



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales**

**TESIS**

**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON LA  
CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA MIVISA  
PERÚ S.A.C. PARACAS - PISCO 2016**

**Presentada por:**

**Bach. Pilar Katy Cruz Calcina**

**Para optar Título Profesional de:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ICA – PERÚ**

**2017**

**‘LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON  
LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA  
EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C. PARACAS- PISCO  
2016’**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, que constituyen el motor que impulsa mi vida, y a mi familia por apoyarme y aconsejarme, darme fuerza para ser mejor cada día, lograr las metas propuestas y mantener vivo mi deseo de superación.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi Alma Mater; Universidad Alas Peruanas de la Filial Ica, por acogerme en sus aulas e invitarme a seguir asimilando conocimientos humanísticos, científicos y tecnológicos que enriquecen mi vida profesional y personal.

A mis distinguidos profesores de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Empresariales y Educación de la Universidad Alas Peruanas de la Filial Ica por sus invaluable enseñanzas que acrecentaron y estimularon mi afán por la investigación.

A los directivos y personal jerárquico de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco, por su participación y asequibilidad al estudio, lo que ha posibilitado desarrollar en su amplitud la presente tesis.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas - Pisco, en el año 2016.

Esta investigación es de tipo básica y de nivel relacional, es decir, se ha buscado determinar la relación existente entre las variables de estudio, utilizándose para ello el diseño no experimental de naturaleza correlacional; para la cual, se trabajó con dos poblaciones: la 1º estuvo conformada por 42 participantes (trabajadores de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.) y la 2º estuvo conformada por 24 participantes (clientes de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.) quedando la muestra conformada por dos muestras equivalentes al mismo número de la población; a quienes se les aplicó dos cuestionarios para determinar la relación entre las variables de estudio (gestión administrativa y calidad del servicio al cliente). Asimismo, el método utilizado en la presente investigación fue el cuantitativo y en cuanto al método de procesamiento de datos se ha empleado la estadística descriptiva e inferencial.

Los resultados de la investigación reflejan que existe relación directa y significativa entre las variables de estudio: Gestión administrativa y Calidad del servicio al cliente; ya que se ha obtenido un coeficiente de correlación de Pearson de 0.814; que indica una eficiente gestión administrativa le corresponde una eficiente calidad del servicio al cliente, o en su defecto a una deficiente gestión administrativa le corresponde una deficiente calidad del servicio al cliente, y ello es así por ambas variables están altamente relacionadas.

**Palabras clave:** Gestión, gestión administrativa, planificación, organización, dirección, control, calidad, servicio, cliente.

## ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the relationship between administrative management and the quality of customer service in the Company MIVISA PERÚ S.A.C. Of Paracas - Pisco, in the year 2016.

This research is of basic type and relational level, that is to say, we have tried to determine the relationship between the study variables, using for this the non-experimental design of a correlational nature; For which we worked with two populations: the first was made up of 42 participants (employees of the MIVISA PERÚ SAC Company) and the second was made up of 24 participants (clients of the MIVISA PERÚ SAC Company) and the sample was made up of two samples Equivalent to the same number of the population; Who were given two questionnaires to determine the relationship between the study variables (administrative management and quality of customer service). Likewise, the method used in the present investigation was the quantitative one and as far as the method of data processing has been used the descriptive and inferential statistics.

The results of the research reflect that there is a direct and significant relationship between the study variables: Administrative management and Quality of customer service; Since a Pearson correlation coefficient of 0.814 was obtained; That indicates an efficient administrative management corresponds to an efficient quality of the service to the client, or in failing to a deficient administrative management corresponds to a poor quality of the service to the client, and this is because both variables are highly related.

**Keywords:** Management, administrative management, planning, organization, management, control, quality, service, customer

## ÍNDICE

TÍTULO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT .....	vi
ÍNDICE .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	x
INTRODUCCIÓN .....	xi
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del problema .....	3
1.2.1. Problema general.....	3
1.2.2. Problemas específicos .....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1. Objetivo general .....	4
1.3.2. Objetivos específicos .....	4
1.4. Justificación del estudio .....	4
1.5. Limitaciones de la investigación .....	7
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
2.1. Antecedentes del estudio.....	8
2.2. Bases teóricas .....	19
2.3. Definición de términos .....	38
2.4. Hipótesis.....	43
2.4.1. Hipótesis general .....	43
2.4.2. Hipótesis específicas.....	44
2.5. Variables.....	44

2.5.1. Definición conceptual de la variable .....	44
2.5.2. Definición operacional de la variable.....	46
2.5.3. Operacionalización de la variable .....	47
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....</b>	<b>48</b>
3.1. Tipo y nivel de investigación .....	48
3.2. Descripción del ámbito de la investigación .....	49
3.3. Población y muestra .....	49
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos .....	51
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento .....	53
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos.....	56
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....</b>	<b>58</b>
4.1. Presentación e interpretación de resultados.....	58
4.1.1. Resultados de la variable X: Gestión Administrativa.....	58
4.1.2. Resultados de la variable Y: Calidad del Servicio al Cliente .....	69
4.2. Contrastación de hipótesis .....	80
4.2.1. Contrastación de la hipótesis general .....	80
4.2.2. Contrastación de las hipótesis específicas .....	81
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....</b>	<b>85</b>
5.1. Discusión de resultados.....	85
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>88</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>90</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>91</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>94</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Población 1 de estudio	50
Tabla 2	Población 2 de estudio	50
Tabla 3	Resultados obtenidos sobre la gestión administrativa en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	59
Tabla 4	Resultados obtenidos sobre la dimensión 1: planificación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	61
Tabla 5	Resultados obtenidos sobre la dimensión 2: organización en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	63
Tabla 6	Resultados obtenidos sobre la dimensión 3: dirección en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	65
Tabla 7	Resultados obtenidos sobre la dimensión 4: control en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	67
Tabla 8	Resultados obtenidos sobre la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	70
Tabla 9	Resultados obtenidos sobre la dimensión 1: accesibilidad y comunicación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	72
Tabla 10	Resultados obtenidos sobre la dimensión 2: capacidad de respuesta en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	74
Tabla 11	Resultados obtenidos sobre la dimensión 3: calidad profesional en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	76
Tabla 12	Resultados obtenidos sobre la dimensión 4: calidad personal en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	78
Tabla 13	Prueba de la hipótesis general	80
Tabla 14	Prueba de la hipótesis específica N° 1	81
Tabla 15	Prueba de la hipótesis específica N° 2	82
Tabla 16	Prueba de la hipótesis específica N° 3	83
Tabla 17	Prueba de la hipótesis específica N° 4	84

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Resultados obtenidos sobre la gestión administrativa en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	60
Gráfico 2	Resultados obtenidos sobre la dimensión 1: planificación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	62
Gráfico 3	Resultados obtenidos sobre la dimensión 2: organización en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	64
Gráfico 4	Resultados obtenidos sobre la dimensión 3: dirección en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	66
Gráfico 5	Resultados obtenidos sobre la dimensión 4: control en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	68
Gráfico 6	Resultados obtenidos sobre la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	70
Gráfico 7	Resultados obtenidos sobre la dimensión 1: accesibilidad y comunicación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	72
Gráfico 8	Resultados obtenidos sobre la dimensión 2: capacidad de respuesta en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	74
Gráfico 9	Resultados obtenidos sobre la dimensión 3: calidad profesional en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	76
Gráfico 10	Resultados obtenidos sobre la dimensión 4: calidad personal en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C	78

## INTRODUCCIÓN

Según Malaver (2004) la necesidad de mejorar los productos y servicios, reducir errores y defectos y mejorar la productividad, han sido siempre objetivos esenciales de las empresas enfocados a crear una ventaja competitiva en los mercados, logrando alcanzar los estándares de calidad establecidos por los clientes. Conforme más negocios compiten en servicio, el éxito en estos mercados demanda ciclos de introducción del producto y de los servicios cada vez más breves y una más rápida respuesta a los clientes. Para lograr esto, una compañía debe ser capaz de identificar lo que es hoy (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), y lo que desea ser mañana (visión); debe además, conocer qué es realmente lo que el cliente desea recibir (calidad esperada) para diseñar, finalmente, el camino estratégico que le permitirá llegar a la meta.

Conocer al cliente, es realmente, la ventaja competitiva de las empresas. La voz del cliente es la principal herramienta con que cuentan las organizaciones, hoy día, para la planeación estratégica, el diseño de nuevos productos y / o servicios, mejora de la calidad, entre otros. Por consiguiente, un programa de servicio al cliente debe brindar en todo momento satisfacción, debe tener la flexibilidad y visión necesaria para cumplir con las expectativas siempre crecientes de los clientes. En ese sentido, la gestión administrativa que se desarrolla dentro de una organización empresarial juega un papel muy importante ya que permite controlar, administrar y asegurar la calidad del producto o servicio que se brinda al cliente a fin de que este quede satisfecho con lo recibe.

El presente trabajo de investigación se ha estructurado en cinco capítulos, considerando lo establecido por la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias

Empresariales y Educación de la Universidad Alas Peruanas de la Filial Ica, como a continuación se detalla:

En el Capítulo I: Problema de investigación, se presenta el planteamiento de la problemática, la formulación del problema, los objetivos, así como la justificación y limitaciones del estudio.

En el Capítulo II: Marco teórico, se presentan a los antecedentes de la investigación, las bases teóricas así como las definiciones de términos, también se encuentran las hipótesis y variables del estudio.

En el Capítulo III: Metodología de la investigación, se desarrolla el tipo y nivel de la investigación, la descripción del ámbito de la investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos empleados así como el plan de recolección y procesamiento de los mismos.

En el Capítulo IV: Resultados: se describen, analizan e interpretan los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos (cuestionarios), sobre la base de las variables, dimensiones e indicadores propuestos y se desarrolla la estadística paramétrica ( $r$  de Pearson) para demostrar mediante el razonamiento lógico las hipótesis de investigación.

En el Capítulo V: Discusión: se desarrolla un discusión tomando como referencia los resultados obtenidos, los antecedentes de investigación y las bases teóricas de las variables de estudio.

Finalmente, en las páginas complementarias se presentan las respectivas conclusiones, recomendaciones, fuentes bibliográficas y anexos del estudio.

## **CAPÍTULO I EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

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

Hoy en día en un mundo totalmente globalizado, concepto que de acuerdo con Guajardo (1996) comienza aparecer en los años sesenta en materia de comercio internacional, es el proceso por el que, la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas, mismo proceso que señala la necesidad de incorporar en las estructuras de las organizaciones empresariales, adecuados sistemas de gestión para obtener la calidad del producto o servicio, que les permitan, ser más competitivas, obtener la fidelidad de los clientes, y asegurar la permanencia en el mercado principalmente. Es así que la globalización ha generado una serie de cambios en el mundo organizacional provocando de manera particular un gran impacto en las estructuras políticas y administrativas de las entidades e instituciones públicas y privadas, las cuales exigen modernizaciones y significativos progresos en relación a los nuevos estilos de gestión administrativa para responder a las demandas de la sociedad actual.

Al respecto, la implementación de un efectivo sistema de gestión administrativa, sirve de soporte para la realización de las diversas actividades programadas para el éxito de la empresa, como es el caso de la Empresa objeto de estudio MIVISA PERÚ S.A.C., que es una empresa del sector metal gráfico que se dedica a la fabricación de envases metálicos para productos agroalimentarios (conservas vegetales y frutas, productos cárnicos y pescados) en donde se busca la calidad del servicio que se brinda a los clientes para lo cual se cuenta con una adecuada y especializada asistencia profesional en razón a las características que exige el rubro de la empresa con el fin de que a través del tiempo pueda consolidarse en el mercado. Es así que para que la gestión administrativa sea eficiente y eficaz en la empresa es necesario incorporar nuevas herramientas administrativas; las mismas que han de permitir emplear de manera adecuada los recursos disponibles para el éxito de la empresa en el competitivo mercado actual.

También es importante conocer la calidad de los servicios que se ofrecen, ya sea que el destinatario de los mismos se le llame clientes o consumidores. A finales del siglo pasado, la calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y a ser considerada como un elemento básico para destacar y darle un valor agregado a las entidades e instituciones, por lo que los procesos de atención y de servicios al usuario dentro de las organizaciones, representan uno de los factores claves de éxito en beneficio de la empresa y del cliente o usuario que logra satisfacer sus necesidades, ya que los clientes son la razón de ser en toda la cadena de procesos de las diversas organizaciones de servicios.

De acuerdo con las circunstancias señaladas en párrafos anteriores, nace el interés de abordar en el siguiente trabajo de investigación, la gestión administrativa y la calidad del servicio, en particular, de conocer si la gestión administrativa es eficiente o deficiente, de conocer cómo se está llevando a cabo la planificación, organización,

dirección y como se están manejando los recursos en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de conocer si la calidad del servicio que brinda la empresa en mención cumple con las exigencias del cliente, y a la vez determinar si dicha calidad se encuentra relacionada con la gestión administrativa que se viene desarrollando en la empresa.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:**

### **1.2.1. Problema general:**

¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016?

### **1.2.2. Problemas específicos:**

**P.E.1:** ¿Cuál es la relación que existe entre la Planificación y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016?

**P.E.2:** ¿Cuál es la relación que existe entre la Organización y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016?

**P.E.3:** ¿Cuál es la relación que existe entre la Dirección y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016?

**P.E.4:** ¿Cuál es la relación que existe entre el Control y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016?

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:**

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

Determinar la relación entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

#### **1.3.2. Objetivos específicos:**

**O.E.1:** Determinar la relación entre la Planificación y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

**O.E.2:** Determinar la relación entre la Organización y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

**O.E.3:** Determinar la relación entre la Dirección y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

**O.E.4:** Determinar la relación entre el Control y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

### **1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO:**

La Gestión Administrativa es un pilar fundamental para el desarrollo y crecimiento de las empresas, ya que permite ordenar y aplicar adecuadamente los procesos administrativos, lo que coadyuva a mejorar la imagen corporativa y alcanzar procesos de evaluación de resultados

para establecer nuevas metas y de esta manera garantizar el éxito de la organización.

La realización del presente trabajo investigativo se justifica porque ha permitido un aporte importante al mejoramiento administrativo, con la finalidad de encaminar e implementar nuevas herramientas en los procesos de la Gestión Administrativa y Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., para lograr una línea de acción orientada a normas preestablecidas en la administración siendo de mucha importancia una sólida estructura administrativa que cumplan con las exigencias de los clientes mejorar y propiciar al usuario, tranquilidad, confiabilidad y satisfacción. Es de vital importancia aplicar una correcta gestión administrativa en la empresa, esto permitirá cumplir con los objetivos propuestos. Ya que este medio es el que permitirá seguir adelante, brindando servicios que sean de calidad y por lo tanto agradable a sus consumidores, buscando estrategias que les permita seguir a la vanguardia.

La Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. ofrece servicios a sus clientes en el rubro de fabricación de envases metálicos; se encuentra posesionada en el mercado pero, a pesar de esto, debe implementar una adecuada Gestión Administrativa permitiéndoles brindar un mejor servicio al cliente y mejorar la rentabilidad de la empresa y así obtener una mejor participación en el mercado, el servicio que se le brinde al cliente que es el actor principal, debe ser el mejor porque si se va satisfecho significa que regresará y también él será fuente de publicidad y recomendaciones, haciendo que la empresa sea reconocida prestigiosamente. Es importante evaluar al cliente de manera individual y continua ya que al experimentar cambios en el mercado podría no cumplirse las expectativas y exigencias del cliente.

En la investigación planteada se ha hecho necesario aplicar el conocimiento teórico de la administración y servicio al cliente, el diseño de herramientas administrativas que mejoren el servicio con la atención a los clientes, ya que de esto depende, también, la mayor aceptación en el mercado; la preocupación de una incorrecta aplicación de gestión administrativa en la empresa hará que sea muy difícil cumplir con sus objetivos propuestos, dando como consecuencia un desempeño laboral no productivo, y afectando de esta manera la satisfacción de los clientes, de manera que es necesario que se disponga de herramientas para enfrentar con mayor objetividad sus retos. Por ello se necesita conocer la influencia de aplicar una adecuada gestión administrativa y servicio al cliente para de esta manera interpretar los niveles de aptitudes, eficacia y disposiciones que ejecuta la empresa MIVISA PERÚ S.A.C. rubro de fabricación de envases metálicos.

Los resultados del estudio también han de servir para que los directivos de la empresa tengan un referente sobre la Gestión Administrativa y su relación con la calidad de los servicios brindados; lo que les permitirá generar a futuro de estrategias y acciones preventivas y correctivas para beneficio de su organización empresarial. Si se mejora la calidad del servicio de atención a los clientes, ellos estarán más motivados y satisfechos de seguir realizando operaciones comerciales con la empresa.

Asimismo, con el presente estudio, también, se ha pretendido dar un aporte bibliográfico para futuras investigaciones que busquen analizar los factores involucrados en la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente, puesto que gracias a este estudio se ha podido establecer la relación que tiene la Gestión Administrativa que se da en una empresa con la calidad del servicio que brinda esta hacia sus clientes, lo cual permitirá tener más satisfecho al cliente y adquirir posicionamiento en el mercado.

### **1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN:**

Las principales limitaciones que se presentaron en la elaboración del trabajo de investigación son:

- Escaso material bibliográfico, en la biblioteca de la Municipalidad Provincial de Pisco y bibliotecas de las Instituciones del nivel superior que ofrecen servicio educativo y/o tecnológico en nuestra provincia.
- Escaso tiempo para poder realizar el proceso de sistematización de la información recopilada en el proceso de investigación.
- Escaso apoyo de la empresa Mivisa Perú S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco para facilitar la información de documentos relacionados con el proceso de investigación.
- Escasa producción investigativa que no coadyuva a la obtención de información.
- Lo económico, debido a que no se cuenta con el dinero necesario para realizar una investigación como se desearía.

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO:

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales:

- **García, M. (2015). *La gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la Empresa de Transporte de Pasajeros Flota Bolívar*.** Tesis para optar el título en Ingeniería en Gestión Empresarial en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en Quevedo, Ecuador. La metodología empleada en la investigación fue de tipo de campo, descriptiva y bibliográfica. La investigadora en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:
  - Se determinó que si existe liderazgo y posicionamiento en el mercado y la competencia; así mismo, el 100% de los socios de la Cooperativa de Transporte Flota Bolívar consideran que existen deficiencias en las funciones administrativas por el desconocimiento de la gestión administrativa.
  - Se determinó que el proceso de la gestión administrativa para la Cooperativa de Transportes Flota Bolívar refleja inconsistencias en la planeación, organización, dirección y control de los servicios que presta a sus clientes y usuarios.

- Se encontró que la mayoría de los colaboradores encuestados manifestó que la empresa requiere mejorar la atención a sus clientes y usuarios.
- Se encontró que la mayoría de los encuestados están de acuerdo que se aplique un manual de funciones y procedimientos administrativos para mejorar el servicio al cliente e incrementar los beneficios para la empresa.
- Se encontró que el 100% de la muestra representativa encuestada manifestó que la Cooperativa de Transportes Interprovinciales “Bolívar”, debe elaborar planes para la gestión administrativa para el desempeño de sus funciones.

➤ **Tórrez, M. (2014). *La gestión administrativa y su impacto en la mejora continua hacia la calidad en la Empresa Matagalpa Coffee Group, en el municipio de Matagalpa, departamento de Matagalpa, 2013 - 2014.*** Tesis para optar el grado de master en Gerencia Empresarial en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en Managua, Nicaragua. La metodología empleada en la investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo sistémico, y de nivel descriptivo. La investigadora en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:

- Se encontró que el proceso administrativo en la Empresa Matagalpa Coffee Group no cuenta con planes estratégicos donde se formulen las estrategias de las operaciones y lograr de esta manera el cumplimiento de los objetivos y metas ya que la empresa en estudio tiene un sistema de administración empírico que no tienen una cultura de planificación en ningún nivel, ni estratégico, ni táctico, ni operativo, siendo su gestión con un nivel muy bajo.
- Se determinó que los procesos de calidad a través del aseguramiento del control de los procesos de calidad para obtener productos sin defectos es carente, debido a que no

cuentan con plan de calidad donde se puedan apreciar la revisión de los procesos, falta de realización de auditorías internas de calidad y por lo tanto no hay corrección de las no conformidades y acciones de mejora. No existen documentados los procedimientos y tampoco se aplica el proceso de retroalimentación más importante para evaluar los procesos de calidad como es la medición de la satisfacción de los clientes.

- Se encontró que los indicadores de gestión no existen en las etapas de los procesos, ya que han sido omitidos en las perspectivas: financieras, del cliente, procesos internos y aprendizaje y crecimiento, por lo que no se cuenta con ningún tipo de indicador para medir el cumplimiento de los objetivos y metas en la organización.

➤ **Guzmán, B. (2014), *Diseño de un sistema de gestión administrativa y financiera para las operadoras que proporcionan el servicio de transporte comercial tipo taxi convencional de la ciudad de Cuenca*. Tesis para optar el título en Ingeniería Contable y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana, en Cuenca, Ecuador. La metodología empleada en la investigación fue de tipo empírica. El investigador en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:**

- Se determinó que las operadoras deben considerar dentro de sus estrategias la consolidación de sus miembros, para que ellos no trabajen por su cuenta sino todo se haga a través de la operadora, siendo esto necesario pues al momento de la entrega de las unidades y en su posterior puesta en marcha existirá un control exhaustivo de las rutas tomadas, del número de carreras realizadas y del valor del cobrado.
- Se determinó que las empresas necesitan una correcta estructura organizacional la cual delimite las funciones y actividades que debe cumplir cada uno de los miembros de

las operadoras, pues a pesar de que los entes de control estén entregando instrumentos para el manejo organizacional como es el caso de las cooperativas, todavía existe desconocimiento por parte de sus directivos y aún más por los socios.

- Se determinó que para que las empresas de transporte tengan utilidad estas tienen que vender espacios publicitarios lo cual es permitido por los entes controladores de la ciudad, además deben buscar descuentos en el mantenimiento, en talleres automotrices certificados siendo esto necesario al asumir los taxis.
- Se determinó que para que las operadoras puedan asumir sus unidades y puedan generar utilidades deben trabajar 22 días al mes, realizar 28 carreras diarias y cobrar en promedio \$ 1,54 por carrera.

➤ **Herrera, M. (2008). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa*.** Tesis para optar el grado de magister en Gestión de la Calidad en la Universidad Veracruzana, en Veracruz, México. La metodología empleada en la investigación fue de tipo empírico. La investigadora en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que el descenso de ventas que presenta la microempresa comercial Refaccionaria Mastermotor, así como las deficiencias en el funcionamiento, se encuentran ligados a factores internos y externos que la impactan negativamente, tales como: utilización de una administración empírica, aumento de la competencia y falta de adaptación al cambio.
- Se determinó que la administración implementada y el estilo de dirección del líder es autocrático, mismo que utiliza la experiencia aprendida en el transcurso del tiempo, para tomar

decisiones, sin tener una base profesional, aspecto que se ve reflejado en las deficiencias operacionales de la empresa, específicamente en las etapas de planeación, organización, dirección y control.

- Se determinó que la organización al seguir manteniendo un tipo de gestión empírica, no se ha adaptado al medio, frenando de esta forma su crecimiento y desarrollo, así como también perdiendo participación en el mercado, sin tener un buen rendimiento económico. Por lo tanto, se requiere de la implantación de un sistema de calidad con base en la norma ISO 9001:2000, como estrategia que permitirá, mejorar su funcionamiento interno y aumentar las ventas.

➤ **Malaver, M. (2004). *Diseño de un modelo administrativo de mejoramiento de la calidad en el servicio postventa prestado por empresas del sector de telecomunicaciones.***

Tesis para optar el título en Ingeniería Industrial en la Pontificia Universidad Javeriana, en Bogotá, Colombia. La metodología empleada en la investigación está basada en objetivos. La investigadora en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:

- Se logró determinar y priorizar las necesidades y las expectativas de los clientes por medio de la evaluación de los atributos que conforman cada uno de los procesos de servicio postventa; igualmente se detectaron las razones de cancelación de los servicios.
- Se generaron los indicadores específicos de desempeño necesarios para el control y gestión de los procesos de servicio postventa.
- Se diseñaron nuevos sistemas de monitoreo y retroalimentación, de carácter participativo, que involucran a los empleados de la organización, concientizándolos de la

importancia de su gestión en los resultados y beneficios de la compañía.

- Se determinó que la organización debe emprender acciones de cambio que se requieren para la implantación del Modelo de Mejoramiento Continuo de la Calidad; de esta forma podrá desarrollar los procesos de mejoramiento necesarios para lograr la consecución de las metas y los objetivos.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales:**

- **Tirado, K. (2014). *Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, en el Colegio Químico Farmacéutico de la Libertad - Trujillo.*** Tesis para optar la licenciatura en Administración en la Universidad Nacional de Trujillo, en Trujillo, Perú. La metodología empleada en la investigación fue de tipo explicativo correlacional con diseño de investigación no experimental y transversal. La investigadora en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:
  - Se determinó que la gestión administrativa influye de manera directa en la calidad de servicio del colegio farmacéutico, tomando como referente la contrastación de la hipótesis, que ha permitido determinar que ambas variables tienen relación entre ellas.
  - Se encontró que la institución presenta fortalezas en cuanto a la gestión de recursos materiales, la gestión de recursos financieros, y en menor medida algunos aspectos del personal. Cuenta con un local amplio, con auditorios, y otros ambientes debidamente implementados; mantiene una importante recaudación de ingresos, que le permite cubrir los gastos corrientes y ampliar sus inversiones de activo fijo; existe una comunicación abierta se propicia el trabajo colaborativo y de equipo.

- Se encontró que las principales debilidades están referidas a la limitada gestión de recursos humanos y de recursos tecnológicos; ello se expresa en una mirada cortoplacista, no se sigue un riguroso proceso de selección de personal, no se promueve la capacitación y motivación de los empleados, y hay un débil control de su desempeño; en cuanto al sistema de cómputo, cada Consejo Directivo hace cambios parciales, sin buscar una solución integral.
- Se determinó que la calidad de servicio que ofrece el colegio químico farmacéutico es regular por la existencia de algunas debilidades como es el caso de la gestión de recursos humanos y gestión tecnológica y también por la amenaza de riesgo ante robos cerca del local.

➤ **Tejeda, L. (2014). *Gestión administrativa y su mejora en la Municipalidad Distrital Bellavista Callao*.** Tesis para optar la licenciatura en Ciencias Contables en la Universidad Nacional del Callao, en el Callao, Perú. La metodología empleada en la investigación fue de tipo aplicada y fáctica, de nivel explicativo y demostrativo, y con diseño de investigación inductivo, deductivo, descriptivo y explicativo. El investigador en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que la toma de decisión, capacitación y modernización administrativa no son conocidos en el ámbito interno (trabajadores), solo es de conocimiento a nivel de funcionarios designados y personal de confianza. 55.91 %.
- Se determinó que la toma de decisiones no se ha constituido en un instrumento importante en la Gestión Gerencial Regional y siendo una función estratégica requiere para su aplicación el aporte de las ciencias de la conducta humana orientado a innovar, optimizar el fortalecimiento de la administración.

- Se encontró que la capacitación en el Gobierno Regional del Callao se ha desarrollado en forma limitada considerándose como una actividad regular.
- Se determinó que la modernización administrativa como proceso de innovación solo es conocido a nivel de funcionarios y personal de confianza, apreciándose que es importante dar inicio a fortalecer la capacidad de gestión.

➤ **López, W y Urbina, R. (2014). *Relación del nivel de calidad de los procesos administrativos y nivel de efectividad de la gestión administrativa de la Empresa Cruz de la Voladura Servicios Generales Pílancones S.R.L.*, 2014.** Tesis para optar la licenciatura en Administración en la Universidad Privada del Norte, en Lima, Perú. La metodología empleada en la investigación fue de tipo correlacional con diseño de investigación correlacional transversal. Los investigadores en su estudio arribaron a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que existe una relación positiva alta entre el nivel de calidad de los procesos administrativos y el nivel de efectividad de la gestión administrativa, lo que indica que cualquier cambio o modificación dada en una de las variables podría reflejarse en la otra, debido a una alta correlación existente entre ambas.
- Se determinó que el personal censado señaló un nivel de calidad medio, con respecto a la variable, calidad de los procesos administrativos, reflejando un promedio ponderado medio para dicha variable. Mientras que, para cada dimensión, el personal señaló una calidad de procesos administrativos, alto con respecto a la organización y dirección, mientras que se marcó moderadamente alto en cuanto a la planificación y el control.

- Se determinó que el personal censado señaló un nivel de efectividad medio, con respecto a la variable, efectividad de la gestión administrativa, reflejando un promedio ponderado medio para dicha variable. Mientras que, para cada dimensión, el personal censado señaló un nivel de efectividad alto con respecto a la eficacia y moderadamente alto en cuanto a la eficiencia.
  
- **Arrué, J. (2014). *Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014*. Tesis para optar el grado de magíster en Gestión Pública en la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, en San Juan Bautista, Perú. La metodología empleada en la investigación fue de tipo no experimental, de nivel descriptivo y con diseño de investigación transversal. El investigador en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:**
  - Se determinó en base a todos los usuarios entrevistados que la percepción se encuentra en el rango de satisfacción baja (62%), siendo una escala de calificación que podría considerarse como adecuado para el usuario, pero no suficiente respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.
  - Se determinó que el factor acceso es un atributo preponderante bien calificado, determinándose un alto grado de satisfacción (75%) de los usuarios que consideran muy fácil ubicar las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.
  - Se determinó según el 62 % de usuarios que asistieron a las atenciones personales en la oficina desconcentrada del OSIPTEL una atención en el rango de 10 a 20 minutos. Existe

un alto nivel de satisfacción (85%) de los usuarios con respecto al tiempo dedicado a la atención.

