y su diseño fue transeccional descriptivo. Las dimensiones de la gestión administrativa, variable independiente, son la planificación, organización, dirección y control; las de la variable dependiente que es la fidelización de los clientes, son atención, satisfacción, calidad y capacitación. Para analizarlas, se aplicó un cuestionario como instrumento de estudio a 384 clientes del Banco de la Nación, quienes fueron elegidos de manera no probabilística – aleatoria del total de la población; a las respuestas se le aplicó las pruebas del chi cuadrado donde se obtuvo como resultados relevantes que influyen significativamente en la a) fidelización al

cliente, b) las estrategias de calidad, c) la capacitación del personal y d) la atención personalizada. En la hipótesis 1 se tuvo como resultados que tomando un grado de seguridad del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución chi-cuadrado con un grado de libertad es 9.49, lo que significa que las estrategias de calidad del servicio de atención influyen significativamente en la fidelización del cliente en la Oficina principal del Banco de la Nación en el período 2015. En la hipótesis 2, también con una seguridad del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución chi-cuadrado con un grado de libertad es 9.49, afirmando también que la capacitación del personal contribuye significativamente en la fidelización del cliente en la Oficina principal del Banco de la Nación en el período 2015. En la tercera hipótesis tomando el mismo puntaje de seguridad se obtuvo un grado de libertad de 9.49 lo que significa que la atención personalizada interviene positivamente en la fidelización de los clientes. Por ello, se concluyó que las estrategias de calidad de servicio que se apliquen van a causar que los clientes se sientan más contentos con la atención que reciben y por ende se fidelicen; también, la capacitación constante de los trabajadores en el área en la que se desempeñan, por último, se afirma que para mantenerlos fieles se debe brindar toda la información necesaria y de manera personalizada en cualquier operación que deseen realizar en el Banco. El autor recomienda, que exista un direccionamiento constante y atacar los puntos débiles de la administración; además, desarrollar planes de capacitación que permitan la socialización trabajadora – cliente y el desarrollo concurrente en la aplicación de los procesos y subprocesos establecidos con sus respectivas mejoras e incidir de manera agresiva en los trabajadores para que realicen una atención de manera personalizada.

Moya, C. & Upiachihua, K. (2016), realizaron un trabajo de investigación de tipo descriptivo titulado “Relación entre la gestión administrativa y el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Química Suiza – Trujillo primer semestre del año 2016” donde midieron la relación de la gestión administrativa en el desempeño de la fuerza de ventas en la empresa Química Suiza de la ciudad de Trujillo; para lograrlo emplearon una encuesta que usaron como instrumento de medición a la escala de Likert aplicándola a una muestra de 31 colaboradores del total del área de ventas; con los datos obtenidos se observaron los resultados y se realizó una matriz simple para establecer la relación que existe entre ambas variables. Antes de ello, las estudiantes según su marco teórico determinan que la gestión administrativa tiene como dimensiones de estudio a la planificación que tiene como indicadores a la misión, objetivos y presupuesto, la organización con sus indicadores organigrama, MOF, puestos y personal, la dirección con sus indicadores comunicación, liderazgo, RIT y fuerza de ventas y por último al control con los indicadores de evaluación y desempeño; mientras que la fuerza de venta analiza el conocimiento del puesto con su indicador habilidades técnicas, las características de la tarea con los indicadores de calidad de trabajo y orientación a resultados, las actitudes al trabajo con los indicadores de responsabilidad, diligencia, iniciativa, criterio y organización y las relaciones interpersonales con los indicadores relaciones de trabajo y trabajo en equipo. Por un lado, al identificar la relación entre variables se obtiene como resultado que la Gestión en general logró un nivel moderado positivo de relación con el desempeño de ventas, pero de manera específica sólo la planificación tiene una relación significativa positiva, es decir realmente participa en el logro de los objetivos. Por otro lado, la gestión administrativa alcanzó un nivel regular en el

desempeño de las ventas, teniendo un alcance menor a la hora de controlar. Por ello, para lograr un cambio en la empresa proponen como principales recomendaciones lo siguiente: Ir más allá del logro de objetivos y metas, es decir, capacitar constantemente a la fuerza de ventas incluyendo supervisores y jefes; establecer una relación a puerta abierta, que logre el acercamiento a cada uno de los miembros del equipo, permitir la estrecha relación con cada uno de los colaboradores, solicitar al equipo de ventas, que preparen ideas, y soluciones, donde cada uno de ellos pueda exponerlas y defender su propuesta, esto permitirá reconocer que tipo de aptitudes tienen los colaboradores, desde la concepción de ideas, hasta la exposición ante el grupo humano, sirviendo esto para evaluarlos, y así se sentirán que forma parte de ella; tener políticas de reconocimiento.

Salazar, W. & Cabrera, M. (2016), estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Lima - Perú, realizaron el “Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador” el estudio fue de tipo descriptivo, donde se comparó la experiencia vivida por los clientes con sus expectativas. Como instrumento de medición utilizaron un cuestionario con 22 preguntas de acuerdo al modelo de análisis SERVQUAL (Service Quality), el cual se divide midiendo cinco dimensiones que son: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad o velocidad de respuesta, seguridad o garantía y empatía. La población fue el total de estudiantes de la casa de estudios, pero la muestra aleatoria fueron 347 alumnos. Se obtiene como resultado que el 33,6% se muestran indiferentes al servicio recibido, el 52,5% consideran que la calidad de servicio recibida es buena y tan solo el 13,9% se sienten satisfechos con el servicio. Se obtiene que el menor problema de calidad de servicio es en la tangibilidad, es decir los alumnos se sienten

satisfechos con la infraestructura de su casa de estudios y el menos valorado es la capacidad de respuesta, porque brindan un servicio exageradamente lento e inoportuno. Así de acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que el índice de calidad del servicio (ICS) no está directamente relacionado y de forma positiva con la satisfacción general, también los resultados de las brechas que corresponde al estudio del Modelo SERVQUAL, fueron negativas para todas las dimensiones pero si está relacionado con la administración que realizan en la Universidad. Por lo que recomendaron realizar mediciones de la calidad de servicio continuamente, con miras a determinar las necesidades de los clientes y que la Institución debe enfocarse en mejorar las percepciones, ya que las mismas generaron brechas negativas que con el tiempo significa menos ingresos y rentabilidad.

Velarde, J. (2019). En su tesis “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima Este – 2018” hecha en la Universidad San Ignacio de Loyola, el estudio fue de tipo relacional y descriptivo debido a que el método utilizado fue cuantitativo. Se utilizó un instrumento con 38 preguntas, de las cuales 22 fueron para la variable independiente de calidad de servicio y 16 para analizar la variable dependiente satisfacción del usuario. Como resultados, primero se analizó pregunta por pregunta del cuestionario usando niveles desde “totalmente de acuerdo” a “totalmente en desacuerdo” en donde se observó que en los puntos donde la calidad de servicio aumentaba, también aumentaba la satisfacción al cliente y así también el fenómeno contrario. La calidad del servicio depende netamente de la gestión administrativa. Luego de para constatar lo observado, se utilizó la prueba de normalidad y relación de Kolmogorov - Smirnov, donde se observó que existe

normalidad o relación entre sus variables ya que los valores obtenidos fueron mayores a 0.05, aceptando la hipótesis alterna y se rechazando la hipótesis nula. Con lo cual se puede concluir que existe una alta relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción, lo cual significa que la calidad de servicio pueda influir positiva o negativamente en la satisfacción de los usuarios de los hospitales públicos de Lima Este, la calidad como se mencionó depende de la gestión administrativa.

2.2. BASES TEORICAS

2.1.1. BASES TEÓRICAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN ADMINISTRATIVA

“La administración constituye una actividad importante en una sociedad pluralista, basada en el esfuerzo cooperativo del hombre por medio de las organizaciones” También, “es hacer las cosas por medio de las personas, con los mejores resultados”. En cualquier tipo de organización humana se busca el logro de determinados objetivos con eficiencia y eficacia. La administración dirige el esfuerzo de los grupos organizados. (Chiavenato, 2006, p. 18).

La administración consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ella. Ya sabemos que coordinar el trabajo de otros es lo que distingue una posición gerencial de los demás, sin embargo, esto no significa que los gerentes pueden hacer lo que quieran y como quieran. Por el contrario, la administración requiere la culminación eficiente y eficaz de las actividades laborales de la organización. (Ortiz, 2009, p. 8).

“La administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz. Así, la administración se aplica a organizaciones grandes y pequeñas, empresas lucrativas y no lucrativas y a industrias de manufactura y de servicios. (Weihrich; Koontz & Cannice, 2008, p. 32).

Ponce, R. (2004, p. 18) en su libro Administración de empresas, presenta la definición dada por los principales autores de la materia, que a continuación se explican:

E.F.L. Brech: “Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficientes las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado”.

J.D. Mooney: “Es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás, con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana”. Y contrapone esta definición con la que da acerca de la organización, a la que define como: “La técnica de relacionar los deberes o funciones específicos en un todo coordinado”.

Peterson y Plowman: “Una técnica por medio de la cual se determinan, clarifican y realizan los propósitos y objetivos de un grupo humano en particular”.

Koontz y O’ Donnell: “La dirección de un organismo social, y su efectividad en alcanzar sus objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes.”

H. Fayol (Considerado por muchos como el verdadero padre de la moderna Administración): “Administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar”.

La gestión administrativa de la empresa se encarga de que el funcionamiento diario de la empresa se haga de manera más eficaz y eficiente posible, para lo que ha de cumplir una serie de premisas:

- El proceso ha de ser oportuno. Es decir, no han de producirse demoras en otros departamentos como consecuencia de la inadecuada gestión administrativa de la empresa.
- El proceso ha de minimizar los costos. Para ello se buscará la simplificación y la utilidad de la información generada.
- El proceso ha de ser riguroso y seguro, tanto en el contenido de la información como en la confidencialidad de los datos. (Caldas, Carrión, Heras, 2009, p. 242)

Dimensiones de la gestión administrativa

Planificación

La planeación es la función administrativa que determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para conseguirlos. Empieza por la determinación de los objetivos y detalla los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planeación es determinar a dónde se pretende llegar, qué debe hacerse, cómo, cuándo y en qué orden. (Chiavenato, 2006, p.143).

Planificar incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos; requiere toma de decisiones, es decir, elegir proyectos de

acción futuros de entre alternativas. (Weihrich; Koontz & Cannice, 2008, p. 45).

La planeación es la determinación del rumbo hacia el que se dirige la organización y los resultados que se pretende obtener mediante el análisis del entorno y la definición de estrategias para minimizar riesgos buscando lograr la misión y visión organizacional con una mayor probabilidad de éxito.

En el libro Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo, clasifica de la siguiente manera a la planificación.

Estratégica:

Se realiza en los altos niveles de la organización. Se refiere a la planeación general; generalmente es a mediano y a largo plazo, y a partir de ésta se elaboran todos los planes de los distintos niveles de la empresa.

Táctica o funcional:

Comprende los planes que se elaboran en cada una de las áreas de la empresa con la finalidad de lograr el plan estratégico.

Operativa:

Se diseña de acuerdo con los planes tácticos; y, como su nombre lo indica, se realiza en los niveles operativos. (Münch, 2010, p. 41)

Se divide a la planificación en 5 principios fundamentales:

- Factibilidad: Todo plan debe ser realizable, tanto en lo que se refiere a sus objetivos como en su puesta en marcha. No es práctico elaborar planes demasiado complejos u optimistas.

- **Objetividad:** Determina la necesidad de utilizar datos reales en la elaboración del plan, de modo que se minimice el riesgo de cometer errores en su formulación.
- **Cuantificable:** Se debe expresar en términos cuantificables, ya que, facilita la implementación del plan.
- **Flexibilidad:** Debe contemplar márgenes de error que permitan solventar, cualquier nueva situación que pueda acontecer.
- **Unidad:** Coherencia entre los planes, contribuyendo a trazar la visión, misión y los objetivos de la organización. (Sánchez, 2011, p. 179).

Organización

Organización significa el acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos involucrados en la ejecución, y establecer las relaciones entre ellos y las atribuciones de cada uno. Organizar consiste en:

1. Determinar las actividades específicas necesarias para el logro de los objetivos planeados (especialización)
2. Agrupar las actividades en una estructura lógica (departamentalización).
3. Asignar las actividades a posición y personas específicas (cargos y tareas). (Chiavenato, 2006, p. 148)

Organización es la estructura intencional de funciones en una empresa formalmente organizada; sin embargo, catalogar a una organización como formal no significa que haya algo, o bien inherentemente inflexible, o bien que la confíe en exceso. Es intencional en el sentido de asegurarse que todas las tareas necesarias para lograr metas son asignadas y, se espera, sean asignadas a las personas que mejor pueden realizarlas. Para que un gerente pueda organizar

adecuadamente la estructura debe aportar un ambiente en el que el desempeño individual (presente y futuro) contribuya de la manera más efectiva a las metas del grupo. (Wehrich, Koontz & Cannice, 2008, p. 229)

La organización consiste en el diseño y determinación de la a) estructura organizacional que tiene como función principal establecer la autoridad, jerarquía y cadena de mando b) los manuales y funciones en el Perú el Estado lo reconoce como (MOF) que es un documento donde se describe y establece la función básica, las funciones específicas, las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo. (Münch, 2010, p. 61)

Dirección

Poner en acción y dinamizar la empresa. La dirección está relacionada con la acción, con la puesta en marcha, y tiene mucho que ver con las personas. Está directamente relacionada con los recursos humanos de la empresa. La dirección es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores y sus respectivos subordinados en todos los niveles de la organización, mediante la adecuada comunicación y habilidad de liderazgo y motivación. (Chiavenato, 2006, p. 149)

“Proceso de influir en las personas para que contribuyan a las metas organizacionales y de grupo. Como mostrará el análisis de esta función, es en esta área que las ciencias del comportamiento hacen su principal contribución a la administración”. (Wehrich, Koontz & Cannice, 2008, p. 414).

“La dirección es la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través

de la a) delegación de autoridad, b) responsabilidad, c) liderazgo, d) motivación y comunicación”. (Münch, 2010, p. 105).

Control

“Evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever situaciones para establecer las medidas correctivas necesarias”. (Munch, 2010, p. 172).

“a) Medición y b) corrección del desempeño (retroalimentación) para garantizar que los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos se logren” (Wehrich, Koontz, & Cannice, 2008, p. 524).

Función administrativa mediante la cual se vigila el desempeño real, se compara con las metas fijadas con antelación y se emprenden las acciones que hicieran falta para corregir las desviaciones significativas. Por medio del control la dirección supervisa tanto las actividades como los resultados reales de la organización, con el objeto de garantizar que se ajusta a lo planificado. (Sánchez, 2011, p. 370).

2.1.2. BASES TEÓRICAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO

“La Calidad de Servicio es la adecuación entre las necesidades del cliente y las prestaciones correspondientes que satisfacen esas necesidades. A más adecuación más calidad, a menos adecuación, menos calidad. El elemento clave para lograr un alto nivel de Calidad de Servicio es la capacidad no sólo para satisfacer, sino también para superar las expectativas del cliente. (Álvarez, 1995, p. 3).

La amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones, eso se encuentra a través de la encuesta SERVQUAL es un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez, que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio y evaluar la calidad del mismo. (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1996, p. 22)

Al examinar esos distintos análisis de las deficiencias, una empresa no sólo puede evaluar la calidad global de su servicio, tal y como la perciben los clientes, sino que, además puede determinar cuáles son los criterios y las facetas clave, con el propósito de centrar en esas áreas los esfuerzos que realice para mejorar la calidad de su servicio. (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1996, p. 207)

Usos del SERVQUAL

Para comparar las expectativas y las percepciones de los clientes a lo largo del tiempo:

Esta comparación no sólo muestra cómo varían cronológicamente las diferencias que pudiesen existir entre ellas, sino que además permite determinar también si los cambios son consecuencia de cambios en las expectativas, de cambios en las percepciones o de cambios en ambas.

Para comparar las puntuaciones SERVQUAL de una empresa contra las puntuaciones de sus competidores:

El formato de dos secciones de SERVQUAL, que muestra por separado las secciones correspondientes a las expectativas y a las percepciones, es muy conveniente para medir la calidad del servicio de varias empresas. Esto se

logra de una forma muy simple: se incluyen grupos de declaraciones sobre las percepciones que tienen los clientes respecto a cada una de las empresas que se desea estudiar. No es necesario repetir la sección de las expectativas para cada empresa.

Para examinar segmentos de clientes que poseen diferentes percepciones sobre la calidad:

Características sociodemográficas, psicológicas u otras; de la importancia relativa de los cinco criterios en la determinación de sus percepciones sobre la calidad del servicio y de las razones o concausas de esas percepciones.

Para evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad:

Si se adapta eficazmente, se puede aplicar SERVQUAL en los distintos departamentos o divisiones de una empresa para comprobar la calidad del servicio que suministran a los empleados de otros departamentos o divisiones.

Criterios del SERVQUAL

Al inicio trabajaron el SERVQUAL con 10 criterios, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente, pero luego notaron que se podía reducir a cinco porque el resto de manera general ya se encontraban incluidos en el resto, se explican a continuación:

Elementos tangibles:

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fiabilidad:

Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

Capacidad de respuesta:

Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. También es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo.

Seguridad:

Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al momento de solucionar problemas.

Empatía:

Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1996, p. 38) decían, la clave para facilitar un servicio de alta calidad radica en equilibrar las expectativas y las percepciones de los usuarios y acabar con las diferencias o desequilibrios que pudiesen existir entre ambas. La metodología de SERVQUAL puede ayudar a determinar dónde se están produciendo esos desequilibrios y la importancia de los mismos. (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1996, p. 30)

2.3.MARCO CONCEPTUAL

- **Prueba de Kolmogorov – Smirnov (K – S).**

Prueba estadística no paramétrica que permite verificar si las puntuaciones de diferentes muestras siguen o no una distribución normal, si lo hacen

significa también que existe relación de concordancia entre ellas. Es más poderosa que la prueba de Chi cuadrado.

- **Servicio**

Conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o se suministran en relación con las ventas.

- **Clientes internos**

El cliente interno es el compañero de trabajo de cualquier área de la empresa que necesita de un servicio o producto que otro compañero debe entregarle. Concepto de gestión de la calidad que permite mejorar las relaciones interpersonales y crear un ambiente de confianza y colaboración dentro de la entidad.

- **Clientes externos**

El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio).

- **Calidad**

Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc.

- **Gestión**

Realización de diligencias enfocadas a la obtención de algún beneficio, tomando a las personas que trabajan en la compañía como recursos activos para el logro de los objetivos.

2.4.LIMITACIONES Y ÉTICA

2.4.1. Limitaciones

Falta de estudios previos de investigación sobre el tema

Si bien es cierto existen investigaciones anteriores que cuentan con ambas variables, éstas se desarrollan en contextos diferentes ya que hablan de Instituciones Estatales mas no de empresas privadas.

Efectos longitudinales

Empezar la investigación faltando solamente dos meses y medio para la sustentación, tiempo que no es suficiente si se considera también que el investigador se encuentra trabajando a tiempo completo. La ventaja es que labora en la empresa a estudio: Yaqua.

2.4.2. Ética

Privacidad

Se mantendrá en reserva la identidad de los encuestados tanto de los clientes como de los trabajadores para evitar confusiones y/o problemas posteriores.

Propiedad

Todos los autores y/o adaptaciones están debidamente citados.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva:

La investigación descriptiva detalla problemas más específicos sobre el tema, analizando ambas variables de manera separada y sin ejercer ningún tipo de influencia en ellas, utiliza la recolección de datos de forma más ordenada, por ejemplo: observación, levante de información documental y encuestas para conocer así las actuales posturas, tanto de los empleados como de los clientes.

Investigación cuantitativa:

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Unidad de estudio:

Empresa social Yaqua

3.2.2. Población:

- Clientes internos: Trabajadores de la empresa social Yaqua.
- Clientes externos: Compradores de la empresa social Yaqua que tengan las siguientes características:
 - a) Haber realizado alguna compra desde el 01/01/2019 hasta el 10/09/2019;

b) Que su compra supere el volumen de 15 paquetes de agua embotellada.

Cumplen con este requisito 109 involucrados.

3.2.3. Muestra:

- Clientes internos: Los 14 trabajadores en total de la empresa.
- Clientes externos: Como la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseamos conocer a cuántos de ellos debemos estudiar, se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

- N = Total de la población
- Z = 1.96 al cuadrado (si la confianza es del 95%)
- p = Proporción esperada (en este caso 50)
- q = 1 – p (en este caso 1 – 50 = 50)
- d = Precisión (5% en esta investigación)

Según el cálculo de la muestra, tenemos como resultado 45 elementos del total de la población, número de clientes al que se tiene que encuestar.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

3.3.1. Para recolección de datos:

La técnica que se usó para recolectar datos en esta investigación fue la encuesta, esto para ambas muestras tanto para clientes internos que nos ayuda a obtener datos de la actual gestión administrativa de la empresa social Yaqua, como a la de calidad de servicio que brindan a sus clientes externos.

3.3.2. Para análisis de datos:

Para esta investigación se utilizaron dos cuestionarios, el primero con 18 preguntas cerradas dirigido a todos los trabajadores de la empresa social Yaqua. El segundo cuestionario está validado por varios autores nacionales e internacionales, se trata del Modelo SERVQUAL que cuenta con 22 preguntas cerradas.