- Se determinó que existe un alto nivel de percepción (75%) del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta, lo cual confirma que la tarea que viene realizando el personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL es importante y reconocida por los usuarios.
- Se determinó que existe un alto (buen) grado de satisfacción (72%) del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta, es decir, lo satisfecho que se encuentra con el trato recibido.
- Se determinó que existe un alto (buen) grado de satisfacción (71%) del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta para la atención de ésta, es decir, el interés mostrado en el tema consultado, la disposición y el compromiso por parte del orientador para dar una respuesta apropiada.

➤ **Pino, R. (2008). *La relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional.*** Tesis para optar el grado de doctor en Administración Estratégica de Empresas en la Universidad Pontificia Católica del Perú, en Lima, Perú. La metodología empleada en la investigación fue de paradigma post-positivista. El investigador en su estudio arribó a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que las prácticas de la calidad total tienen una relación significativa con el desempeño operacional de las organizaciones privadas. Esto es válido tanto para empresas productoras de servicios pequeñas, medianas, y grandes;

como para las empresas productoras de bienes medianas y grandes.

- Se determinó que las tres prácticas de la calidad total que se relacionan más con el desempeño operacional en las empresas pequeñas productoras de servicios son el entrenamiento al trabajador, el compromiso gerencial, y el enfoque en el cliente.
- Se determinó que en las empresas medianas productoras de servicios las prácticas de la calidad total que se relacionaron más con el desempeño operacional fueron las de administración de la calidad de los proveedores, el diseño del producto, el involucramiento del trabajador, y el compromiso gerencial.
- Se determinó que, en las empresas grandes productoras de servicios, las prácticas que más se relacionan con el desempeño operacional son el diseño del producto, el compromiso gerencial, y el enfoque en el cliente.
- Se determinó que, en las empresas productoras de bienes, medianas y grandes, las prácticas de la calidad total que están más relacionadas con el desempeño operacional son las de enfoque en el cliente, diseño del producto y entrenamiento al trabajador.

### **2.1.3. Antecedentes locales:**

No se encontraron antecedentes locales.

## **2.2. BASES TEÓRICAS:**

### **2.2.1. Gestión administrativa:**

#### **2.2.1.1. Definición:**

Según Pérez (1982) a la Gestión Administrativa se la entiende como “conjunto de acciones mediante, los cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, dirigir, coordinar y controlar” (p. 45).

Para Melinkoff (1999) esta se constituye como:

El proceso mediante el cual se determinan las acciones, las estrategias a seguir, según los objetivos institucionales, aquello que se haya planificado, las necesidades detectadas, los cambios deseados por los clientes internos y externos, nuevas acciones solicitadas, implementación de cambios demandados o necesarios, para lo cual se requiere la toma de decisiones, y la forma como se realizarán estas acciones (estrategias, acción) y los resultados que se lograrán. (p.52)

Por su parte, Kaplan y Norton (2000) la consideran como el “proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajan en grupo, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Ésta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio” (p. 28).

Mientras que Campos y Loza (citados por Tirado, 2014) señalan que es “la acción de administrar, que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar” (p. 32)

Por último, Tórrez (2014) manifiesta que la Gestión Administrativa no es otra cosa que el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupo los trabajadores cumplen eficientemente sus actividades para alcanzar los objetivos específicos establecidos y estos a su vez se establecen en una serie de acciones o metas específicas. (5)

Considerando los aportes de los autores anteriormente citados, en el presente estudio se define por gestión administrativa como la capacidad que tiene la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles, lo que implica coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos.

Por lo tanto, la gestión a nivel administrativo se orienta a brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros. De allí que, como parte de la gestión administrativa de un líder, se desarrolle lo relativo al alcance de objetivos, la toma de decisiones, las competencias, la comunicación eficaz, entre otros.

### **2.2.1.2. Objetivo de un modelo de gestión administrativa:**

Según Maldonado (2005) la aplicación de un Modelo de Gestión Administrativa persigue los objetivos siguientes:

- Optimizar los procesos de gestión, logrando un trabajo más eficaz y fácil de realizar.
- Mejorar los productos o servicios que se ofrecen a los clientes.
- Establecer procedimientos de seguimiento y control de los procesos internos y de los productos o servicios, de tal forma que se facilite la toma de decisiones a partir del conocimiento de la situación existente y de su evolución histórica.

Incorporar nuevas tecnologías para mejorar e incrementar la oferta de productos o servicios. La incorporación de un nuevo modelo de gestión administrativa propone una evaluación preliminar y exhaustiva de la situación actual, de tal forma que se conozcan todos y cada uno de los procesos administrativos desarrollados dentro de la institución y los elementos que interviene en ellos, tanto personal como material.

### **2.2.1.3. Etapas de un modelo de gestión administrativa:**

Según Maldonado (2005) el Modelo de Gestión Administrativa, involucra diversas etapas a desarrollar en la secuencia descrita a continuación:

- Análisis de la estructura funcional: descripción de las funciones y objetivos de cada una de las unidades administrativas y de servicio, así como de las interrelaciones y los flujos de información entre ellas.

- Análisis de las relaciones con terceros: identificar y caracterizar las entidades con las que interactúa el servicio y el objeto de dicha interacción.
- Identificación de los procesos de la Institución: establecer los círculos funcionales y los servicios que se prestan.

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

Según Ponjuan (1998) la Gestión Administrativa se realiza a través de cuatro funciones específicas: planeación, organización, dirección y control:

- **Planificación:** consiste en fijar los resultados que se espera alcanzar (objetivos), así como las acciones que se deben realizar para lograrlos. Los factores internos y externos que pueden afectar al emprendimiento deben ser revisados en esta etapa, y se tomarán decisiones para llegar a los resultados deseados.
- **Organización:** es el proceso de dividir el trabajo y coordinar el logro de resultados hacia un propósito común; es el acto de combinar habilidades, posibilidades técnicas, experiencias, recursos y todos los elementos que podrían convertirse en resultados. Se debe tener un especial cuidado con esta etapa, porque involucra a las personas (recursos humanos), siendo necesario crear un ambiente adecuado de trabajo.
- **Dirección:** es el proceso de conducir y coordinar los esfuerzos laborales de las personas que integran una organización, ayudándolos a desarrollar tareas relevantes dentro de ella. Comprende el compromiso y liderazgo de un grupo, incluye la supervisión de las actividades, la motivación de las personas para que

contribuyan eficientemente a los objetivos, así como una adecuada comunicación para facilitar las actividades y evitar conflictos interpersonales.

- **Control:** incluye verificar durante los procesos o al final de los mismos el desempeño del grupo de trabajo. Esta verificación se realiza teniendo en cuenta los planes iniciales y las decisiones que se habían tomado en cuanto a las acciones a realizar. A partir del control, se deben tomar medidas correctivas que orienten el trabajo hacia los resultados esperados.

#### 2.2.1.5. Medios utilizados en la gestión administrativa:

Hazler y Cassini (2008) plantean los siguientes medios o recursos:

- **Recursos materiales:** son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:
  - **Instalaciones:** edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc.
  - **Materia prima:** materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc.
- **Recursos técnicos:** son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos. Pueden ser:
  - Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.
  - Fórmulas, patentes, marcas, etc.
- **Recursos humanos:** estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los

demás recursos. Los Recursos Humanos poseen las siguientes características:

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

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

- **Recursos financieros:** son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:
  - **Recursos financieros propios:** se encuentran en dinero en efectivo, aportaciones de los socios, utilidades, etc.
  - **Recursos financieros ajenos:** están representados por préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores (bonos).
- **Recursos tecnológicos:** es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (computadoras, máquinas, otros equipos) o intangibles (un sistema, un procedimiento, una aplicación virtual). En la actualidad, la tecnología se ha convertido en una aliada clave para la realización de todo tipo de tareas.

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

León (2007) determina que: la Gestión Administrativa es un término que abarca un conjunto de técnicas que se aplican en la administración de una empresa y dependiendo del tamaño de la empresa, dependerá la dificultad de la gestión del empresario o productor.

El objetivo fundamental de la gestión es mejorar la productividad, sostenibilidad y la competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo.

En las empresas pequeñas es muy común encontrarse con poco compromiso para cumplir con la Gestión Administrativa adecuada y que cada uno de los procesos reciban la atención necesaria para que se cumplan las metas propuestas, es por esta razón que los administradores deben sensibilizar a su personal para que todos los colaboradores desde el puesto de trabajo den más de lo que se espera y se puedan complementar y desarrollar las funciones laborales en un ambiente saludable.

León (2007) determina que las técnicas de la Gestión Administrativa se basan en: <sup>(17)</sup>

- Análisis estratégico.
- Gestión organizacional.
- Gestión de la tecnología de la información.
- Gestión financiera.
- Gestión de recursos humanos.

- Gestión de operaciones y logística de abastecimiento y distribución.
- Gestión ambiental.

Lo antes dicho deja claro que la Gestión Administrativa es una actividad clave para alcanzar los objetivos estratégicos ya que la gestión se ubica entre la estrategia y los objetivos que deben estar alineados con relación a la misión y visión organizacional, valores y políticas; la aplicación de las técnicas descritas es vital para las operaciones fundamentales porque fortalecen su interfase de gerenciamiento y promueven una organización más eficiente.

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

Según Tejeda (2014) la tarea de construir una sociedad económicamente mejor; normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la Gestión Administrativa moderna.

La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador.

En situaciones complejas, donde se requiera un gran acopio de recursos materiales y humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos.

Este hecho acontece en la administración pública ya que dado su importante papel en el desarrollo económico y social de un país y cada vez más acentuada de actividades que anteriormente estaban relegadas al sector privado, las maquinarias administrativas públicas se han constituido en la empresa más importante de un país.

En la esfera del esfuerzo colectivo donde la administración adquiere su significación más precisa y fundamental ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización depende de la administración para llevar a cabo sus fines.

## **2.2.2. Calidad del servicio al cliente:**

### **2.2.2.1. Definición:**

La Calidad en el Servicio no es conformidad con las especificaciones sino más bien conformidad con las especificaciones de los clientes.

La Calidad en el Servicio adquiere realidad en la percepción, considerando esta como un deseo más que la percepción, ya que esta última implicaría un pensamiento y análisis anterior. (Berry, Bennet y Brown, 1989)

Calidad del Servicio al Cliente es un valor o sentimiento, que se adquiere mediante el hábito de practicar actitudes positivas hacia nosotros mismos y nuestro entorno, no sólo con el objetivo de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, sino también de crear una relación con ellos que perdure en el tiempo donde

predomine el concepto ganar/ganar. (Larrea citado por Arrué, 2014)

Para Hoffman y Bateson (2012) la Calidad del Servicio al Cliente “es una actitud formada por medio de la evaluación a largo plazo del desempeño en donde se busca satisfacer las necesidades del cliente” (p. 22).

Sobre lo expuesto en los párrafos anteriores, en el presente estudio se concibe como calidad del servicio al cliente al nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a sus clientes. Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas; es así que una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores. (19)

#### **2.2.2.2. Dimensiones de la calidad de los servicios:**

Según Hoffman y Bateson (2012) las valoraciones de calidad que los clientes perciben sobre un servicio se basan en múltiples factores.

Otros investigadores han descubierto que los consumidores toman en cuenta cinco dimensiones para valorar la calidad de los servicios:

- **Confianza.** Capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa.
- **Responsabilidad.** Disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud.
- **Seguridad.** El conocimiento y la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar buena fe y confianza.

- **Empatía.** Brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa.
- **Tangibles.** La apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales escritos.

Estas dimensiones representan la forma en que los clientes organizan mentalmente la información sobre la calidad en el servicio. De acuerdo con los hallazgos de una investigación exploratoria y cuantitativa, las cinco dimensiones anteriores son relevantes para los servicios financieros, los seguros, la reparación y el mantenimiento de aparatos domésticos, el corretaje de valores, el servicio telefónico de larga distancia y el servicio de reparación de automóviles, entre otros. Las dimensiones se pueden aplicar a la venta al menudeo y los negocios de servicios y, de acuerdo con la lógica, también pueden ser significativos para los servicios internos. Algunas veces los clientes utilizan todas las dimensiones para determinar las percepciones de la calidad en el servicio y otras no.

### **2.2.2.3. Dimensiones de la calidad del servicio al cliente:**

Para Hoffman y Bateson (2012) estas son:

- **Accesibilidad y comunicación:** está referida al hecho de que el cliente tenga acceso a las instalaciones de la empresa y sienta cómodo con el trato que reciba dentro de dichas instalaciones. Asimismo, en la organización empresarial debe existir una comunicación asertiva con el cliente con el fin de mantenerlo informado sobre sus requerimientos.
- **Capacidad de respuesta:** refleja el compromiso de una empresa de ofrecer sus servicios de manera

oportuna, se refiere a la voluntad y/o disposición de los empleados a proporcionar un servicio.

- **Calidad profesional:** se refiere al nivel de satisfacción que experimentan los clientes con respecto a la competencia, capacidad y habilidad profesional que demuestra el personal que atendió el requerimiento.
- **Calidad personal:** se refiere al nivel de satisfacción que experimentan los clientes con respecto a la amabilidad, dedicación y disposición que demuestra el personal que atendió el requerimiento.

#### **2.2.2.4. Necesidades del cliente:**

Martín (citado por Arrué, 2014) nos manifiesta que, para poder servir a nuestro cliente, debemos conocer sus necesidades:

- **Necesidad de ser comprendido:** aquéllos que eligen un servicio necesitan sentir que se están comunicando en forma efectiva. Esto nos dice que se está interpretando en forma correcta los mensajes que envían las emociones y tratar de impedir una comprensión inadecuada del beneficio que puede obtener nuestro cliente.
- **Necesidad de ser bien recibido:** ninguna persona que esté tratando con usted y se sienta como una extraña, regresará. El cliente también necesita sentir que usted se alegra de verlo y que es importante para usted.
- **Necesidad de sentirse importante:** el ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. A todos nos gusta sentirnos importantes, cualquier cosa que hagamos para hacer que el invitado se sienta especial, será un paso en la dirección correcta.

- **Necesidad de comodidad:** los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios; también necesitan tener la seguridad de que se les atenderá en forma adecuada y la confianza en que le podremos satisfacer sus necesidades.

#### 2.2.2.5. Los diez componentes básicos del Servicio al Cliente:

Zeithaml, Parasuraman Y Berry (1991) han propuesto estos componentes:

- **Seguridad:** sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
- **Credibilidad:** va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.
- **Comunicación:** se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente - empresa.
- **Comprensión del cliente:** no se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.
- **Accesibilidad:** para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web (si se cuenta con él), además, hay

que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

- **Cortesía:** atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.
- **Profesionalismo:** posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización.
- **Capacidad de respuesta:** disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.
- **Fiabilidad:** es la capacidad de la organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contratiempos ni problemas, este componente se relaciona con la seguridad y a la credibilidad.
- **Elementos tangibles:** se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

#### **2.2.2.6. Importancia del servicio al cliente:**

Según López (2013) el servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir.

La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos: La competencia es cada vez mayor, por ende, los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación. Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que, si se logran entender

adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

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

López (2013) sostiene que en los principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios.