3.3.2.1. Validez

Cuestionario: Gestión administrativa

- Adaptada de una encuesta ya validada de la tesis de Rocío, E. (2018) titulada “Gestión administrativa en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Cajamarca 2018”.
- Adaptación validada por juicio de 3 expertos en el tema en investigación de la Universidad Privada del Norte. (Ver Anexo 1)

Cuestionario: Calidad de servicio al cliente

- Adaptada del Modelo internacional de estudio SERVQUAL que evalúa expectativas y percepciones de los clientes.

- Adaptación validada por juicio de 3 expertos en el tema en investigación de la Universidad Privada del Norte. (Ver Anexo 2)

3.3.2.2. Confiabilidad

Ambos cuestionarios son confiables según la clasificación del Alpha de Cronbach aplicado en el Software SPSS 24.

3.4. PROCEDIMIENTO

Para analizar y procesar la información obtenida se ha procedido de la siguiente manera:

- Exploración de los documentos a estudiar y cuestionarios, permite detectar la situación del problema que se investiga.
- Validar los cuestionarios conforme a las áreas de análisis objeto de la investigación de través de Aplicación de índice de Cronbach, para luego encontrar la relación la variable independiente con la variable dependiente con la ayuda del Software SPSS 24 en español con su función de la Prueba de Kolmogov – Smirnov.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la relación de variables.
- Establecimiento de conclusiones, que constituirán las respuestas a las necesidades que enfoca el problema motivo de la investigación.

El análisis particular se realizará mediante cuadros, gráficos y técnicas estadísticas con herramientas informáticas como Word, Excel y SPSS.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla N°1: Operacionalización de variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN | DIMENSIONES | INSTRUMENTO |
|---|--|------------------------|---|
| Gestión administrativa (Variable independiente "X") | La gestión administrativa es un conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de coordinar una organización. | Planificación | Encuesta y cuestionario dirigido a los clientes internos (trabajadores) |
| | | Organización | |
| | | Dirección | |
| | | Control | |
| Calidad de atención al cliente (Variable dependiente "Y") | Amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones. | Elementos tangibles | Encuesta y cuestionario dirigido a los clientes externos. |
| | | Fiabilidad | |
| | | Capacidad de respuesta | |
| | | Seguridad | |
| | | Empatía | |

Elaborado por el investigador

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Analizando los resultados obtenidos de ambos instrumentos, se han elaborado: a) reportes porcentuales por cada dimensión de la gestión administrativa y un reporte en general de la calidad de atención al cliente para entender numéricamente la situación por la que pasa la empresa social Yaqua. Luego, b) con la prueba de Kolmogov - Smirnov, se determinó si existe o no relación entre ambas variables en general y de cada una de las dimensiones de la gestión administrativa con la variable calidad de atención al cliente.

a). Reportes porcentuales de los resultados

Tabla N°2: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión de Planificación de la empresa social Yaqua.

| Nivel de Planificación | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| Muy Malo | 0 | 0.0% |
| Malo | 0 | 0.0% |
| Regular | 2 | 14.3% |
| Bueno | 10 | 71.4% |
| Muy Bueno | 2 | 14.3% |

Fuente: Encuesta de la Gestión Administrativa – Empresa social Yaqua.

Elaborado por el investigador

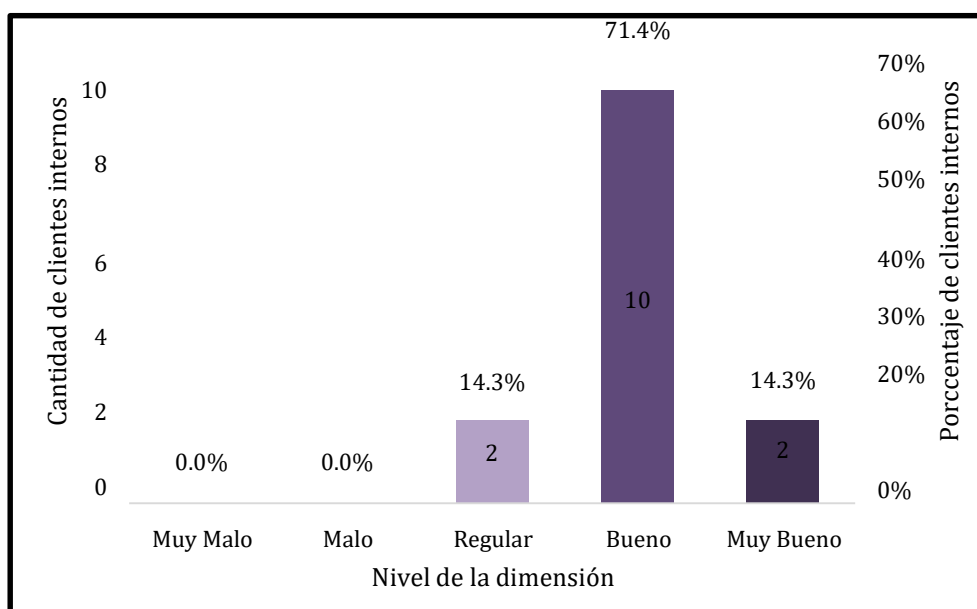


Gráfico 1: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión planificación de la empresa social Yaqua.

En la tabla N° 2, se observa que el mayor porcentaje de la percepción de la gestión administrativa en la dimensión Planificación está en un nivel Bueno (71.4% de clientes internos), seguido de un nivel Muy bueno y Regular con porcentajes del 14.3% para ambos casos.

Tabla N° 3: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Organización de la empresa social YAQUA.

| Nivel de Organización | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|------------|
| Muy Malo | 0 | 0.0% |
| Malo | 0 | 0.0% |
| Regular | 0 | 0.0% |
| Bueno | 11 | 78.6% |
| Muy Bueno | 3 | 21.4% |

Fuente: Encuesta de la Gestión Administrativa – Empresa social Yaqua.

Elaborado por el investigador

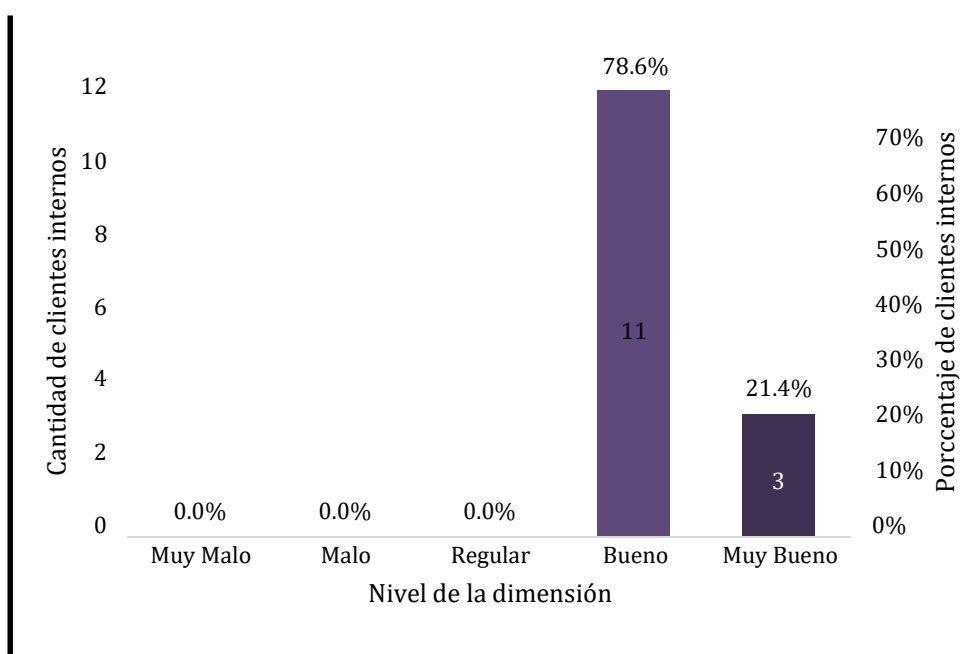


Gráfico 2: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Organización de la empresa social Yaqua.

En la tabla N° 3, se observa que el mayor porcentaje de la percepción de la gestión administrativa en la dimensión Organización está en un nivel Bueno (78.6% de clientes internos), seguido de un nivel Muy bueno con un 21.4%.

Tabla N°4: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Dirección de la empresa social Yaqua.

| Nivel de Dirección | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Muy Malo | 0 | 0.0% |
| Malo | 0 | 0.0% |
| Regular | 2 | 14.3% |
| Bueno | 10 | 71.4% |
| Muy Bueno | 2 | 14.3% |

Fuente: Encuesta de la Gestión Administrativa – Empresa social Yaqua.

Elaborado por el investigador

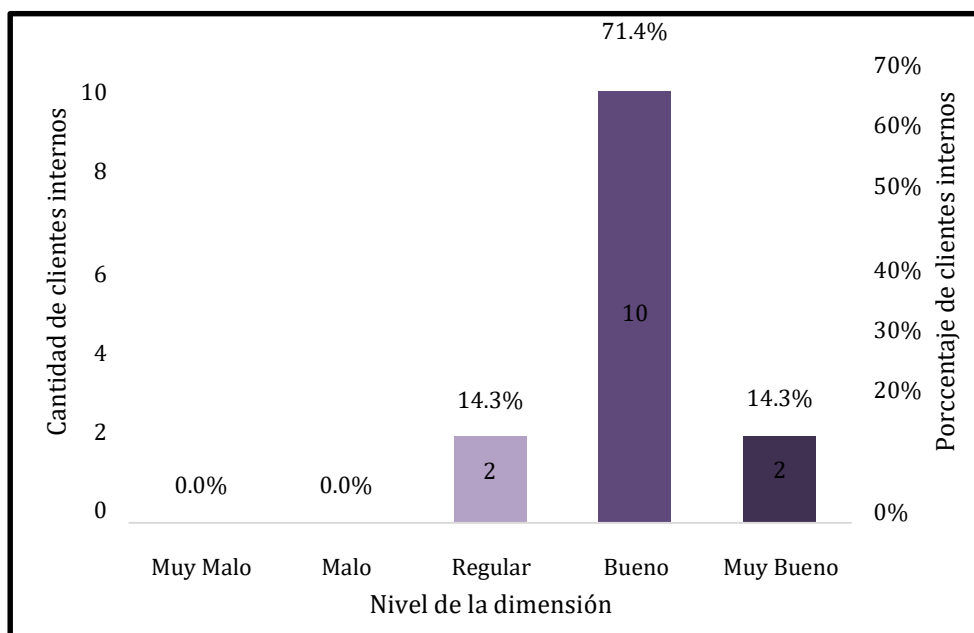


Gráfico 3: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Dirección de la empresa social Yaqua.

En la tabla N° 4, se observa que el mayor porcentaje de la percepción de la gestión administrativa en la dimensión dirección está en un nivel Bueno (71.4% de clientes internos), seguido de un nivel Muy bueno y regular con porcentajes del 14.3% para ambos casos.

Tabla N°3: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Control .de la empresa social Yaqua.

| Nivel de Control | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Muy Malo | 0 | 0.0% |
| Malo | 0 | 0.0% |
| Regular | 1 | 7.1% |
| Bueno | 10 | 71.4% |
| Muy Bueno | 3 | 21.4% |

Fuente: Encuesta de la Gestión Administrativa – Empresa social Yaqua.

Elaborado por el investigador

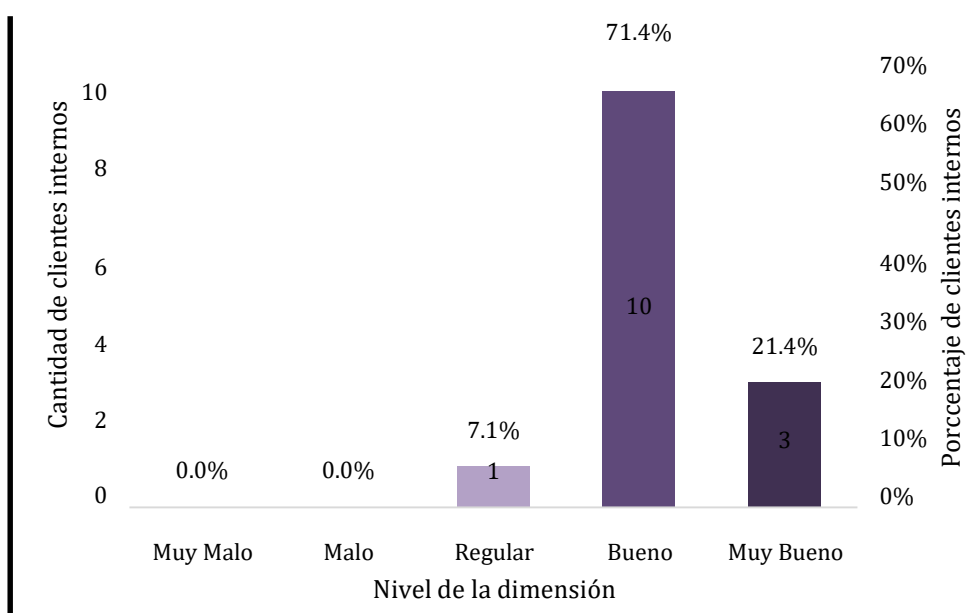


Gráfico 2: Distribución del nivel de la gestión administrativa en la dimensión Control de la empresa social Yaqua.

En la tabla N° 5, se observa que el mayor porcentaje de la percepción de la gestión administrativa en la dimensión control está en un nivel Bueno (71.4% de clientes internos), seguido de un nivel Muy bueno y regular con porcentajes del 21.4% y 7.1% respectivamente.

Tabla N°4: Distribución del nivel de la gestión administrativa de la empresa social Yaqua.

| Nivel de Gestión | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Muy Malo | 0 | 0.0% |
| Malo | 0 | 0.0% |
| Regular | 1 | 7.1% |
| Bueno | 11 | 78.6% |
| Muy Bueno | 2 | 14.3% |

Fuente: Encuesta de la Gestión Administrativa – Empresa social Yaqua.

Elaborado por el investigador

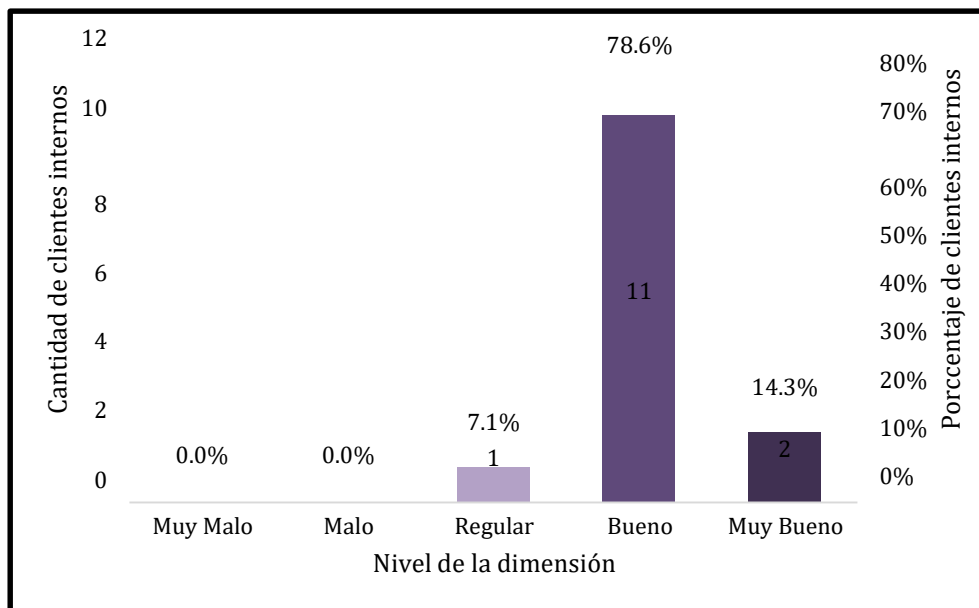


Gráfico 3: Distribución del nivel de la gestión administrativa de la empresa social Yaqua

En la tabla N° 6, se observa que el mayor porcentaje de la percepción de la gestión administrativa está en un nivel Bueno (71.4% de clientes internos), seguido de un nivel Muy bueno y regular con porcentajes del 21.4% y 7.1% respectivamente.

Tabla N°5: Distribución del nivel de calidad del servicio al cliente de la empresa social Yaqua.

| Nivel de la Calidad del Servicio | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------------|------------|------------|
| Muy Malo | 0 | 0.0% |
| Malo | 5 | 11.1% |
| Regular | 14 | 31.1% |
| Bueno | 23 | 51.1% |
| Muy Bueno | 3 | 6.7% |

Fuente: Encuesta de la Calidad de servicio – Empresa social Yaqua.

Elaborado por el investigador

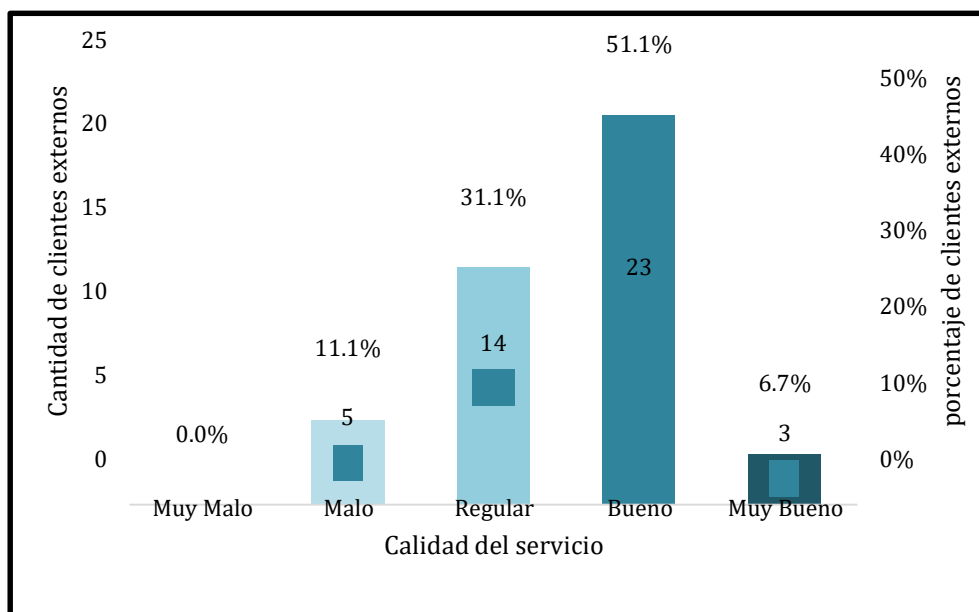


Gráfico 4: Distribución del nivel de calidad del servicio de la empresa social Yaqua.

En la tabla N° 7, se observa que el mayor porcentaje de la percepción de la calidad del servicio está en un nivel Bueno (51.1% de clientes externos), seguido de un nivel Regular con un 31.1%, malo con un 11.1% y Muy bueno con un 6.7%. Aquí se analizó a los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

b) Aplicación de la prueba de Kolmogov – Smirnov

Este análisis se realizó de acuerdo a las respuestas obtenidas de algunas preguntas específicas; tanto del cuestionario de gestión administrativa como de calidad de atención al cliente validado por expertos tienen relación . (Ver Anexo 6).

En esta investigación se han propuesto las siguientes dos hipótesis generales:

H0: Existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, ofrecida por la empresa social Yaqua en el año 2019.

H1: No existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, ofrecida por la empresa social Yaqua en el año 2019.

Según la prueba no paramétrica de muestras independientes Kolmogorov – Smirnov (K – S), para que exista relación entre las variables, la significancia debería ser mayor a 0.05, de caso contrario no existe dicha relación.

Tabla N°8: Prueba de hipótesis de la Gestión administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua.

Resumen de prueba de hipótesis

| | Hipótesis nula | Test | Sig. | Decisión |
|---|--|--|------|----------------------------|
| 1 | La distribución de Gestión administrativa de la empresa Social Yaqua es la misma entre las categorías de Usuarios. | Prueba Kolmogorov-Smirnov de muestras independientes | ,105 | Retener la hipótesis nula. |

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

Fuente: Encuestas clientes externos e internos– Empresa social YAQUA.

Elaborado por el investigador

En la Tabla N° 8, se observa que, en el estudio de la gestión administrativa en general con la calidad de atención al cliente, existe una misma distribución entre las categorías de los usuarios (Clientes internos vs clientes externos); esto porque el nivel de significancia es de 0.105, reteniendo así la hipótesis nula es decir existe relación entre las variables.

Tabla N°9: Prueba de hipótesis de la dimensión de planificación de la Gestión administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua.

Resumen de prueba de hipótesis

| | Hipótesis nula | Test | Sig. | Decisión |
|---|---|--|------|----------------------------|
| 1 | La distribución de Planificación de la empresa Social Yaqua es la misma entre las categorías de Usuarios. | Prueba Kolmogorov-Smirnov de muestras independientes | ,803 | Retener la hipótesis nula. |

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,0

Fuente: Encuestas clientes externos e internos– Empresa social YAQUA.

Elaborado por el investigador

En la tabla N° 9, se observa que, en el estudio de la planificación, dimensión de la gestión administrativa, con la calidad de atención al cliente, arroja como resultado que existe una

misma distribución entre las categorías de los usuarios (Clientes internos vs clientes externos); esto porque el nivel de significancia es de 0.803, reteniendo así la hipótesis nula, afirmando relación entre la planificación y la calidad de atención al cliente.

Tabla N°10: Prueba de hipótesis de la dimensión organización de la Gestión Administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua.

Resumen de prueba de hipótesis

| | Hipótesis nula | Test | Sig. | Decisión |
|---|--|--|------|----------------------------|
| 1 | La distribución de Organización de la empresa Social Yaqua es la misma entre las categorías de Usuarios. | Prueba Kolmogorov-Smirnov de muestras independientes | ,144 | Retener la hipótesis nula. |

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

Fuente: Encuestas clientes externos e internos– Empresa social YAQUA.