El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente. El servicio se le brinda no a un cliente indistinto sino a una persona (grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención a los clientes que los hace sentirse especiales. La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa. La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. Para cada

segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de servicio al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa.

#### **2.2.2.8. Características del servicio de calidad:**

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

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

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado por López, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- **Formalidad:** Honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- **Iniciativa:** Ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- **Ambición:** Tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- **Autodominio:** Tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.

- **Disposición de servicio:** Es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Don de gente:** tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- **Colaboración:** Ser una persona que gusta de trabajar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- **Enfoque positivo:** Es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- **Observación:** Es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- **Habilidad analítica:** permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- **Imaginación:** Es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- **Recursos:** Tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- **Aspecto externo:** Es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

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

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

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

La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece. Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo costo, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes.

La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. En un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato.

Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. No comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

#### **2.2.2.9. Importancia de la satisfacción al cliente:**

De acuerdo con Evans y Lindsay (2000) cualquier empresa tiene cuatro metas clave:

- Satisfacer a sus clientes.
- Conseguir una mayor satisfacción del cliente que la de sus competidores.
- Conservar los clientes en el largo plazo.
- Ganar penetración en el mercado.

Para alcanzar estas metas, una empresa debe entregar a sus clientes valor siempre creciente. El valor es la calidad relacionada con el precio. Una fuerte ventaja competitiva es impulsada por los deseos y necesidades de los clientes; además por su satisfacción a través de productos superiores y de la excelencia en el servicio. La conservación de los clientes es factor importante y clave del éxito competitivo, y está íntimamente ligado con la calidad y la satisfacción del consumidor. Las necesidades y expectativas reales del cliente se conocen como calidad esperada, que es lo que el cliente supone recibirá del producto. El productor identifica estas necesidades y expectativas y las traduce en especificaciones para productos y servicios.

### **2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS:**

➤ **Administración:**

La administración es una actividad que opera directamente en la coordinación de recursos. Se fundamenta en la teoría organizacional, la dirección estratégica y el comportamiento organizacional. (Arellano, 2004)

➤ **Atención al cliente:**

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el

momento y lugar adecuado, y se asegure un uso correcto del mismo. (Maldonado, 2005)

➤ **Calidad:**

Termino subjetivo significa que el producto (bien o servicio) satisface las expectativas y necesidades del cliente. (Arrué, 2014)

➤ **Calidad del servicio al cliente:**

Es un valor o sentimiento, que se adquiere mediante el hábito de practicar actitudes positivas hacia nosotros mismos y nuestro entorno, no sólo con el objetivo de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, sino también de crear una relación con ellos que perdure en el tiempo donde predomine el concepto ganar/ganar. (Arrué, 2014)

➤ **Calidad total – excelencia:**

Es una estrategia de gestión cuyo objetivo es que la organización satisfaga de una manera equilibrada las necesidades y expectativas de los clientes, de los empleados, de los accionistas y de la sociedad en general. (Arrué, 2014)

➤ **Cliente:**

Un cliente es una persona o grupo que compra bienes, productos o servicios y con quien una organización tiene relación. (Arrué, 2014)

➤ **Competitividad:**

Es lo que hace que el consumidor prefiera los productos de una empresa y los compre. La esencia de la competitividad es la creación de valor. (Sallanave, 2002)

➤ **Componentes del servicio:**

La gestión y prestación de un servicio consiste en la coordinación de un conjunto de componentes y del uso y provisión eficientes de recursos para generar valor para el destinatario del servicio. Los componentes de un servicio incluyen: la estrategia, el talento humano, los procesos y los recursos. Los tipos de recursos son financieros, de información, infraestructura (inmobiliario, equipamiento), tecnológicos y proveedores. (Arrué, 2014)

➤ **Control:**

La función administrativa que, partiendo de las exigencias preestablecidas a la organización, y el conjunto de normas de especificaciones, vela por su fiel cumplimiento como medio para el logro de dichas exigencias. (Arrué, 2014)

➤ **Dirección:**

Esta etapa del proceso administrativo comprende la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación. (Arrué, 2014)

➤ **Eficacia:**

Consiste en el mínimo defecto o error que los trabajadores presentan en razón al menor tiempo y recursos empleados, es la relación que existe entre los resultados obtenidos y los objetivos propuestos (relación íntima entre los fines y los medios). (Arrué, 2014)

➤ **Eficiencia:**

Consiste en la buena calidad de trabajo, labor o tarea que desarrollan los trabajadores de una institución, para obtener el producto de calidad, con el mínimo empleo de recursos organizacionales. (Arrué, 2014)

➤ **Estrategia:**

La eficiencia con que una organización alcanza sus objetivos y satisface las necesidades de la sociedad, depende de cuán bien realicen su trabajo los administradores. Si hacen bien su trabajo es probable que la organización logre alcanzar sus objetivos. (Arrué, 2014)

➤ **Gerencia:**

Cargo de gerente, conjunto de decisiones eficientes, positivas que toma el gerente en base a una buena formación ética y profesional. (Maldonado, 2005)

➤ **Gestión:**

Es aquella que permite a las personas a asumir el mando dentro de las organizaciones o simplemente poco a poco cargos de mayor responsabilidad, que al mismo tiempo permite buscar nuevas opciones para mejorar. (Castañón, 2012)

➤ **Gestión administrativa:**

Es la acción de administrar, que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar. (Tirado, 2014)

➤ **Gestión de calidad:**

La Gestión de Calidad, es una estrategia organizativa y un método de gestión que hace participar a todos los empleados y pretende mejorar continuamente la eficacia de una organización en satisfacer el cliente. (Cedefop. 1998)

➤ **Gestión de calidad total:**

Se refiere a la implementación de un plan empresarial basado en un procedimiento de calidad que involucra a todos los empleados, es decir una estrategia completa por la cual una compañía entera

usa todos los recursos para satisfacer a sus beneficiarios en términos de calidad, costo y plazo. Se debe desarrollar un "espíritu de calidad" y todos deben compartirlo para que la Gestión de Calidad total tenga éxito. (Tirado, 2014)

➤ **Necesidades:**

Es la diferencia o distancia que hay entre la situación actual y la situación deseada por el individuo. (Arellano, 2002).

➤ **Organización:**

Es un complejo sistema compuesto por varios subsistemas, uno de los cuales es el subsistema cliente/usuario, que integran el conjunto de personas con quienes la organización mantiene una estrecha vinculación, ejerciendo considerable influencia en el sistema de comunicación y en la eficaz toma de decisiones. (Tirado, 2014)

➤ **Percepción:**

Es el proceso a través del cual el individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para integrar una visión significativa y coherente del mundo. (Schiffman y Lazar, 1997)

➤ **Productividad:**

Es cuando el proceso productivo es manejado con eficiencia y eficacia. (Gutierrez, 1997)

➤ **Satisfacción:**

La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtienen, con las expectativas que tenía de recibirlo. (Grande, 1996)

➤ **Satisfacción del usuario:**

Es el resultado de entregar un bien o un servicio que cumple con las necesidades y expectativas del cliente, definidas o implícitas. (Arrué, 2014)

➤ **Servicio:**

Es una actividad con cierta intangibilidad asociada, lo cual implica una interacción con el cliente o con propiedades de su posesión y que no resulta en una transferencia de propiedad. (Vargas, 2011)

➤ **Servicio al cliente:**

Es el conjunto de tácticas que una empresa plantea para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (Molino, 2009)

➤ **Toma de decisiones:**

Es un proceso racional (lógico) y psicológico (emocional) de elección (o no) de una alternativa de entre varias. Este proceso es lógico en tanto reúne, sistematiza y analiza información y es psicológico en tanto una decisión es condicionada o por lo menos influenciada por los valores, percepciones, preferencias o motivos de quien(es) toma(n) la decisión y aun de los posibles afectados por los efectos de la decisión a tomar. (Molino, 2009)

## **2.4. HIPÓTESIS:**

### **2.4.1. Hipótesis general:**

La Gestión Administrativa se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

## **2.4.2. Hipótesis específicas:**

**H.E.1:** La Planificación se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

**H.E.2:** La Organización se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

**H.E.3:** La Dirección se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

**H.E.4:** El Control se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.

## **2.5. VARIABLES:**

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

#### **Variable X (Variable Independiente): Gestión Administrativa**

Es la acción de administrar, que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar.

#### **Dimensiones:**

##### **D1: Planificación**

Consiste en fijar los resultados que se espera alcanzar (objetivos), así como las acciones que se deben realizar para lograrlos.

**D2: Organización**

Es el proceso de dividir el trabajo y coordinar el logro de resultados hacia un propósito común; es el acto de combinar habilidades, posibilidades técnicas, experiencias, recursos y todos los elementos que podrían convertirse en resultados.

**D3: Dirección**

Es el proceso de conducir y coordinar los esfuerzos laborales de las personas que integran una organización, ayudándolos a desarrollar tareas relevantes dentro de ella.

**D4: Control**

Incluye verificar durante los procesos o al final de los mismos el desempeño del grupo de trabajo.

**Variable Y (Variable Dependiente): Calidad del Servicio al Cliente.**

Es un valor o sentimiento, que se adquiere mediante el hábito de practicar actitudes positivas hacia nosotros mismos y nuestro entorno, no sólo con el objetivo de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, sino también de crear una relación con ellos que perdure en el tiempo donde predomine el concepto ganar/ganar.

**Dimensiones:****D1: Accesibilidad y comunicación**

Esta referida al hecho de que el cliente se sienta cómodo en las instalaciones de la empresa y que la empresa tenga una comunicación asertiva con este.

**D2: Capacidad de respuesta**

Refleja el compromiso de una empresa de ofrecer sus servicios de manera oportuna, se refiere a la voluntad y/o disposición de los empleados a proporcionar un servicio.

**D3: Calidad profesional**

Se refiere al nivel de satisfacción que experimentan los clientes con respecto a la competencia, capacidad y habilidad profesional que demuestra el personal que atendió el requerimiento.

**D4: Calidad personal**

Se refiere al nivel de satisfacción que experimentan los clientes con respecto a la amabilidad, dedicación y disposición que demuestra el personal que atendió el requerimiento.

**2.5.2. Definición operacional de la variable:****Variable X (Variable Independiente): Gestión Administrativa.**

En esta investigación la variable X se ha de evaluar mediante la aplicación de un cuestionario sobre la gestión administrativa que está constituido por 24 preguntas según las dimensiones: planificación, organización, dirección y control.

**Variable Y (Variable Dependiente): Calidad del Servicio al Cliente.**

En esta investigación la variable Y se ha de evaluar mediante la aplicación de un cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente que está constituido por 24 preguntas según las dimensiones: accesibilidad y comunicación, capacidad de respuesta, calidad profesional y calidad personal.

### 2.5.3. Operacionalización de la variable:

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> (Variable X): Gestión Administrativa	Es la acción de administrar, que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar. (Campos y Loza citados por Tirado, 2014)	En esta investigación la variable X se ha de evaluar mediante la aplicación de un cuestionario sobre la gestión administrativa que está constituido por 24 preguntas según las dimensiones: planificación, organización, dirección y control.	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planes estratégicos.</li> <li>▪ Planes operativos.</li> <li>▪ Presupuesto.</li> </ul>
			Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reglamento interno de trabajo.</li> <li>▪ Técnicas de selección del personal.</li> <li>▪ Manejo del recurso humano.</li> </ul>
			Dirección	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estilo de liderazgo.</li> <li>▪ Comunicación y clima laboral.</li> <li>▪ Trabajo en equipo.</li> </ul>
			Control	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Control estratégico.</li> <li>▪ Control presupuestal.</li> <li>▪ Control de calidad.</li> </ul>
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> (Variable Y): Calidad del Servicio al Cliente	Es un valor o sentimiento, que se adquiere mediante el hábito de practicar actitudes positivas hacia nosotros mismos y nuestro entorno, no sólo con el objetivo de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, sino también de crear una relación con ellos que perdure en el tiempo donde predomine el concepto ganar/ganar. (Larrea citado por Arrué, 2014)	En esta investigación la variable Y se ha de evaluar mediante la aplicación de un cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente que está constituido por 24 preguntas según las dimensiones: accesibilidad y comunicación, capacidad de respuesta, calidad profesional y calidad personal.	Accesibilidad y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acceso a las instalaciones.</li> <li>▪ Comodidad en las instalaciones.</li> <li>▪ Comunicación formal e informal.</li> </ul>
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ejercicio de funciones.</li> <li>▪ Respuesta a las circunstancias.</li> <li>▪ Respuesta ante solicitudes.</li> </ul>
			Calidad profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Factor comprensión y dominio.</li> <li>▪ Factor tiempo de consulta.</li> <li>▪ Factor utilidad de la orientación.</li> </ul>
			Calidad personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Factor amabilidad.</li> <li>▪ Factor dedicación.</li> <li>▪ Factor disposición.</li> </ul>

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN:**

#### **3.1.1. Tipo de investigación:**

La presente investigación es de tipo básica, porque estará orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación. Su propósito será recolectar información de las variables de estudio (gestión administrativa y calidad del servicio al cliente) a través de sus dimensiones e indicadores para enriquecer el conocimiento teórico científico y transformar la realidad en cuestión. Por tanto, su utilidad es teórico-científica. (Carrasco, 2006).

#### **3.1.2. Nivel de investigación:**

El presente estudio es de nivel relacional, ya que estará orientada a describir las variables en la muestra seleccionada, en una circunstancia temporo-espacial. En tal sentido, el estudio va a permitir recopilar información sobre la relación entre las variables de estudio (Gestión Administrativa y Calidad del Servicio al Cliente), en un intervalo de tiempo determinado, tal y conforme,

se presenta en la realidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

### **3.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN:**

La presente investigación se enmarca dentro del ámbito económico y comercial, por tratar una problemática (Gestión Administrativa y Calidad del Servicio al Cliente) relacionada con el desarrollo socioeconómico del país.

### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA:**

#### **3.3.1. Población:**

La población es un conjunto de sujetos o cosas que tiene una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo. La población llamada también universo, comprende la gran diversidad de unidades que forman las necesidades, no solamente puede referirse a personas si no a cosas o hechos de interés social. (Vara, 2012)

Al respecto, en el presente estudio existen dos poblaciones: La primera población está constituida por el personal de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. que hacen un total de 42 trabajadores que laboran en el año 2016, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 1  
Población 1 de estudio

<b>EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C. – 2016</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>Nº TRABAJADORES</b>	<b>TOTAL</b>
Empleados	17	17
Obreros	18	18
Eventuales	4	4
Practicantes	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>42</b>

FUENTE: Cuadro de asignación de personal de MIVISA PERÚ S.A.C. – 2016.

La segunda población está constituida por el número de clientes a quienes la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. les brinda sus servicios en el año 2016, que hacen una suma de 24 empresas en total, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 2  
Población 2 de estudio

<b>EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C. – 2016</b>	
<b>EMPRESAS - CLIENTES</b>	<b>TOTAL</b>
Empresas clientes en Pisco	2
Empresas clientes en Chincha	1
Empresas clientes en Arequipa	1
Empresas clientes en zona norte del Perú	20
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

FUENTE: Cuadro de cartera de clientes de MIVISA PERÚ S.A.C. – 2016.

### 3.3.2. Muestra:

La muestra es el conjunto o una parte de casos extraídos de la población, seleccionado por algún método racional, siempre

parte de la población, que se somete a observación científica en representación del conjunto con el propósito de obtener resultados válidos. (Vara, 2012)

Al respecto, en el presente estudio la muestra se determinó aplicando el muestreo no probabilístico, quedado conformada de la siguiente manera:

- La muestra de la primera población quedó conformada por los mismos 42 trabajadores, abarcando la totalidad de la población de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.
- La muestra de la segunda población la conformaron las 24 empresas-clientes.

#### **3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS:**

Teniendo en cuenta la naturaleza de la investigación, las técnicas e instrumentos para la recolección de datos empleadas serán:

- a)** La técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario que se ha elaborado con la finalidad de evaluar la Gestión Administrativa (variable X). En tal sentido, las características del instrumento se detallan en la siguiente ficha técnica:

## FICHA TÉCNICA

CARACTERÍSTICAS	
Nombre del instrumento	Cuestionario sobre la gestión administrativa.
Autor	Pilar Katy Cruz calcina
Dirigido	A los trabajadores de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., en el año, 2016.
Procedencia	Universidad Alas Peruanas.
Propósito	Evaluar la Gestión Administrativa que se desarrolla en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., en el año, 2016.
Forma de administración	Individual.
Número de preguntas	24 preguntas.
Dimensiones a evaluar	D1: Planificación (6 preguntas) D2: Organización (6 preguntas) D3: Dirección (6 preguntas) D4: Control (6 preguntas)
Escala de valoración	No (0 punto) Más o menos (1 punto) Si (2 puntos)
Categorías	Deficiente [0-16> Regular [16-32> Eficiente [32-48]

- b) La técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario que se ha elaborado con la finalidad de evaluar la Calidad del Servicio al Cliente (variable Y). En tal sentido, las características del instrumento se detallan en la siguiente ficha técnica:

## FICHA TÉCNICA

CARACTERÍSTICAS	
Nombre del instrumento	Cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente.
Autor	Pilar Katy Cruz calcina
Dirigido	A los clientes de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., en el año, 2016.
Procedencia	Universidad Alas Peruana.
Propósito	Evaluar la Calidad del Servicio al Cliente que brinda la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., en el año, 2016.
Forma de administración	Individual.
Número de ítems	24 preguntas.
Dimensiones a evaluar	D1: Accesibilidad y Comunicación (6 preguntas) D2: Capacidad de respuesta (6 preguntas) D3: Calidad profesional (6 preguntas) D4: Calidad personal (6 preguntas)
Escala de valoración	No (0 punto) A veces (1 punto) Si (2 puntos)
Categorías	Deficiente [0-16> Regular [16-32> Eficiente [32-48]

### 3.5. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO:

#### 3.5.1. Validez del instrumento:

##### - Validación del instrumento que mide la variable X:

En cuanto a la validez del instrumento sobre Gestión Administrativa, se utilizó la técnica de opinión de expertos y su instrumento el informe de juicio de expertos, esta acción según lo establecido por la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Empresariales y Educación de la Universidad Alas Peruana Filial Ica, estuvo a cargo por tres especialistas: dos especialistas en el tema de estudio y uno de investigación, la

validez se hizo de una manera formal, es decir, la ayuda de formato de validación, para el instrumento, donde las preguntas fueron chequeadas utilizando la clasificación: dejar, modificar, eliminar, incluir otra, observaciones.

- **Validación del instrumento que mide la variable Y:**

En cuanto a la validez instrumentos Calidad del Servicio al Cliente, se utilizó la técnica de opinión de expertos y su instrumento el informe de juicio de expertos, esta acción según lo establecido por la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Empresariales y Educación de la Universidad Alas Peruanas Filial Ica, estuvo a cargo por tres especialistas: dos especialistas en el tema de estudio y uno de investigación, la validez se hizo de una manera formal, es decir, la ayuda de formato de validación, para el instrumento, donde las preguntas fueron chequeadas utilizando la clasificación: dejar, modificar, eliminar, incluir otra, observaciones.

**3.5.2. Confiabilidad del instrumento:**

- **Confiabilidad del instrumento que mide la variable X:**

En cuanto a la confiabilidad del instrumento sobre Gestión Administrativa, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach. Su fórmula determina el grado de consistencia y precisión. Su cálculo se realizó mediante la varianza de los ítems y la varianza del puntaje total, usando la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

$S_i^2$  Es la varianza del ítem  $i$

$S_t^2$  Es la varianza de los valores totales observados

K es el número de preguntas o ítems

Reemplazando la fórmula:

$$\alpha = \left[ \frac{24}{24 - 1} \right] \left[ 1 - \frac{6,39}{21,449} \right]$$

$$\alpha = \left[ \frac{24}{23} \right] [1 - 0,29791598] = 0,733$$

Se obtiene un valor mayor a 0.7, con lo que podemos afirmar que el instrumento que mide la variable gestión administrativa es altamente confiable.

- **Confiabilidad del instrumento que mide la variable Y:**

En cuanto a la confiabilidad del instrumento sobre Calidad del Servicio al Cliente, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach. Su fórmula determina el grado de consistencia y precisión. Su cálculo se realizó mediante la varianza de los ítems y la varianza del puntaje total, usando la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k - 1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

$S_i^2$  Es la varianza del ítem  $i$

$S_t^2$  Es la varianza de los valores totales observados

K es el número de preguntas o ítems.

Reemplazando la fórmula:

$$\alpha = \left[ \frac{24}{24 - 1} \right] \left[ 1 - \frac{5,32}{18,996} \right]$$

$$\alpha = \left[ \frac{24}{23} \right] [1 - 0,28005895] = 0,751$$

Se obtiene un valor mayor a 0.7, con lo que podemos afirmar que el instrumento que mide la variable calidad del servicio al cliente es altamente confiable.

### 3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS:

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) la recolección de datos para el presente estudio ha de requerir el cumplimiento de los siguientes procedimientos: se ha de elaborar los instrumentos respectivos para medir las variables de estudio, luego se ha de proceder a la aplicación del mismo y preparar las observaciones, registros y mediciones obtenidas para que se analicen mediante el respectivo estudio estadístico.

Para el procesamiento de datos se siguió la siguiente secuencia:

- a) **Clasificación de datos:** en donde los datos que han sido recogidos de los respectivos instrumentos han quedado clasificados.
  
- b) **Codificación de los datos:** que ha consistido en codificar la información recogida con los respectivos instrumentos en la muestra de estudio.
  
- c) **Calificación:** que ha consistido en darle la puntuación que corresponde según el instrumento aplicado, este criterio de evaluación se hará de acuerdo a la matriz del instrumento.
  
- d) **Tabulación estadística:** en donde se ha elaborado una data donde se encuentren todos los códigos de los sujetos muestrales y en su calificación se ha aplicado estadígrafos que nos han permitido

conocer cuáles son las características de la distribución de los datos, y por la naturaleza de la investigación se ha empleado la media aritmética y desviación estándar.

Asimismo, cabe señalar que para la contratación de las hipótesis se ha empleado el coeficiente de correlación de Pearson, a través de los Software Excel V.2013 y SPSS V. 20.

## **CAPÍTULO IV RESULTADOS**

### **4.1. PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:**

#### **4.1.1. Resultados de la variable X: Gestión Administrativa**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos al medir la variable: Gestión Administrativa; mediante un cuestionario aplicado a la muestra de estudio 1. Para tal efecto este cuestionario mide las siguientes dimensiones:

- Dimensión 1: Planificación (06 preguntas)
- Dimensión 2: Organización (06 preguntas)
- Dimensión 3: Dirección (06 preguntas)
- Dimensión 4: Control (06 preguntas)

El cuestionario contiene un total 24 preguntas y cuyas respuestas tienen la siguiente valoración:

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
NO	0 PUNTO
MÁS O MENOS	1 PUNTO
SI	2 PUNTOS

Asimismo, para la interpretación cualitativa de los resultados se propone la siguiente estandarización de categorías y rangos tomando en cuenta las dimensiones de la variable X:

**Variable X: Gestiona Administrativa**

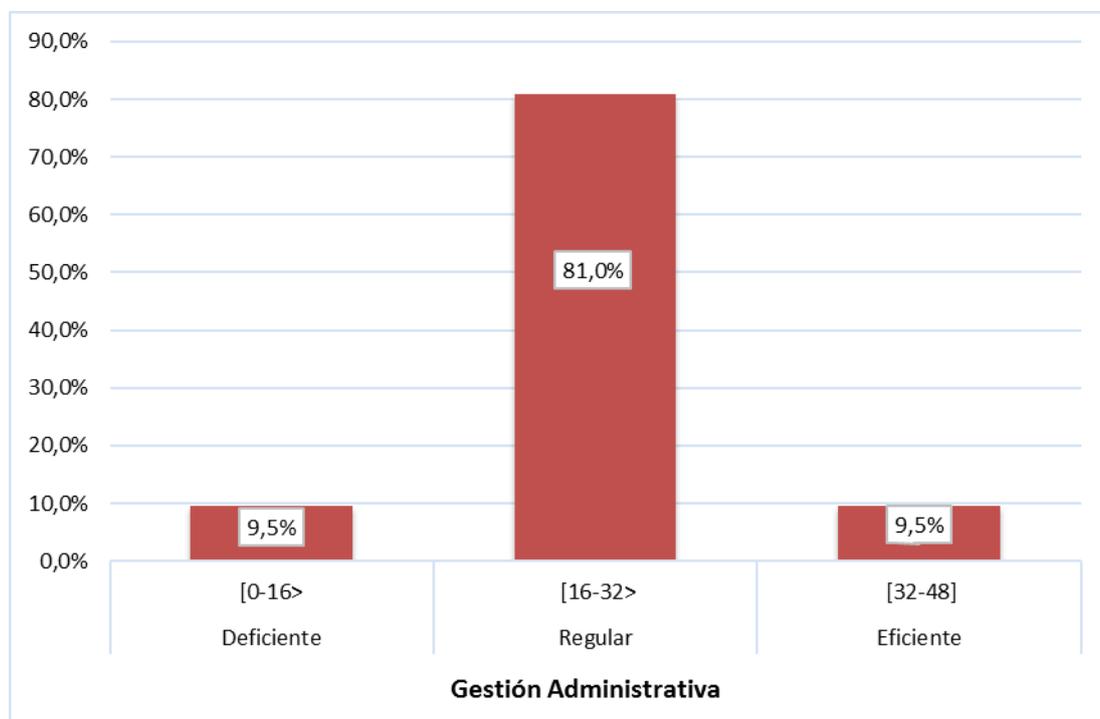
CATEGORÍAS	V X	D1	D2	D3	D4
	Rangos	Rangos	Rangos	Rangos	Rangos
Deficiente	[0-16>	[0-4>	[0-4>	[0-4>	[0-4>
Regular	[16-32>	[4-8>	[4-8>	[4-8>	[4-8>
Eficiente	[32-48]	[8-12]	[8-12]	[8-12]	[8-12]

**TABLA Nº 3**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA**  
**EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente [0-16>	3	9,5	9,5	9,5
Regular [16-32>	34	81,0	81,0	90,5
Eficiente [32-48]	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	
Media aritmética	24,38			
Desviación típica	6,39			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la gestión administrativa.

**GRÁFICO N° 1**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA**  
**EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C.**



**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 3 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la Gestión Administrativa, con la finalidad de determinar el nivel de Gestión Administrativa desde la perspectiva del trabajador en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 42 trabajadores que desarrollan sus labores en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 3 trabajadores que representan el 9,5% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de gestión administrativa en la mencionada empresa; 34 trabajadores que representan el 81,0% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de gestión administrativa; y 4 trabajadores que representan el 9,5% de la muestra de estudio perciben

que existe un nivel eficiente de gestión administrativa en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

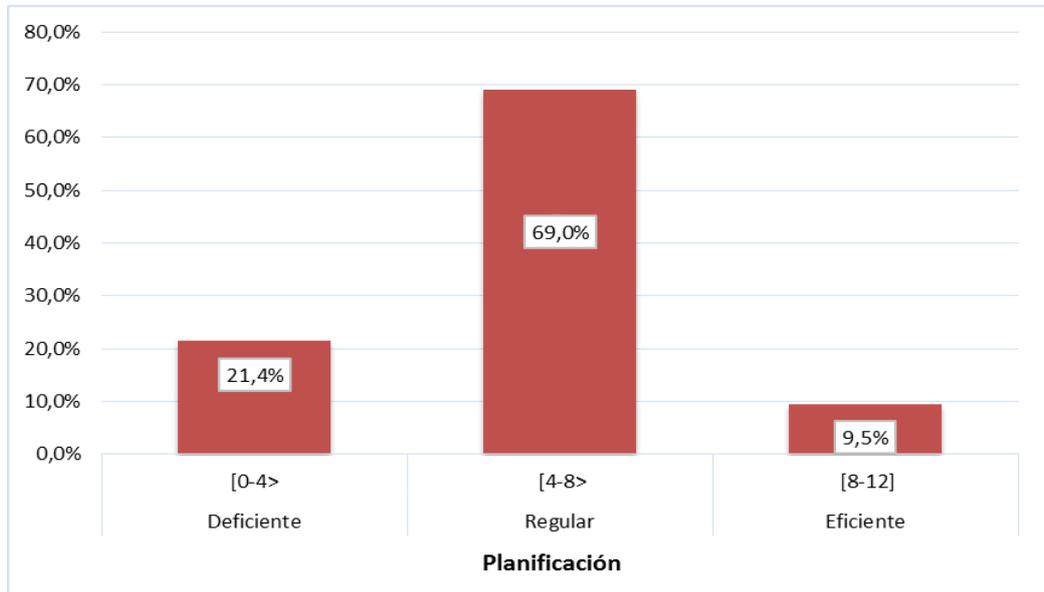
Determinándose a la vez, una media aritmética de 24,38 puntos que indica que la Gestión Administrativa en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 6,39$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA Nº 4**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 1:**  
**PLANIFICACIÓN EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Deficiente [0-4>	9	21,4	21,4	21,4
Regular [4-8>	29	69,0	69,0	90,4
Eficiente [8-12]	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	
Media aritmética	5,93			
Desviación típica	2,44			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la gestión administrativa.