Elaborado por el investigador

En la tabla N° 10, se observa que, en el estudio de la organización, dimensión de la gestión administrativa, con la calidad de atención al cliente, arroja como resultado la existencia de una misma distribución entre las categorías de los usuarios (Clientes internos vs clientes externos); esto porque el nivel de significancia es de 0.144, reteniendo así la hipótesis nula, afirmando relación entre la organización y la calidad de atención al cliente.

Tabla N°11: Prueba de hipótesis de la dimensión dirección de la Gestión Administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua.

Resumen de prueba de hipótesis

| | Hipótesis nula | Test | Sig. | Decisión |
|---|---|--|------|----------------------------|
| 1 | La distribución de Dirección de la empresa Social Yaqua es la misma entre las categorías de Usuarios. | Prueba Kolmogorov-Smirnov de muestras independientes | ,286 | Retener la hipótesis nula. |

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

Fuente: Encuestas clientes externos e internos– Empresa social YAQUA.

Elaborado por el investigador

En la Tabla N° 11, se observa que, en el estudio de la dirección, dimensión de la gestión administrativa, con la calidad de atención al cliente, arroja como resultado que existe una misma distribución entre las categorías de los usuarios (Clientes internos vs clientes externos); esto porque el nivel de significancia es de 0.286, reteniendo así la hipótesis nula, afirmando relación entre la dirección y la calidad de atención al cliente.

Tabla N°12: Prueba de hipótesis de la dimensión control de la Gestión Administrativa y la Calidad de atención al cliente de la empresa Social Yaqua.

Resumen de prueba de hipótesis

| | Hipótesis nula | Test | Sig. | Decisión |
|---|---|--|------|----------------------------|
| 1 | La distribución de Control de la empresa Social Yaqua es la misma entre las categorías de Usuarios. | Prueba Kolmogorov-Smirnov de muestras independientes | ,457 | Retener la hipótesis nula. |

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

Fuente: Encuestas clientes externos e internos– Empresa social YAQUA.

Elaborado por el investigador

En la Tabla N° 12, se observa que, en el estudio del control, dimensión de la gestión administrativa, con la calidad de atención al cliente, arroja como resultado que existe una misma distribución entre las categorías de los usuarios (Clientes internos vs clientes externos); esto porque el nivel de significancia es de 0.457, reteniendo así la hipótesis nula, afirmando relación entre el control y la calidad de atención al cliente.

Como resultado de la investigación, nos permite aceptar las hipótesis planteadas para cada una de las dimensiones de gestión administrativa, es decir afirmamos que existe una relación con la calidad de atención al cliente, interpretando que entre a mayores niveles en

la gestión administrativa, mayores serán los niveles de calidad de atención al cliente en la empresa social Yaqua.

CAPÍTULO IV. DISCUSIONES

El objetivo de esta investigación fue determinar si existe relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente, de la empresa Social Yaqua, para lograrlo se llevó a cabo el recojo de información, a través de encuestas, a clientes internos (gestión administrativa) y clientes externos (calidad de servicio al cliente). Una vez realizado el análisis de los datos obtenidos y la presentación de las tablas respectivas, se procedió a contrastar las hipótesis con algunas partes del marco teórico y los antecedentes con los resultados para luego responder a la formulación del problema, cumplir con los objetivos y posteriormente plantear las conclusiones.

Como parte de la teoría se tiene que la gestión administrativa es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz (para satisfacer al cliente) Así, la administración se aplica a organizaciones grandes y pequeñas, empresas lucrativas y no lucrativas y a industrias de manufactura y de servicios. (Weihrich; Koontz & Cannice, 2008).

Por otro lado, se sabe que la calidad de atención al cliente es la adecuación entre las necesidades del cliente y las prestaciones correspondientes que satisfacen esas necesidades. A más adecuación más calidad, a menos adecuación, menos calidad. El elemento clave para lograr un alto nivel de Calidad de Servicio es la capacidad no sólo para satisfacer, sino también para superar las expectativas del cliente. (Álvarez, 1995).

Una vez aclaradas las nociones teóricas, se abre paso al objetivo general que es determinar si existe relación entre la gestión administrativa de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019, con una significancia de la prueba

de Kolmogov – Smirnov de 0,105 ($p < 0,5$) que fundamenta la relación entre ambas variables que se debe a factores específicos estudiados dentro del cuestionario en la variable de gestión administrativa como compromiso y responsabilidad de los clientes internos, coordinación dentro de la empresa, determinación de importancia de actividades para el cumplimiento de objetivos o reprogramación de actividades no ejecutadas. Situaciones que repercuten directamente en la calidad de servicio que reciben los clientes en factores de la segunda variable como disponibilidad de los empleados de Yaqua a ayudarlos, el conocimiento sobre el tema que tienen los mismos, la seguridad que brinda la empresa, el apoyo que reciben de esta entre otros.

Esta relación se afirma también porque se observa que el nivel de la gestión administrativa alcanza a obtener el 78.6% de calificación como Buena y el nivel de la calidad de atención al cliente como Buena es de 51.1% encontrándose la mayoría en el mismo nivel.

Se determina que, si existe relación entre ambas variables, es decir cuando la gestión administrativa se encuentra en un nivel bueno, la calidad de atención al cliente se presenta también en un buen nivel.

Similar sucede en estudio de Salazar (2016) titulado “Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador”, arrojó el resultado de una calidad de servicio buena (52.5%) siendo la tangibilidad su dimensión mejor ponderada, esto porque los clientes afirman estar de acuerdo con el servicio que pensaban recibir (expectativas) y el servicio final que reciben (percepciones) relacionando esto a una buena administración en la empresa, el estudio se hizo siguiendo el análisis de SERVQUAL.

Ortiz, C. (2011), trabajó su tesis sobre el “Sistema de Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad en el servicio del Hotel Andino Real de la ciudad de Ambato” en

Ecuador, donde tiene como objetivo detectar cómo un adecuado Sistema de Gestión Administrativa a través de la calidad afecta a la atención al cliente, para ello aplicaron dos encuestas pero para el análisis solo tomaron dos preguntas claves, una de clientes internos y otra de los externos se logró verificar la hipótesis a través del análisis del Chi Cuadrado que dio como resultado 8.76 lo que comprueba a su hipótesis principal que mientras se implemente un mejor sistema de gestión de administración, mejor será la calidad de servicio ofrecido.

Asimismo, Salas (2015) en la tesis “Sistema de gestión de la calidad para la empresa purificadora y embotelladora de agua Hernández Vicenteño” observó que la gestión administrativa se realiza aún de forma personal y empírica, con una visión subjetiva, sin aplicar conocimientos administrativos que le permitan crecer de una manera sostenible y también afirma que la calidad de servicio que brinda la empresa en estudio no es buena ya que mencionan factores de rechazo como la ausencia de uniformes, falta de identificación para el personal, el equipo de reparto no cuenta con logotipos, falta de mantenimiento en edificio y espacio de trabajo, poca importancia al momento de escuchar necesidades y sugerencias externas, tiempo de espera es prolongado, poca información del servicio brindado.

Así también lo mencionan Moore, K. & Pino, A. (2015) en su investigación “Diseño de estrategias para el mejoramiento en la Gestión del Servicio al cliente en la empresa Enigma Developers S.A.C.”, analizaron su información a través de la observación, la causa y efecto y un diagrama de Pareto, donde los resultados fueron que el 87% de los clientes encuestados no estaban satisfechos con el servicio que recibían y por ende la perspectiva que tienen de la empresa no es la mejor. Esto se debía a problemas administrativos como la baja gestión comercial, ausencia de políticas y procedimientos, además la falta de capacitación del personal en materia de servicios lo que repercutía en su

poca presencia en un mercado tan competitivo. Los dos últimos casos confirman la relación encontrada, porque si la gestión administrativa es mala, se tendrá un mal nivel en calidad de atención al cliente; esto se menciona también en la teoría del autor Evans, J. & Lindsay, W. publicada el 2008 en su libro “Administración y control de calidad”

Finalmente, Velarde, J. (2019). En su tesis “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima Este – 2018” hecha en la Universidad San Ignacio de Loyola donde utilizó a la prueba de Kolmogorov – Smirnov para determinar si existe normalidad o relación entre ambas variables, esto respalda esta investigación con el uso de esta prueba para determinar relación entre variables diferentes de muestras independientes. Se observó que existe normalidad o relación entre sus variables ya que los valores obtenidos fueron mayores a 0.05, aceptando la hipótesis alterna y se rechazando la hipótesis nula. Con lo cual se puede concluir que existe una alta relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción, lo cual significa que la calidad de servicio pueda influir positiva o negativamente en la satisfacción de los usuarios de los hospitales públicos de Lima Este, la calidad como se mencionó depende de la gestión administrativa.

Respecto a los objetivos específicos que son saber si existe relación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la calidad de atención al cliente.

La primera dimensión es la planificación, esta incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos; requiere toma de decisiones, es decir, elegir proyectos de acción futuros de entre alternativas. (Wehrich; Koontz & Cannice, 2008). Con una significancia de 0.803 de la prueba de Kolmogorov – Smirnov, se establece que existe una estrecha relación con la calidad de atención al cliente. Se evidencia por ejemplo que mientras los trabajadores de Yaqua demuestran más su compromiso y responsabilidad por el trabajo que realizan los clientes se sienten mejor atendidos porque notan como la

empresa muestra mayor de interés en ayudarlos y es ahí donde radica el compromiso de los trabajadores.

Esta relación se afirma porque se observa que el nivel de la gestión administrativa en esta dimensión es Bueno a un 71.4%. el mismo nivel que es calificada la calidad de atención por el 51.1% de los clientes. Los trabajadores afirman que existen objetivos, misión y visión clara de la empresa. Indican también que se emplean estrategias y procedimientos adecuados para la planificación, asegurando que el gerente está presente constantemente en este proceso.

Resulta similar si se compara con los hallazgos de Moya, C. & Upiachihua, K. (2016), quienes realizaron un trabajo de investigación de tipo descriptivo titulado “Relación entre la gestión administrativa y el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Química Suiza – Trujillo primer semestre del año 2016” donde a través de la tabulación de los resultados, la observación y una matriz de relación, se obtuvieron como resultado que la Gestión en general logró un nivel moderado positivo de relación con el desempeño de ventas, pero de manera específica sólo la planificación tiene una relación significativa positiva, es decir realmente participa de manera buena en el logro de los objetivos. Sucede lo contrario con Salas, R. (2015) en su tesis de maestría “Sistema de gestión de la calidad para la empresa purificadora y embotelladora de agua Hernández Vicenteño.” porque él observó que en empresa mencionada aún no tenían una buena planificación general como contar con la filosofía organizacional que incluya visión, misión, valores, objetivos y política lo que no le permita dirigirse adecuadamente en dirección a la satisfacción del cliente y partes interesadas.

La segunda dimensión es la organización, que se define como la estructura intencional de funciones en una empresa formalmente organizada; sin embargo, catalogar a una organización como formal no significa que haya algo, o bien inherentemente

inflexible, o bien que la confine en exceso. Es intencional en el sentido de asegurarse que todas las tareas necesarias para lograr metas son asignadas y, se espera, sean asignadas a las personas que mejor pueden realizarlas. Para que un gerente pueda organizar adecuadamente la estructura debe aportar un ambiente en el que el desempeño individual (presente y futuro) contribuya de la manera más efectiva a las metas del grupo. (Wehrich, Koontz & Cannice, 2008). Con una significancia de 0.144 según la prueba de Kolmogorov

– Smirnov, se establece que existe una relación con la calidad de atención al cliente. En casos específicos, uno de ellos es si las actividades dentro de la empresa Yaqua son debidamente coordinadas, esto se nota en el cumplimiento de las actividades que la empresa promete a los clientes hacer con cierto tiempo y logra hacerlas como entregar la cantidad de botellas programadas en buen estado y en el día indicado. También, si los trabajadores asumen sus funciones con responsabilidad, porque los clientes externos pueden notar que los trabajadores tienen el suficiente conocimiento para responder a sus preguntas, es decir mientras con más responsabilidad tomen sus funciones, mayor conocimiento tendrán para brindar a los clientes respondiendo y absolviendo sus dudas, dándoles las mejores opciones en precios, en cobranzas, cantidad de pedido, etc.

Se confirma esta relación porque se ha observado que la organización dentro de la empresa social Yaqua se considera como Buena en un 78.6% al igual que el 51.1% de la calidad de atención al cliente. Indicando que, Yaqua cuenta con un organigrama funcional con los niveles de autoridad establecidos y que las actividades que se realizan en Yaqua son debidamente coordinadas, aunque no se cumplen siempre a cabalidad.

Moore & Pino (2015) en su investigación “Diseño de estrategias para el mejoramiento en la gestión de servicio al cliente en la empresa Enigma Developers S.A.S.” donde afirman que la organización de la empresa en estudio es ponderada como mala porque no tienen un organigrama funcional ni los trabajadores saben específicamente sus

roles y/o responsabilidades y funciones, indicando también que brindan un mal servicio a sus clientes porque crean confusiones y retrasos de tiempo innecesarios.

La dimensión de dirección se refiere a la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la delegación de autoridad, responsabilidad, liderazgo, motivación y comunicación”. (Münch, 2010). Con la prueba de Kolmogorov – Smirnov se encuentra distribución normal por lo tanto relación con la calidad de atención al cliente con una significancia de 0.286, aceptando la hipótesis propuesta. Esto se da porque la información que reciben los trabajadores por parte de los altos mandos es útil e importante para el desarrollo de sus actividades y esto repercute en que esta información sea transmitida a los clientes externos y ellos noten la existencia de una preocupación de la empresa por sus intereses ya sea en organizaciones grandes como Inkafarma, MiFarma y Listo, en consumidores medianos como bodegas o directamente en los consumidores finales.

Se confirma la relación porque se observa que su nivel en la dimensión dirección es Buena a un 71.4% indicando que los clientes internos se encuentran de acuerdo con la forma en que se desarrolla esta parte del proceso administrativo en la empresa al igual que el 51.1% que están de acuerdo con la calidad de atención al cliente. Se indica que los trabajadores de Yaqua participan en la toma de decisiones, se realizan actividades internas para mantener las buenas relaciones, las actitudes favorables y creativas de los trabajadores las estimulan a través de recompensas.

También, Moore, K. y Pino, A. (2015) obtuvieron los mismos resultados porque mencionan que en la empresa que ellos estudiaron Enigma Developers S.A. el nivel de la gestión administrativa en la dimensión dirección es bueno, especialmente en lo que concierne a clima organizacional repercutiendo de manera positiva en la gestión de servicio al cliente. Sucede lo opuesto en la tesis de Salas (2015), porque ahí el gerente no ha o se

han determinado las capacidades del personal para realizar una actividad, de acuerdo a las funciones que realiza. Los requisitos para seleccionar al trabajador han sido establecidos con base al criterio de la directora y debido a la necesidad de cubrir inmediatamente el cargo, se contrata al primer candidato que se presente sin cubrir requisitos, la encargada no le toma importancia a la integración de su equipo, ni crea un ambiente agradable de trabajo y un mal servicio al cliente.

La última dimensión, control, se define como la evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever situaciones para establecer las medidas correctivas necesarias”. (Munch, 2010, p. 172). Se encontró una significancia de 0,457 con la calidad de atención al cliente según la prueba de Kolmogorov - Smirnov. Esto se refleja en que la parte administrativa establece indicadores que facilitan información sobre el cumplimiento de objetivos, lo que ayuda a que los clientes noten una insistencia por parte de la empresa en mantener sus registros exentos de errores como cambiar productos en mal estado, enviar más stock en caso de retraso, disminuir el precio cuando sea un pedido grande. Así también, cuando en Yaqua se reprograman las actividades que no fueron ejecutadas o que necesitan mejorar se transmite esta filosofía para el trato con los clientes, ya que cuando surge un problema la empresa Yaqua muestra un sincero interés por solucionarlo, contacto directo con los encargados de compras para una solución más rápida.

Confirmando porque a través de la observación el nivel de la gestión administrativa en su dimensión control es Buena a un 71.4%, al mismo nivel que la calidad de atención al cliente. Esto porque en Yaqua se administra los recursos en forma equitativa y con transparencia y se realizan capacitaciones para mejorar el desempeño en temas que requieren ser reforzados.

Salas (2015) indica que en su organización en estudio no se realiza encuestas de satisfacción, sólo esporádicamente cuestionan a los clientes directamente sin registrar la

información con la finalidad de conocer el grado en que se satisfacen los requisitos respecto al producto, sin embargo, la falta de registro provoca el olvido impidiendo tomar las medidas necesarias para corregir las inconformidades del producto y mejorar las ventas. En cuanto a los clientes internos no miden sus indicadores de trabajo constantemente y si lo hacen no es con la misma frecuencia y parámetros, todo por una mala gestión administrativa.

CONCLUSIONES

El nivel de la gestión administrativa de la empresa Social Yaqua es bueno, es uno de los pilares para el funcionamiento de la manera más eficaz y eficiente posible, el cual se evidencia en la calidad del servicio que también tiene como resultado un nivel bueno. El grado de relación y distribución entre ellos según la prueba de Kolmogov – Smirnov tiene una significancia de 0.105 lo que conlleva a asegurar, que existe una relación directa entre la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente de la empresa social Yaqua.

La planificación de la empresa Social Yaqua tiene un nivel Bueno, esta dimensión es el primer paso de la gestión administrativa el cual determina por anticipado los objetivos de una empresa, el cómo conseguirlos, y con ello su rumbo; coincide así con los resultados de la calidad del servicio de la empresa Social Yaqua que también es Bueno. El grado de relación y distribución entre ellos según la prueba de Kolmogov – Smirnov es alto con una significancia de 0.803 lo que conlleva a asegurar, que existe una estrecha relación directa entre la planificación y la calidad del servicio al cliente de la empresa social Yaqua.

La organización de la empresa Social Yaqua es tiene un nivel Bueno, siendo esta dimensión la encargada de estructurar e integrar los recursos de los agentes involucrados hasta el término del proceso de venta, lo que coincide con el resultado de la calidad del servicio de la empresa porque también es Buena. El grado de relación y distribución entre

ellos según la prueba de Kolmogov – Smirnov tiene una significancia de 0.144 lo que conlleva a asegurar que existe una relación directa entre la organización y la calidad del servicio al cliente de la empresa social Yaqua.

El resultado con respecto a la dirección de la empresa Social Yaqua es que tiene un nivel Bueno, esta se encarga de la puesta en marcha, guiando a todos los usuarios interno con rumbo al cumplimiento de las metas de la empresa, lo que coincide con el resultado de la calidad del servicio de la empresa Social Yaqua que también tiene un nivel Bueno. El grado de relación y distribución entre ellos según la prueba de Kolmogov – Smirnov tiene una significancia de 0.286 lo que conlleva a asegurar, que existe una relación directa entre la dirección y la calidad del servicio al cliente de la empresa social Yaqua.

Por último, en la dimensión de control, los resultados obtenidos es que se tiene un nivel Bueno, este es el encargado de realizar la medición y corrección del desempeño garantizando para los planes y objetivos de la empresa puedan ser alcanzados, esto coincide con el nivel de calidad del servicio al cliente que también es Bueno. El grado de relación y distribución entre ellos según la prueba de Kolmogov – Smirnov tiene una significancia de 0.457 lo que nos conlleva a aseverar, que existe una relación directa entre el control y la calidad del servicio al cliente de la empresa social Yaqua.

REFERENCIAS

- Alvarez, T. (1995). La Calidad de servicio para la conquista del cliente. Salamanca.
- Caldas, E. Carrion, R. & Heras, J. (2009). Empresa e iniciativa emprendedora. España. Editorial Editex S.A.
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración. México. Mc Graw Hill/ Interamericana Editores.
- Evans, J. & Linday, W. (2008). Administración y el control de la calidad. Cengage Learning Editores. S.A.
- Holguín, D.; Leva, Y. & Carreon, M. (2019). Calidad percibida en el servicio al cliente en el sector de supermercados en la ciudad de Cusco. (Tesis de post grado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14056/HOLGUIN_LEVA_CALIDAD_SUPERMERCADOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Perspectivas, n° 34. Recuperado desde: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Zeithaml, A.; Parasuraman, A. & Berry, L. (1996). Calidad total en la gestión de servicios. España. Ediciones Diaz de Santos S.AC.

Moore, K., & Pino, A. (2015). Diseño de estrategias para el mejoramiento en la gestión del servicio al cliente en la empresa Enigma Deverlopers S.A.S. (Tesis de pre grado). Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Santiago de Cali, Colombia. Recuperado de: https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1044/DISE%C3%91O_ESTRATEGIAS_PARA_MEJORAMIENTO_GESTION_SERVICIO_CLIENTE_EMPRESA_ENIGM%20DEVERLOPERS_S.A.S.pdf?sequence=1.

Moya, C. & Upiachihua, K. (2016). Relación entre la gestión administrativa y el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Química Suiza – Trujillo primero semestre del año 2016. (Tesis de pre grado). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9803/Moya%20Deza%20Cecilia%20Milagros%20-%20%20Upiachihua%20Puerta%20Ketty.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Munch, L. (2010). Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo. México. Pearson Educación S.A.