**GRÁFICO N° 2**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 1:**  
**PLANIFICACIÓN EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 4 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 1: Planificación, con la finalidad de determinar el nivel de Gestión

Administrativa desde la perspectiva del trabajador en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 42 trabajadores que desarrollan sus labores en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 9 trabajadores que representan el 21,4% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de planificación en la mencionada empresa; 29 trabajadores que representan el 69,0% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de planificación; y 4 trabajadores que representan el 9,5% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de planificación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

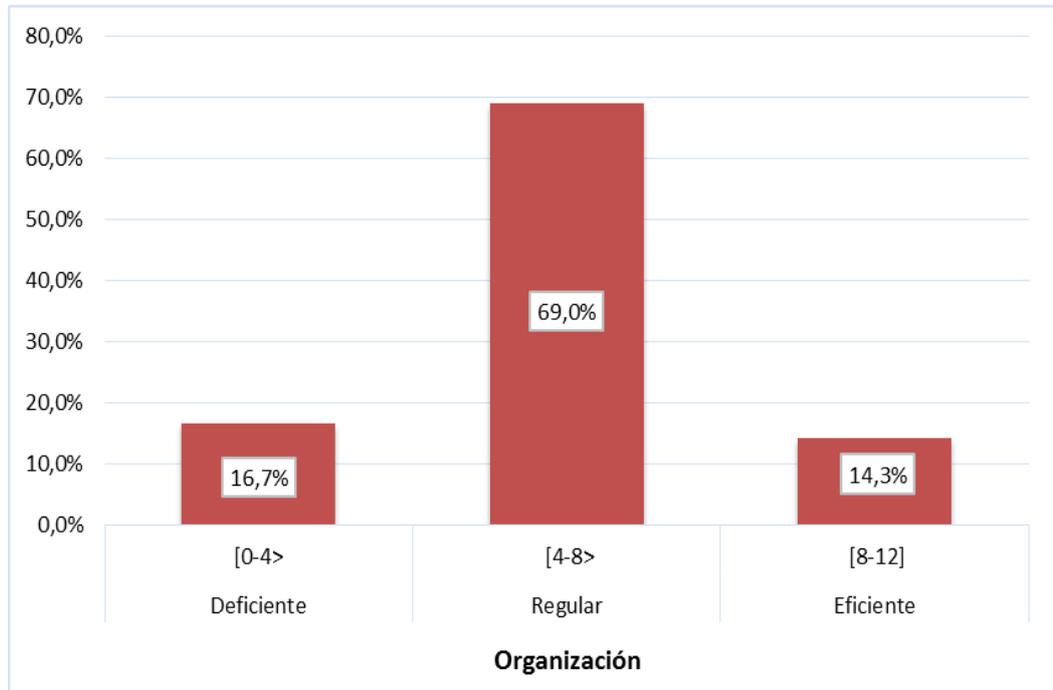
Determinándose a la vez, una media aritmética de 5,93 puntos que indica que la Planificación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,44$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA Nº 5**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 2:**  
**ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Deficiente [0-4>	7	16,7	16,7	16,7
Regular [4-8>	29	69,0	69,0	85,7
Eficiente [8-12]	6	14,3	14,3	100,0
Total	42	100,0	100,0	
Media aritmética	6,17			
Desviación típica	2,25			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la gestión administrativa.

**GRÁFICO N° 3**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 2:**  
**ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 5 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 2: Organización, con la finalidad de determinar el nivel de Gestión Administrativa desde la perspectiva del trabajador en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 42 trabajadores que desarrollan sus labores en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 7 trabajadores que representan el 16,7% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de organización en la mencionada empresa; 29 trabajadores que representan el 69,0% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de organización; y 6 trabajadores que representan el 14,3% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de organización en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

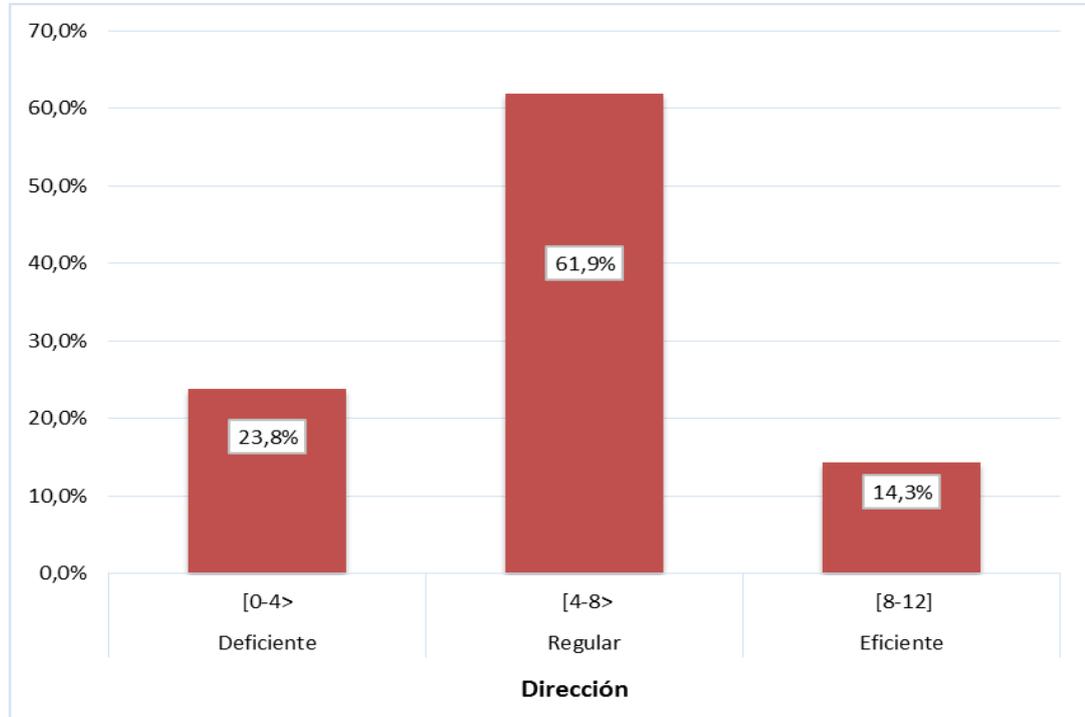
Determinándose a la vez, una media aritmética de 6,17 puntos que indica que la Organización en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,25$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA Nº 6**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 3: DIRECCIÓN**  
**EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Deficiente [0-4>	10	23,8	23,8	23,8
Regular [4-8>	26	61,9	61,9	85,7
Eficiente [8-12]	6	14,3	14,3	100,0
Total	42	100,0	100,0	
Media aritmética	6,43			
Desviación típica	2,22			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la gestión administrativa.

**GRÁFICO N° 4**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 3: DIRECCIÓN**  
**EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 6 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 3: Dirección, con la finalidad de determinar el nivel de Gestión Administrativa desde la perspectiva del trabajador en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 42 trabajadores que desarrollan sus labores en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 10 trabajadores que representan el 23,8% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de dirección en la mencionada empresa; 26 trabajadores que representan el 61,9% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de dirección; y 6 trabajadores que representan el 14,3% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de dirección en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

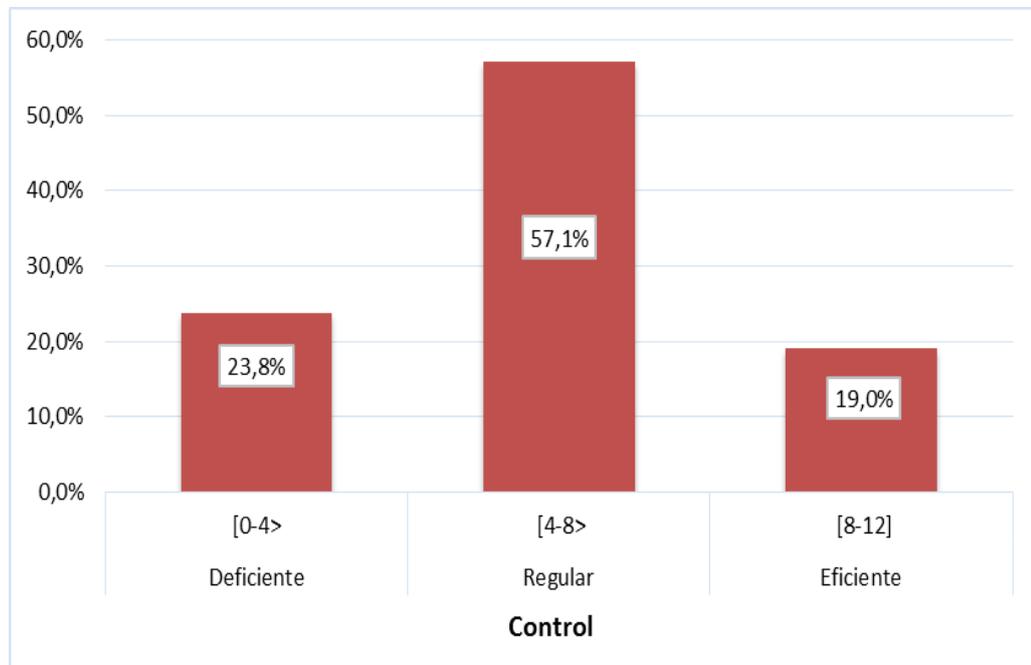
Determinándose a la vez, una media aritmética de 6,43 puntos que indica que la Dirección en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,22$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA Nº 7**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 4: CONTROL EN**  
**LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Deficiente [0-4>	10	23,8	23,8	23,8
Regular [4-8>	24	57,1	57,1	80,9
Eficiente [8-12]	8	19,0	19,0	100,0
Total	42	100,0	100,0	
Media aritmética	5,86			
Desviación típica	2,80			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la gestión administrativa.

**GRÁFICO N° 5**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 4: CONTROL EN**  
**LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 7 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 4: Control, con la finalidad de determinar el nivel de Gestión Administrativa desde la perspectiva del trabajador en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 42 trabajadores que desarrollan sus labores en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 10 trabajadores que representan el 23,8% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de control en la mencionada empresa; 24 trabajadores que representan el 57,1% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de control; y 8 trabajadores que representan el 19,0% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de control en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

Determinándose a la vez, una media aritmética de 5,86 puntos que indica que el Control en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,80$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

#### 4.1.2. Resultados de la variable Y: Calidad del Servicio al Cliente

A continuación, se presentan los resultados obtenidos al medir la variable: Calidad del Servicio al Cliente; mediante un cuestionario aplicado a la muestra de estudio 2. Para tal efecto este cuestionario mide las siguientes dimensiones:

- Dimensión 1: Accesibilidad y comunicación (06 preguntas)
- Dimensión 2: Capacidad de respuesta (06 preguntas)
- Dimensión 3: Calidad profesional (06 preguntas)
- Dimensión 4: Calidad personal (06 preguntas)

El cuestionario contiene un total 24 preguntas y cuyas respuestas tienen la siguiente valoración:

ALTERNATIVA	PUNTUACIÓN
NO	0 PUNTO
MÁS O MENOS	1 PUNTO
SI	2 PUNTOS

Asimismo, para la interpretación cualitativa de los resultados se propone la siguiente estandarización de categorías y rangos tomando en cuenta las dimensiones de la variable Y:

#### Variable Y: Calidad del Servicio al Cliente

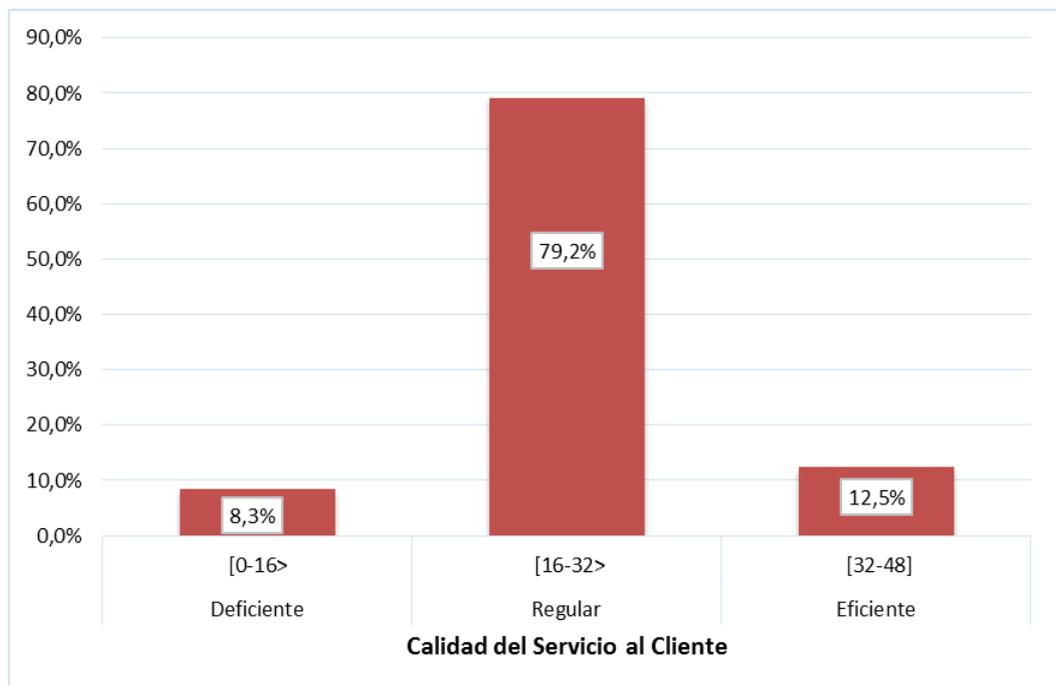
CATEGORÍAS	V Y	D1	D2	D3	D4
	Rangos	Rangos	Rangos	Rangos	Rangos
Deficiente	[0-16>	[0-4>	[0-4>	[0-4>	[0-4>
Regular	[16-32>	[4-8>	[4-8>	[4-8>	[4-8>
Eficiente	[32-48]	[8-12]	[8-12]	[8-12]	[8-12]

**TABLA N° 8**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL**  
**CLIENTE EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente [0-16>	2	8,3	8,3	8,3
Regular [16-32>	19	79,2	79,2	87,5
Eficiente [32-48]	3	12,5	12,5	100,0
Total	24	100,0	100,0	
Media aritmética	24,29			
Desviación típica	6,03			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente.

**GRÁFICO N° 6**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL**  
**CLIENTE EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



## **INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 8 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la Calidad del Servicio al Cliente, con la finalidad de determinar el nivel de Calidad del Servicio al Cliente desde la perspectiva del propio cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 24 clientes que desarrollan sus relaciones comerciales con la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 2 clientes que representan el 8,3% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de calidad del servicio al cliente en la mencionada empresa; 19 clientes que representan el 79,2% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de calidad del servicio al cliente; y 3 clientes que representan el 12,5% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

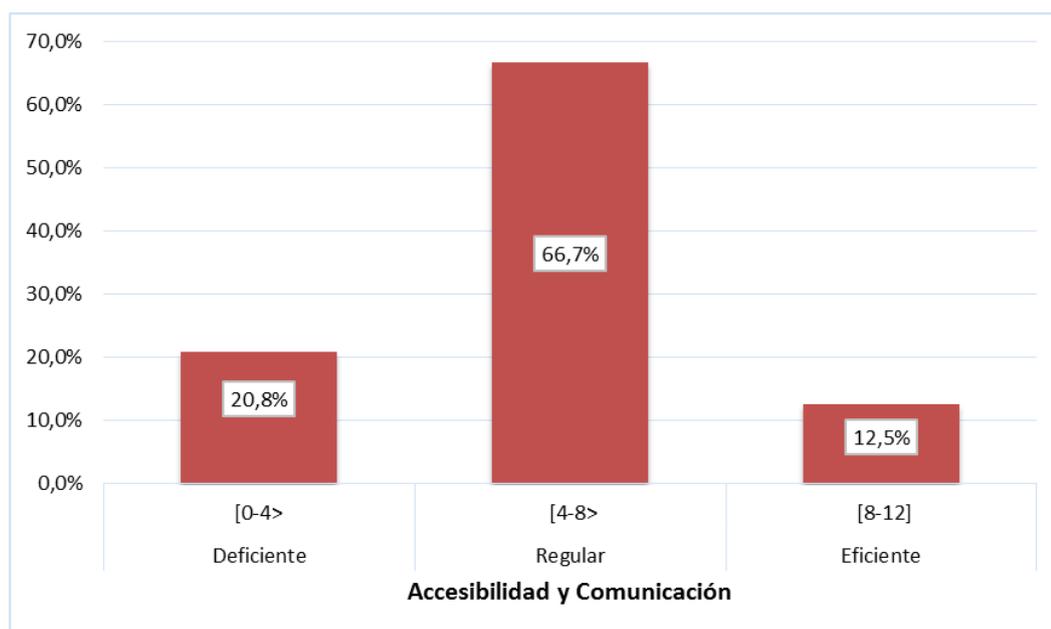
Determinándose a la vez, una media aritmética de 24,29 puntos que indica que la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 6,03$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA N° 9**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 1:**  
**ACCESIBILIDAD Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ**  
**S.A.C**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente [0-4>	5	20,8	20,8	20,8
Regular [4-8>	16	66,7	66,7	87,5
Eficiente [8-12]	3	12,5	12,5	100,0
Total	24	100,0	100,0	
Media aritmética	6,08			
Desviación típica	2,26			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente.