Ortiz, C. (2011). Sistema de gestión administrativa y su incidencia en la calidad en el servicio del Hotel Andino Real de la ciudad de Ambato. (Tesis de pre grado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1035/1/473%20Ing.pdf>

Ortiz, J. (2009). Historia de la administración. Argentina. El Cid Editor

Salas, R. (2015). Sistema de gestión de la calidad para la empresa purificadora y embotelladora de agua Hernandez Vicenteño. (Tesis de maestría). Universidad Veracruzana, Veracruz, México. Recuperado de:

[https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/47543/SalasSuarezRaimundo.pdf?
sequence=1&isAllowed=y](https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/47543/SalasSuarezRaimundo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Salazar, W. & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo. *Industria Data*, vol. 10, núm 2. Recuperado desde: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>

Sánchez, J. (2017). Gestión administrativa y calidad de servicios de la oficina principal del Banco de la Nación y su influencia en la fidelización de los usuarios en el periodo 2015. (Tesis de pre grado). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1007/SANCHEZ%20MANZANARES%2C%20JUAN%20MANUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, G. (2011). *Administración de empresas*. España. Ediciones Pirámide.

Velarde, J. (2019). Relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima Este- 2018. (Tesis de pre grado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8822/1/2019_Canzio-Meneses.pdf

ANEXOS

ANEXO 01: ESCALA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Normas de Corrección: El puntaje total resulta de sumar las puntuaciones alcanzadas en las respuestas a cada ítem. Las puntuaciones utilizadas son: 5 Totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indeciso, 2 en desacuerdo, 1 total desacuerdo. Los puntajes altos significan muy buena gestión administrativa y los puntajes bajos muy mala gestión administrativa.

CATEGORÍAS DIAGNOSTICAS DE LA ESCALA DE "GESTIÓN ADMINISTRATIVA"

| Gestión administrativa | Dimensiones | | | | PT |
|------------------------|---------------|--------------|-----------|---------|------------------------|
| | Planificación | Organización | Dirección | Control | Gestión administrativa |
| Muy Malo | 4 - 6 | 4 - 6 | 6 - 10 | 4 - 6 | 18 - 31 |
| Malo | 7 - 10 | 7 - 10 | 11 - 15 | 7 - 10 | 32 - 46 |
| Regular | 11 - 13 | 11 - 13 | 16 - 20 | 11 - 13 | 47 - 61 |
| Bueno | 14 - 17 | 14 - 17 | 21 - 25 | 14 - 17 | 62 - 76 |
| Muy Bueno | 18 - 20 | 18 - 20 | 26 - 30 | 18 - 20 | 77 - 90 |

Finalidad: Medir el nivel de la gestión administrativa en la empresa Social Yaqua de acuerdo a las dimensiones: Planificación, organización, dirección y control.

Componentes: La gestión administrativa constan de 18 proposiciones asociadas a sus 4 dimensiones de la siguiente manera:

Planificación: (4 ítems). Determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para conseguirlos. Son: 1, 2,3,4

Organización: Determina las actividades específicas necesarias para el logro de los objetivos planeados (especialización) (4 ítems). Ítems: 5,6,7,8

Dirección: (6 Ítems) ítems: Se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores y sus respectivos subordinados en todos los niveles de la organización, mediante la adecuada comunicación y habilidad de liderazgo y motivación. 9,10,11,12,13,14

Control: (4 ítems) ítems: Vigila el desempeño real, se compara con las metas fijadas con antelación y se emprenden las acciones que hicieran falta para corregir las desviaciones significativas 15,16,17,18.

Encuesta dirigida a los trabajadores de la Empresa Social Yaqua en el año 2019.

Objetivo: La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene como finalidad identificar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, ofrecida por la empresa social Yaqua. La respuesta es anónima por lo que se agradecerá que conteste todos los ítems con la mayor sinceridad y veracidad.

Indicaciones: Lea detenidamente cada enunciado del cuestionario y marque con un aspa (x), la opinión como respuesta que escogió según su convicción. Las respuestas serán puntuadas en una escala del 1 a 5, donde 1 es **totalmente en desacuerdo** y 5 es **totalmente de acuerdo**.

| DIMENSIÓN PLANIFICACIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Planificación estratégica | | | | | |
| 1. En Yaqua están bien definidos los objetivos, la misión y visión. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. En Yaqua se emplean las estrategias y procedimientos adecuados en la planificación de las actividades. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Planificación funcional | | | | | |
| 3. El gerente de planifica las capacitaciones o asesoramientos permanentes a los trabajadores de Yaqua. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Planificación operativa | | | | | |
| 4. Los trabajadores demuestran compromiso y responsabilidad por el trabajo que realizan. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| DIMENSION ORGANIZACIÓN | | | | | |
| Estructura organizacional | | | | | |
| 5. Yaqua cuenta con un organigrama funcional. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Las actividades que se realizan en Yaqua son debidamente coordinadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Manuales y funciones | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 7. Los trabajadores de Yaqua asumen sus funciones con responsabilidad. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. En Yaqua tienen los niveles de autoridad debidamente establecidos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| DIMENSIÓN DE DIRECCIÓN | | | | | |
| Delegación de autoridad | | | | | |
| 9. Los trabajadores de Yaqua participan en la toma de decisiones. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Responsabilidad | | | | | |
| 10. Las actividades se realizan respetando los cronogramas establecidos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Yaqua exige compromiso y responsabilidad en el cumplimiento de las actividades programadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Liderazgo | | | | | |
| 12. En Yaqua realizan actividades para mantener las buenas relaciones entre los trabajadores. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Motivación y Comunicación | | | | | |
| 13. Las actitudes favorables y creativas de los trabajadores las estimulan a través de recompensas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. La información que recibe es útil e importante para el desarrollo de sus actividades. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| DIMENSIÓN CONTROL | | | | | |
| Medición de resultado | | | | | |
| 15. En Yaqua se administra los recursos en forma equitativa y con transparencia. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. En Yaqua se han establecido indicadores que facilitan información sobre el cumplimiento de los objetivos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Retroalimentación | | | | | |
| 17. En Yaqua se reprograman las actividades no ejecutadas o que necesiten mejorar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 18. En Yaqua se realizan capacitaciones para mejorar el desempeño en temas que requieren ser reforzados. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|

Fuente: Adaptada del cuestionario de Huaman, R. (2018)

Elaborada por el investigador

ANEXO 02: ESCALA DE CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE

Normas de Corrección: El puntaje total resulta de sumar las puntuaciones alcanzadas en las respuestas a cada ítem. Las puntuaciones utilizadas son: 5 Totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indeciso, 2 en desacuerdo, 1 total desacuerdo. Los puntajes altos significan muy buena calidad de servicio al cliente y los puntajes bajos muy mala calidad de servicio.

CATEGORÍAS DIAGNOSTICAS DE LA ESCALA DE "CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE"

| Calidad de servicio | Dimensiones | | | | | PT |
|---------------------|---------------------|------------|------------------------|-----------|---------|---------------------|
| | Elementos tangibles | Fiabilidad | Capacidad de respuesta | Seguridad | Empatía | Calidad de servicio |
| Muy Malo | 4 - 6 | 5 - 8 | 4 - 6 | 4 - 6 | 5 - 8 | 22 - 39 |
| Malo | 7 - 10 | 9 - 12 | 7 - 10 | 7 - 10 | 9 - 12 | 40 - 57 |
| Regular | 11 - 13 | 13 - 17 | 11 - 13 | 11 - 13 | 13 - 17 | 58 - 75 |
| Bueno | 14 - 17 | 18 - 21 | 14 - 17 | 14 - 17 | 18 - 21 | 76 - 93 |
| Muy Bueno | 18 - 20 | 22 - 25 | 18 - 20 | 18 - 20 | 22 - 25 | 94 - 110 |

Finalidad: Medir el nivel de la calidad de servicio de la empresa Social Yaqua de acuerdo a las dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía

Componentes: La calidad de servicio al cliente consta de 22 proposiciones asociadas a sus 5 dimensiones de la siguiente manera:

Elementos tangibles: (4 ítems). Apariencia de las instalaciones físicas, productos, personal y materiales de comunicación. Son: 1, 2,3,4

Fiabilidad: Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa (5 ítems). Ítems: 5,6,7,8,9

Capacidad de respuesta: (4 ítems). Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. Ítems 10,11,12,13

Seguridad: (4 Ítems) Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. ítems: 14,15,16,17

Empatía: (5 ítems) Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores. ítems:18,19,20,21,22

Encuesta dirigida a los clientes de la Empresa Social Yaqua en año 2019.

Objetivo: La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene como finalidad identificar la relación que existe entre la Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, ofrecida por la empresa social Yaqua. La respuesta es sólo con fines de estudio por lo que se agradecerá que conteste todos los ítems con la mayor sinceridad y veracidad.

Indicaciones: Lea detenidamente cada enunciado del cuestionario y marque con un aspa (x), la opinión como respuesta que escogió según su convicción. Las respuestas serán puntuadas en una escala del 1 a 5, donde 1 es **totalmente en desacuerdo** y 5 es **totalmente de acuerdo**.

CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE - SERVQUAL

| Elementos tangibles | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. La empresa Yaqua tiene equipos de apariencia moderna. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Las instalaciones físicas de la empresa Yaqua son visualmente atractivas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Los trabajadores de la empresa Yaqua tienen apariencia pulcra. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 4. En la empresa Yaqua los elementos materiales relacionados con el servicio (Folletos, estados de cuenta, etc.) son visualmente atractivos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Fiabilidad | | | | | |
| 5. Cuando la empresa Yaqua promete hacer algo con cierto tiempo, lo hace. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Cuando un cliente tiene un problema, la empresa Yaqua muestra un sincero interés por solucionarlo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. La empresa Yaqua realizó bien el servicio la primera vez que lo requirió. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. La empresa Yaqua concluye el servicio en el tiempo prometido. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. La empresa Yaqua insiste en mantener registros exentos de errores. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Capacidad de respuesta | | | | | |
| 10. En la empresa Yaqua los empleados comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. En la empresa Yaqua los empleados ofrecen un servicio rápido a los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. En la empresa Yaqua los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. En la empresa Yaqua los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Seguridad | | | | | |
| 14. El comportamiento de los empleados de la empresa Yaqua transmite confianza a sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 15. Los clientes de la empresa Yaqua se sienten seguros con sus transacciones con la organización. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. En la empresa Yaqua los empleados son siempre amables con los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. En Yaqua los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Empatía | | | | | |
| 18. La empresa Yaqua da una atención individualizada a sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. La empresa Yaqua tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. La empresa Yaqua tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. La empresa Yaqua se preocupa por los intereses de sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. Los empleados de la empresa Yaqua comprenden las necesidades específicas de sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Fuente: Adaptada del cuestionario del Modelo SERVQUAL

Elaborado por el investigador

Anexo 3:

Matriz de consistencia

| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES E INDICADORES | METODOLOGIA |
|---|--|--|---|---|
| ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa de la Empresa social Yaqua con la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019? | Determinar si existe relación entre la gestión administrativa de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019. | Existe relación entre la gestión administrativa de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019. | <p>Variable independiente: Gestión Administrativa</p> <p>Variable dependiente: Calidad de atención al cliente.</p> | <p>Descriptiva</p> <p>Cuantitativa</p> <p>Transversal</p> |
| PROBLEMAS ESPECIFICOS | OBJETIVOS ESPECIFICOS | HIPOTESIS ESPECIFICAS | POBLACIÓN Y MUESTRA | INSTRUMENTOS |
| ¿Qué relación existe entre la planificación de la Empresa Social Yaqua con la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019? | Determinar si existe relación entre la planificación de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019. | Existe relación entre la planificación de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019. | <p>Población: La población a investigar corresponde a los clientes internos o trabajadores que la empresa y los clientes externos activos que han realizado compras mayores a quince paquetes de agua durante el año 2019.</p> <p>Muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muestra 1: Los 14 trabajadores de Yaqua. | <p>Recolección de datos: Encuesta</p> <p>Análisis de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario clientes internos - Cuestionario clientes externos. |

| | | | | |
|---|---|---|-------------------------------|--|
| <p>¿Qué relación existe entre la organización de la Empresa Social y la calidad de servicio al cliente que brindan en el año 2019?</p> | <p>Determinar si existe relación entre la organización de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente que brindan en el año 2019.</p> | <p>Existe relación entre la organización de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.</p> | <p>- 45 clientes externos</p> | |
| <p>¿Qué relación existe entre la dirección de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente que brindan en el año 2019?</p> | <p>Determinar si existe relación entre la dirección de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente que brindan en el año 2019.</p> | <p>Existe relación entre la dirección de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.</p> | | |
| <p>¿Qué relación existe entre el control de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente que brindan en el año 2019?</p> | <p>Determinar si existe relación entre el control de la Empresa Social Yaqua y la calidad de servicio al cliente que brindan en el año 2019.</p> | <p>Existe relación entre el control de la empresa social Yaqua y la calidad de servicio al cliente, ofrecida en el año 2019.</p> | | |

Elaborado por el investigador

Anexo 4: Constancia de validación de expertos

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA SOCIAL YAQUA

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validación de un cuestionario basado en el cuestionario usado por Huamán, R. (2018) en su tesis "La gestión administrativa en el Nivel de Educación Superior Tecnológico - Público - Cajamarca". El contenido de mi instrumento está derivado a partir de la **GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA SOCIAL YAQUA**. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en base a: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala. Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

| | | | |
|---|----------------------------|-------------|---------------|
| Nombre y Apellido | Emilio José Chacobar Rojas | | |
| Sexo: | Variante | Mujer | |
| Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título) | 10 años | | |
| Grado académico: | Bachiller | Magister | Doctor |
| Área de Formación académica | Clinica | Educativa | Social |
| Áreas de experiencia profesional | Organizacional | Otro: | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área | 2 a 4 años | 5 a 10 años | 10 años o más |

II. Breve explicación del constructo

La autoestima puede conceptualizarse como: Es un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características y puede ser dividida en positiva y negativa.

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la autoestima se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem "Nada relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 0), "poco relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 1), "relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 2) y "completamente relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 3).

| | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------------|------------------------------------|
| <i>Nada relevante</i> | <i>Poco relevante</i> | <i>Relevante</i> | <i>Totalmente relevante</i> |
| 0 | | 2 | 3 |

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem "No es coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 0), "poco coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 1), "coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 2) y "totalmente coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 3).

| | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------------|------------------------------------|
| <i>Nada coherente</i> | <i>Poco coherente</i> | <i>Coherente</i> | <i>Totalmente coherente</i> |
| 0 | 1 | 2 | 0 |

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de "Nada Claro" (0 punto), "medianamente claro" (puntaje 1), "claro" (puntaje 2), "totalmente claro" (puntaje 3).

| | | | |
|-------------------|-------------------|--------------|--------------------------------|
| <i>Nada claro</i> | <i>Poco claro</i> | <i>Claro</i> | <i>Totalmente claro</i> |
| 0 | | 2 | 3 |

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA SOCIAL YAQUA

Estimado(a) experto(a):

Reaba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle sobre el cuestionario basado en el cuestionario usado por Huamán, R. (2018) en su tesis "la gestión administrativa en el nivel de la Educación Superior Teológico - Público - Cajamarca". El contenido de mi instrumento está dirigido a la GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA SOCIAL YAQUA. En ese sentido, solicito pueda evaluar los ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar los ítems en la encuesta. Antes es necesario *completar* algunos datos generales:

I. Datos Generales

| | | | |
|--|---|-------------|---------------|
| Nombre y Apellido | Eduardo José Rodríguez | | |
| Sexo: | V <input type="checkbox"/> Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer | | |
| Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título) | 10 años | | |
| Grado académico: | Bachiller | Maestro | Doctor |
| Área de Formación académica | Clínica | Educativa | Social |
| | Organizacional | Otro: | |
| Áreas de experiencia profesional | Organizacional, Social, Educativa, Clínica, Bachiller | | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área | 2 a 4 años | 5 a 10 años | 10 años a más |

II. Breve explicación del constructo

La autoestima puede conceptualizarse como: Es un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características y puede ser dividida en positiva y negativa.

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la autoestima se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem "Nada relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 0), "poco relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 1), "relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 2) y "completamente relevante para evaluar la autoestima" (puntaje 3).

| Nada relevante | Poco relevante | Relevante | Totalmente relevante |
|----------------|----------------|-----------|----------------------|
| 0 | | 2 | 3 |

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem "No es coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 0), "poco coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 1), "coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 2) y "totalmente coherente para evaluar la autoestima" (puntaje 3).

| Nada coherente | Poco coherente | Coherente | Totalmente coherente |
|----------------|----------------|-----------|----------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 |

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de "Nada Claro" (0 punto), "medianamente claro" (puntaje 1), "claro" (puntaje 2), "totalmente claro" (puntaje 3)

| Nada claro | Poco claro | Claro | Totalmente claro |
|------------|------------|-------|------------------|
| 0 | | 2 | 3 |

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA SOCIAL YAQUA

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando un estudio de un cuestionario basado en el cuestionario usado por Huamán, R. (2018) en su tesis 'La gestión administrativa en la institución de Educación Superior Tecnológico - Público - Cajamarca'. El contenido de mi instrumento está destinado a medir la **GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA SOCIAL YAQUA**. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 18 ítems de los criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala. Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

| | | | |
|--|----------------|-------------|----------|
| Nombre y Apellido | [Redacted] | | |
| Sexo: | V, a i 6 1 f | Mujer | |
| Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título) | /s ? | | |
| Grado académico: | Bachiller | Doctor | |
| Área de Formación académica | Clinica | Educa | Social |
| | Organizacional | Otro: | |
| Áreas de experiencia profesional | | | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área | 2 a 4 años | 5 a 10 años | 10 o mas |

II. Breve explicación del constructo

La autoestima puede conceptualizarse como: Es un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características y puede ser dividida en positiva y negativa.

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la autoestima se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem 'Nada relevante para evaluar la autoestima' (puntaje 0), 'poco relevante para evaluar la autoestima' (puntaje 1), 'relevante para evaluar la autoestima' (puntaje 2) y 'completamente relevante para evaluar la autoestima' (puntaje 3).

| | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------------|-----------------------------|
| <i>Nada relevante</i> | <i>Poco relevante</i> | <i>Relevante</i> | <i>Totalmente relevante</i> |
| 0 | 1 | 2 | 3 |

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo, su calificación varía de 0 a 4: El ítem 'No es coherente para evaluar la autoestima' (puntaje 0), 'poco coherente para evaluar la autoestima' (puntaje 1), 'coherente para evaluar la autoestima' (puntaje 2) y 'totalmente coherente para evaluar la autoestima' (puntaje 3).

| | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------------|-----------------------------|
| <i>Nada coherente</i> | <i>Poco coherente</i> | <i>Coherente</i> | <i>Totalmente coherente</i> |
| 0 | 1 | 2 | 3 |

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de 'Nada Claro' (0 punto), 'medianamente claro' (puntaje 1), 'claro' (puntaje 2), 'totalmente claro' (puntaje 3).

| | | | |
|-------------------|-------------------|--------------|-------------------------|
| <i>Nada claro</i> | <i>Poco claro</i> | <i>Claro</i> | <i>Totalmente claro</i> |
| 0 | 1 | 2 | 3 |

[Handwritten signature]
17/10/2019

Anexo 5: Confiabilidad de los instrumentos

ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Tabla 2: Estadísticos de fiabilidad de instrumentos

| Variables | Alfa de Cronbach | N° de elementos |
|------------------------|------------------|-----------------|
| Gestión Administrativa | 0.788 | 18 |
| Calidad de Servicio | 0.912 | 22 |

Fuente: Spss 24

Tabla 3: Confiabilidad de resultados - Clasificación de Kuder Richardson

| Valores | Interpretación |
|--------------------|--------------------------------|
| 0,53 a menos | Nula confiabilidad |
| 0,54 a 0,59 | Baja confiabilidad |
| 0,60 a 0,65 | Confiable |
| 0,66 a 0,71 | Muy confiable |
| 0,72 a 0,99 | Excelente confiabilidad |
| 1,00 | Perfecta confiabilidad |

Fuente: Según el cuadro de Kuder Richardson.

Según el cuadro de clasificación del nivel de fiabilidad de los cuestionarios propuesto por Kuder Richardson, el resultado de confiabilidad de ambos instrumentos de esta investigación se ubica en el rango de 0,72 a 0,99, lo que significa que tienen una excelente confiabilidad para su aplicación. El resultado para la variable independiente es de 0.788 mientras que la variable dependiente tiene mayor grado de confiabilidad ya que llega a 0.912.

Anexo 6: Preguntas relacionadas por dimensión

| GESTIÓN ADMINISTRATIVA // CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE | ÍTEM | ÍTEM |
|---|--|--|
| PLANIFICACIÓN | 4.- Los trabajadores demuestran compromiso y responsabilidad por el trabajo que realizan. | 12.- En la empresa Yaqua los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes. |
| ORGANIZACIÓN | 6.- Las actividades que se realizan en Yaqua son debidamente coordinadas. | 5.- Cuando la empresa Yaqua promete hacer algo con cierto tiempo, lo hace. |
| ORGANIZACIÓN | 7.- Los trabajadores de Yaqua asumen sus funciones con responsabilidad. | 17.- En Yaqua los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes. |
| DIRECCIÓN | 14.- La información que recibe es útil e importante para el desarrollo de sus actividades. | 21.- La empresa Yaqua se preocupa por los intereses de sus clientes. |
| CONTROL | 16.- En Yaqua se han establecido indicadores que facilitan información sobre el cumplimiento de los objetivos. | 1.- La empresa Yaqua insiste en mantener registros exentos de errores. |
| CONTROL | 17.- En Yaqua se reprograman las actividades no ejecutadas o que necesiten mejorar. | 6.- Cuando un cliente tiene un problema, la empresa Yaqua muestra un sincero interés por solucionarlo. |

Elaborado por el investigador