**GRÁFICO N° 7**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 1:**  
**ACCESIBILIDAD Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ**  
**S.A.C**



## **INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 9 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 1: Accesibilidad y Comunicación, con la finalidad de determinar el nivel de Calidad del Servicio al Cliente desde la perspectiva del propio cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 24 clientes que desarrollan sus relaciones comerciales con la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 5 clientes que representan el 20,8% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de accesibilidad y comunicación en la mencionada empresa; 16 clientes que representan el 66,7% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de accesibilidad y comunicación; y 3 clientes que representan el 12,5% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de accesibilidad y comunicación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

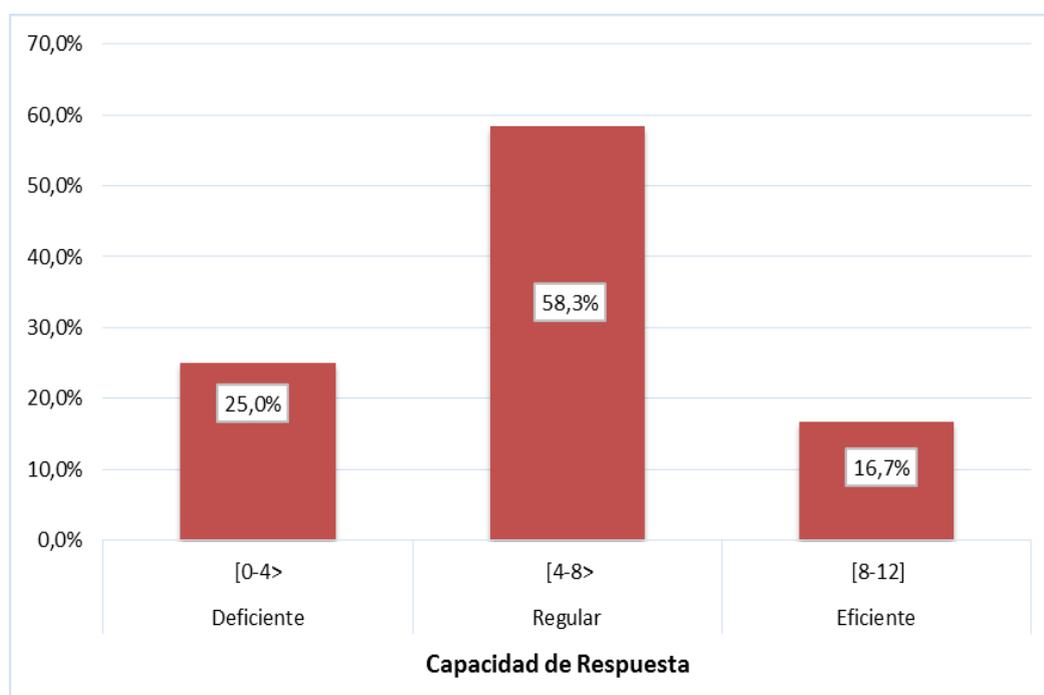
Determinándose a la vez, una media aritmética de 6,08 puntos que indica que la Accesibilidad y Comunicación en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,26$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA N° 10**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD**  
**DE RESPUESTA EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente [0-4>	6	25,0	25,0	25,0
Regular [4-8>	14	58,3	58,3	83,3
Eficiente [8-12]	4	16,7	16,7	100,0
Total	24	100,0	100,0	
Media aritmética	5,88			
Desviación típica	2,44			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente.

**GRÁFICO N° 8**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD**  
**DE RESPUESTA EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



## **INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 10 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 2: Capacidad de Respuesta, con la finalidad de determinar el nivel de Calidad del Servicio al Cliente desde la perspectiva del propio cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 24 clientes que desarrollan sus relaciones comerciales con la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 6 clientes que representan el 25,0% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de capacidad de respuesta en la mencionada empresa; 14 clientes que representan el 58,3% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de capacidad de respuesta; y 4 clientes que representan el 16,7% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de capacidad de respuesta en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

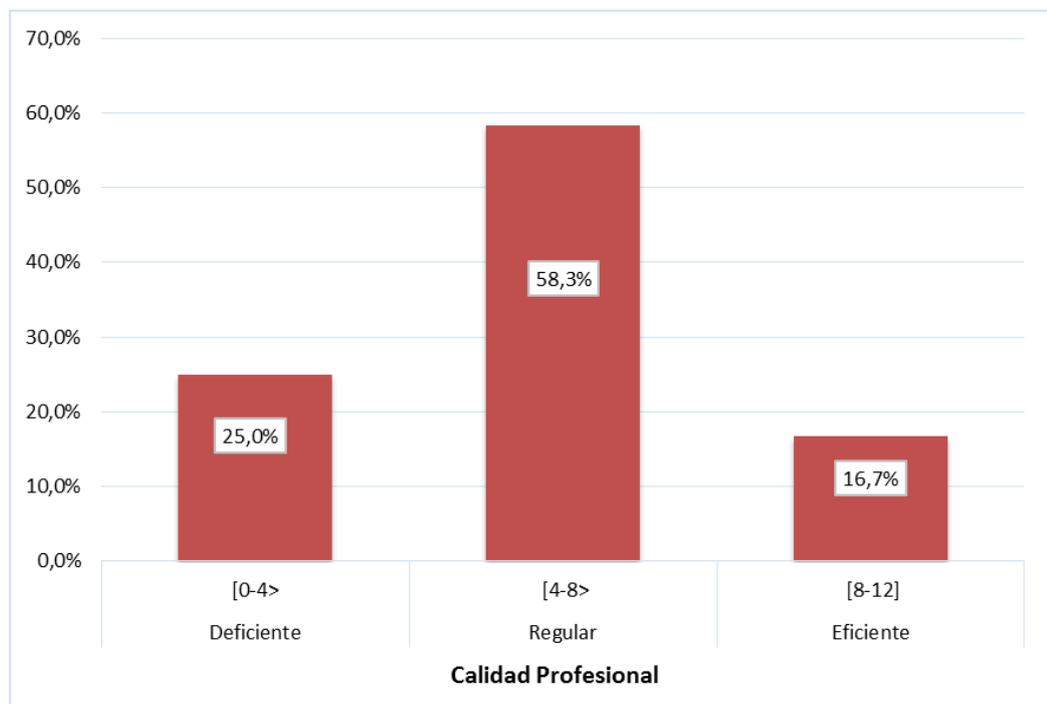
Determinándose a la vez, una media aritmética de 5,88 puntos que indica que la Capacidad de Respuesta en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,44$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA N° 11**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 3: CALIDAD**  
**PROFESIONAL EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente [0-4>	6	25,0	25,0	25,0
Regular [4-8>	14	58,3	58,3	83,3
Eficiente [8-12]	4	16,7	16,7	100,0
Total	24	100,0	100,0	
Media aritmética	6,33			
Desviación típica	2,44			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente.

**GRÁFICO N° 9**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 3: CALIDAD**  
**PROFESIONAL EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



## **INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 11 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 3: Calidad Profesional, con la finalidad de determinar el nivel de Calidad del Servicio al Cliente desde la perspectiva del propio cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 24 clientes que desarrollan sus relaciones comerciales con la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 6 clientes que representan el 25,0% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de calidad profesional en la mencionada empresa; 14 clientes que representan el 58,3% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de calidad profesional; y 4 clientes que representan el 16,7% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de calidad profesional en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

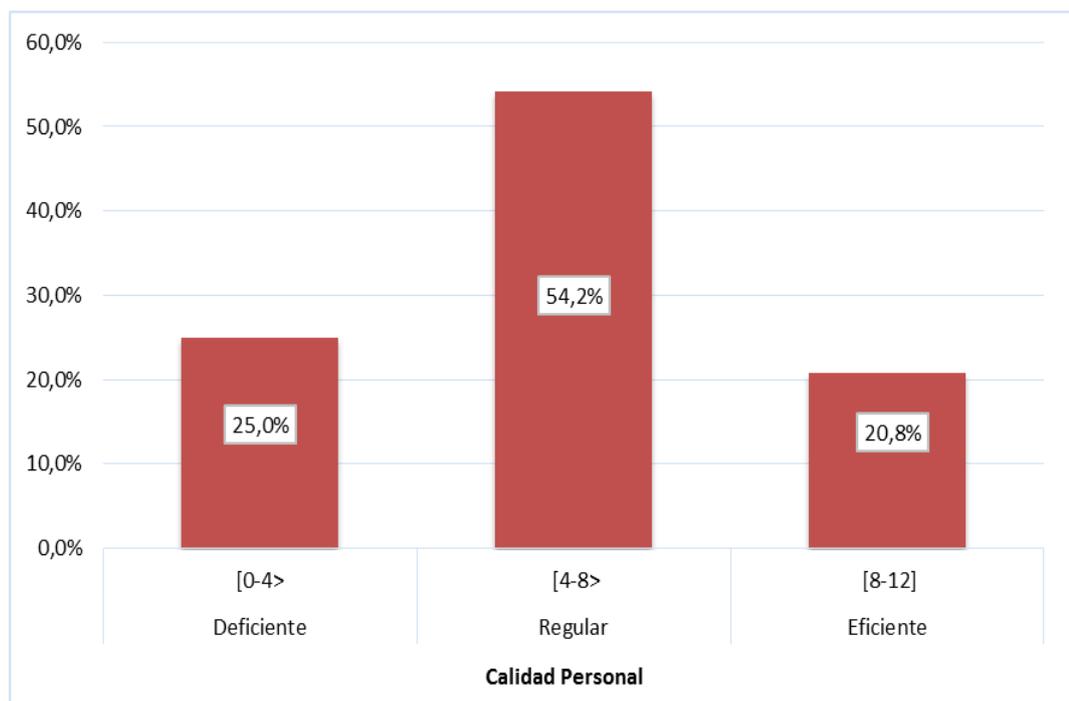
Determinándose a la vez, una media aritmética de 6,33 puntos que indica que la Calidad Profesional en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,44$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

**TABLA N° 12**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 4: CALIDAD**  
**PERSONAL EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente [0-4>	6	25,0	25,0	25,0
Regular [4-8>	13	54,2	54,2	79,2
Eficiente [8-12]	5	20,8	20,8	100,0
Total	24	100,0	100,0	
Media aritmética	6,00			
Desviación típica	2,48			

Fuente: Data de resultados de la aplicación del cuestionario sobre la calidad del servicio al cliente.

**GRÁFICO N° 10**  
**RESULTADOS OBTENIDOS SOBRE LA DIMENSIÓN 4: CALIDAD**  
**PERSONAL EN LA EMPRESA MIVISA PERÚ S.A.C**



## **INTERPRETACIÓN:**

En la tabla N° 12 se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario sobre la dimensión 4: Calidad Personal, con la finalidad de determinar el nivel de Calidad del Servicio al Cliente desde la perspectiva del propio cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. 2016.

La muestra estuvo conformada por 24 clientes que desarrollan sus relaciones comerciales con la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., de los cuales 6 clientes que representan el 25,0% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel deficiente de calidad personal en la mencionada empresa; 13 clientes que representan el 54,2% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel regular de calidad personal; y 5 clientes que representan el 20,8% de la muestra de estudio perciben que existe un nivel eficiente de calidad personal en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C.

Determinándose a la vez, una media aritmética de 6,00 puntos que indica que la Calidad Personal en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C., es regular. Asimismo, se ha determinado una desviación estándar con una variación en un  $\pm 2,48$  con respecto a la media aritmética, que indica que los datos son consistentes.

## 4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS:

### 4.2.1. Contrastación de la hipótesis general:

Tabla N° 13  
Prueba de la hipótesis general

<b>Se formulan las hipótesis</b>			
<b>Hipótesis general:</b>			
La gestión administrativa se relaciona significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis alterna (Ha):</b>			
Existe una relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis nula (Ho):</b>			
No existe una relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Se calcula el coeficiente de correlación de Pearson</b>			
		<b>VX: Gestión administrativa</b>	<b>VY: Calidad del servicio al cliente</b>
	<i>Correlación de Pearson</i>	1	,814**
<i>VX: Gestión administrativa</i>	<i>Sig. (bilateral)</i>		,000
	<i>N</i>	42	42
	<i>Correlación de Pearson</i>	,814**	1
<i>VY: Calidad del servicio al cliente</i>	<i>Sig. (bilateral)</i>	,000	
	<i>N</i>	24	24
** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).			
<b>Toma de decisión:</b>			
Se concluye señalando que la gestión administrativa se relación directa y significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la Provincia de Pisco, 2016.			

#### 4.2.2. Contrastación de las hipótesis específicas:

Tabla N° 14

Prueba de hipótesis específica N° 1

<b>Se formulan las hipótesis</b>			
<b>Hipótesis específica N° 1:</b>			
La planificación se relaciona significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis alterna (Ha):</b>			
Existe una relación significativa entre la planificación y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis nula (Ho):</b>			
No existe una relación significativa entre la planificación y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Se calcula el coeficiente de correlación de Pearson</b>			
		<b>VX: Planificación</b>	<b>VY: Calidad del servicio al cliente</b>
<b>VX: Planificación</b>	<i>Correlación de Pearson</i>	1	,742**
	<i>Sig. (bilateral)</i>		,000
	<i>N</i>	42	42
<b>VY: Calidad del servicio al cliente</b>	<i>Correlación de Pearson</i>	,742**	1
	<i>Sig. (bilateral)</i>	,000	
	<i>N</i>	24	24
** La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).			
<b>Toma de decisión:</b>			
Se concluye señalando que la planificación se relación directa y significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la Provincia de Pisco, 2016.			

Tabla N° 15  
Prueba de hipótesis específica N° 2

<b>Se formulan las hipótesis</b>			
<b>Hipótesis específica N° 2:</b>			
La organización se relaciona significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis alterna (Ha):</b>			
Existe una relación significativa entre la organización y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis nula (Ho):</b>			
No existe una relación significativa entre la organización y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Se calcula el coeficiente de correlación de Pearson</b>			
		<b>VX: Organización</b>	<b>VY: Calidad del servicio al cliente</b>
<i>Correlación de Pearson</i>		1	,736**
<i>Sig. (bilateral)</i>			,000
<i>N</i>		42	42
<i>Correlación de Pearson</i>		,736**	1
<i>Sig. (bilateral)</i>		,000	
<i>N</i>		24	24
** La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).			
<b>Toma de decisión:</b>			
Se concluye señalando que la organización se relación directa y significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la Provincia de Pisco, 2016.			

Tabla N° 16

Prueba de hipótesis específica N° 3

<b>Se formulan las hipótesis</b>			
<b>Hipótesis específica N° 3:</b>			
La dirección se relaciona significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis alterna (Ha):</b>			
Existe una relación significativa entre la dirección y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis nula (Ho):</b>			
No existe una relación significativa entre la dirección y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Se calcula el coeficiente de correlación de Pearson</b>			
		<b>VX: Dirección</b>	<b>VY: Calidad del servicio al cliente</b>
VX: Dirección	Correlación de Pearson	1	,722**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	42	42
VY: Calidad del servicio al cliente	Correlación de Pearson	,722**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24
** La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).			
<b>Toma de decisión:</b>			
Se concluye señalando que la dirección se relación directa y significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la Provincia de Pisco, 2016.			

Tabla N° 17

Prueba de hipótesis específica N° 4

<b>Se formulan las hipótesis</b>			
<b>Hipótesis específica N° 4:</b>			
El control se relaciona significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis alterna (Ha):</b>			
Existe una relación significativa entre el control y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Hipótesis nula (Ho):</b>			
No existe una relación significativa entre el control y la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016.			
<b>Se calcula el coeficiente de correlación de Pearson</b>			
		<b>VX: Control</b>	<b>VY: Calidad del servicio al cliente</b>
VX: Control	Correlación de Pearson	1	,720**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	42	42
VY: Calidad del servicio al cliente	Correlación de Pearson	,720**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24
** La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).			
<b>Toma de decisión:</b>			
Se concluye señalando que el control se relación directa y significativamente con la calidad del servicio al cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la Provincia de Pisco, 2016.			

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

#### **5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS:**

A continuación, se realiza la discusión de los resultados tomando como referencia los resultados obtenidos, los antecedentes de investigación y las bases teóricas de las variables de estudio.

En base a los resultados obtenidos en la investigación se ha determinado que existe una relación directa y significativa entre las variables: Gestiona administrativa y Calidad del servicio al cliente; ya que se ha obtenido un coeficiente de correlación de Pearson de 0.814 que indica que a una eficiente gestión administrativa le corresponde una eficiente calidad del servicio al cliente, o en su defecto a una deficiente gestión administrativa le corresponde una deficiente calidad del servicio al cliente y ello es así porque ambas variables están altamente relacionadas.

Los resultados analizados guardan relación con lo mencionado por Tirado (2014) quien manifiesta en su trabajo de investigación que la gestión administrativa influye de manera directa en la calidad del servicio que se brinda al cliente, de ahí que es obligación de toda empresa dar importancia y modernizar sus procesos administrativos ya que ello

conlleva no solo a mejorar la dinámica administrativa de la empresa sino también a generar en el cliente satisfacción por el servicio que recibe. En ese sentido, Tejeda (2014) en su estudio afirma que si se busca una óptima gestión administrativa es necesario que se haga una serie de innovaciones en los procesos administrativos en todos los niveles y áreas de la empresa, y que ello se traduzca en una modernización administrativa que coadyuve en la consecución de los objetivos estratégicos organizacionales. Por su parte, López (2014) afirma que es importante atender al nivel de calidad de los procesos administrativos ya que estos tienen una relación positiva y alta con el nivel de efectividad de la gestión administrativa, lo que indica que cualquier cambio o modificación dada en una de las variables podría reflejarse en la otra, debido a una alta correlación existente entre ambas. El mismo autor refiere que conocer la efectividad que tienen los procesos administrativos dentro de la organización empresarial es importante ya que estos ejercen influencia en la efectividad de la gestión administrativa, lo que se traduce en mejoras para la empresa como brindar un mejor servicio a sus clientes.

Lo señalado guarda relación con la información de las bases teóricas sustentadas por Campos y Loza (citados por Tirado, 2014) quienes sostienen que la Gestión Administrativa no es otra cosa que la acción de administrar, que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar; y por Larrea (citado por Arrué, 2014) quien sostiene que la Calidad del Servicio al Cliente es un valor o sentimiento, que se adquiere mediante el hábito de practicar actitudes positivas hacia nosotros mismos y nuestro entorno, no sólo con el objetivo de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, sino también de crear una relación con ellos que perdure en el tiempo donde predomine el concepto ganar/ganar.

Por otro lado, en relación a las hipótesis específicas se obtuvieron los siguientes resultados:

En la hipótesis específica N° 1; se señala que existe una relación significativa entre la Planificación y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016; esta hipótesis queda validada al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.742.

En la hipótesis específica N° 2; se señala que existe una relación significativa entre la Organización y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas – Pisco, 2016; esta hipótesis queda validada al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.736.

En la hipótesis específica N° 3; se señala que existe una relación significativa entre la Dirección y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas - Pisco 2016; esta hipótesis queda validada al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.722.

En la hipótesis específica N° 4; se señala que existe una relación significativa entre el Control y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas - Pisco 2016; esta hipótesis queda validada al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.720.

En conclusión, se está en condiciones de afirmar que existe una relación directa y significativa entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco 2016.

## CONCLUSIONES

1. Se ha logrado determinar que existe una relación directa y significativa entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente, al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.814, lo que da paso a afirmar que la Gestión Administrativa se relaciona directa y significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco 2016.
2. Se ha logrado determinar que existe una relación directa y significativa entre la Planificación y la Calidad del Servicio al Cliente, al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.742, lo que da paso a afirmar que la Planificación se relaciona directa y significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco 2016.
3. Se ha logrado determinar que existe una relación directa y significativa entre la Organización y la Calidad del Servicio al Cliente, al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.736, lo que da paso a afirmar que la Organización se relaciona directa y significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco 2016.
4. Se ha logrado determinar que existe una relación directa y significativa entre la Dirección y la Calidad del Servicio al Cliente, al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.722, lo que da paso a afirmar que la dirección se relaciona directa y significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco 2016.
5. Se ha logrado determinar que existe una relación directa y significativa entre el Control y la Calidad del Servicio al Cliente, al haberse obtenido

un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.720, lo que da paso a afirmar que el control se relaciona directa y significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas de la provincia de Pisco 2016.

## RECOMENDACIONES

1. La Gerencia de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas debe tomar como referencia los resultados obtenidos de esta investigación para que al conocer de manera objetiva la realidad evaluada, puedan asumir las acciones que consideren más convenientes al respecto sobre su Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente.
2. La Gerencia de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas debe realizar constantemente un diagnóstico de la realidad empresarial, a través de un análisis FODA, para conocer necesidades, expectativas y deseos de sus clientes internos y externos, en la búsqueda de la mejora continua de los procesos.
3. La Gerencia de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas debe promover planes estratégicos modernos, de vanguardia gerencial, para mejorar los procesos administrativos en su defecto la gestión y comunicación.
4. La Gerencia de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas debe implementar sistemas de control, para verificar eventuales desviaciones o variaciones en sus procesos.
5. La Gerencia de la Empresa MIVISA PERÚ S.A.C. de Paracas debe implementar herramientas tecnológicas, de innovación, que aseguren la accesibilidad de los clientes con la empresa, a fin de que pueda concebirse un banco de sugerencias sobre los procesos administrativo-gerenciales efectuados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, G. (2004). *Gestión estratégica en el sector público: del pensamiento estratégico al cambio organizacional*. Ciudad de México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Arrué, J. (2014). *Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, San Juan Bautista, Perú.
- Berry, L., Bennet, C., y Brown , C. (1989). *Calidad de servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid: Diaz de Santos .
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.
- Evans, J., y Lindsay, W. (2000). *Administración Y Control de la Calidad*. Ciudad de México D.F.: International Thomson Editores.
- García, M. (2015). *La gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la Empresa de Transporte de Pasajeros Flota Bolívar*. (Tesis de titulación). Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Ecuador.
- Guajardo, G. (1996). *Administración de la Calidad Total, Concepto y Enseñanzas*. Ciudad de México: Pax.
- Gutiérrez, P. (1997). *Calidad total y productividad*. Ciudad de México D.F. : McGrawHill.
- Guzmán, B. (2014). *Diseño de un sistema de gestión administrativa y financiera para las operadoras que proporcionan el servicio de transporte comercial tipo taxi convencional de la ciudad de Cuenca*. (Tesis de titulación). Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador.
- Hazler, A., y Cassini, J. (2008). *Gestión administrativa*. Caracas: Poncepo.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Ciudad de México D.F, México: Mc Graw-Hill.
- Herrera, M. (2008). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa*. (Tesis de maestría). Universidad Veracruzana, Veracruz, México.
- Hoffman, D., y Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos*. Ciudad de México D.F.: CENAGE Learning .
- Kaplan, D., y Norton, A. (2000). *Amidnistración* . Ciudad de México D.F.: Prentice Hall.
- Leon, C. (2007). *Gestion empresarial para agronegocios*. Chiclayo: Universidad Catolica Sto. Toribio de Mongrovejo.
- Lopez, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *Revista del Departamento de Contaduria y Finanzas Publicas por el Instituto Tecnológico de Sonora*, 10.
- López, W., y Urbina, R. (2014). *Relación del nivel de calidad de los procesos administrativos y nivel de efectividad de la gestión administrativa de la Empresa Cruz de la Voladura Servicios Generales Pilancones S.R.L., 2014*. (Tesis de titulación). Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- Malaver, M. (2004). *Diseño de un modelo administrativo de mejoramiento de la calidad en el servicio postventa prestado por empresas del sector de telecomunicaciones*. (Tesis de titulación). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Maldonado, E. (2005). *Control Interno para Administradores Principiantes*. Ciudad de México D.F.: Limusa.
- Melinkoff, V. (1999). *Los procesos administrativos*. Caracas: Panapo.
- Pérez, M. (1982). *Diccionario de Administración*. Lima: Univ. Nac. Mayor de San Marcos.
- Pino, R. (2008). *La relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional*. (Tesis de doctorado). Universidad Pontificia Católica del Perú, Lima, Perú.

- Ponjuan, G. (1998). *Gestión administrativa* . Ciudad de México D.F.: Prentice Hall.
- Sallenave, J. (2002). *Gerencia y Planeación estratégica*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Tejeda, L. (2014). *Gestión administrativa y su mejora en la Municipalidad Distrital Bellavista Callao*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional de Callao, Callao, Perú.
- Tirado, K. (2014). *Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, en el Colegio Químico Farmacéutico de la Libertad - Trujillo*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Tórrez, M. (2014). *La gestión administrativa y su impacto en la mejora continua hacia la calidad en la Empresa Matagalpa Coffee Group, en el municipio de Matagalpa, departamento de Matagalpa, 2013 - 2014*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua , Managua, Nicaragua.
- Vara, A. (2012). *Desde La idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales* (3 ed.). Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos.
- Zeithaml, A., Parasuraman, A., y Berry, D. (1991). *Calidad en el servicio. Conceptos, componentes, características y tipos*. Madrid: Díaz de Santos .

## **ANEXOS**

## ANEXO Nº 1

### Matriz de Consistencia

**Título:** Gestión Administrativa y su relación con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas  
- Pisco ,2016.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p><b>Problema General</b> ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016?</p> <p><b>Problemas Específicos</b>  <b>P.E.1</b> ¿Cuál es la relación que existe entre la Planificación y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016?  <b>P.E.2</b> ¿Cuál es la relación que existe entre la Organización y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016?  <b>P.E.3</b> ¿Cuál es la relación que existe entre la Dirección y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016?  <b>P.E.4</b> ¿Cuál es la relación que existe entre el Control y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar la relación entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b>  <b>O.E.1</b> Determinar la relación entre la Planificación y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016.  <b>O.E.2</b> Determinar la relación entre la Organización y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016.  <b>O.E.3</b> Determinar la relación entre la Dirección y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016.  <b>O.E.4</b> Determinar la relación entre el Control y la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016.</p>	<p><b>Hipótesis General</b> La Gestión Administrativa se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas – Pisco 2016.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b>  <b>H.E.1</b> La Planificación se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente e en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas – Pisco 2016.  <b>H.E.2</b> La Organización se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas – Pisco 2016.  <b>H.E.3</b> La Dirección se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016.  <b>H.E.4</b> El Control se relaciona significativamente con la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa MIVISA PERU S.A.C. de Paracas - Pisco 2016.</p>	<p>Variable X: Gestión Administrativa. Dimensiones: D1: Planificación. D2: Organización. D3: Dirección. D4: Control.</p> <p>Variable Y: Calidad del Servicio al Cliente. Dimensiones: D1: Accesibilidad y comunicación. D2: Capacidad de respuesta. D3: Calidad profesional. D4: Calidad personal.</p>	<p><b>Ámbito de estudio:</b> Social y económico.  <b>Tipo:</b> Investigación de tipo básica.  <b>Nivel:</b> Investigación de nivel relacional.  <b>Diseño:</b> No experimental de naturaleza correlacional.  <b>Población:</b> Se compone de la siguiente manera: La primera población está constituida por el personal laboral de la Empresa MIVISA PERU S.A.C. que hacen un total de 42 trabajadores. La segunda población está constituida por el número de clientes a quienes la Empresa MIVISA PERU S.A.C. les brinda sus servicios.  <b>Muestra:</b> Se compone de la siguiente manera: La primera muestra se constituye el total de trabajadores, mientras que la segunda muestra se constituye por las empresas clientes de Pisco.  <b>Técnica:</b> Encuesta.  <b>Instrumentos:</b> Cuestionarios.  <b>Técnicas de procesamiento y análisis de datos:</b> Clasificación, codificación, calificación, tabulación estadística e interpretación de los datos.  <b>Prueba de hipótesis:</b> Se empleó el coeficiente r de Pearson.</p>

ANEXO N° 2  
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



**CUESTIONARIO SOBRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**Instrucciones:** Estimado trabajador, lea atentamente cada pregunta y responda con sinceridad según considere conveniente sobre la gestión administrativa que se desarrolla en la Empresa MIVISA PERU S.A.C.; marcando con un aspa (X), considerando la siguiente escala:

**Si (2 puntos), Mas o menos (1 punto), No (0 punto)**

N°	PREGUNTAS	ALTERNATIVAS		
		S	M N	N
	<b>Dimensión 1: Planificación</b>			
1.	¿Considera que el plan estratégico que ha adoptado la empresa se viene aplicando de manera adecuada?			
2.	¿Considera que el plan estratégico que se viene aplicando en la empresa está ayudando a conseguir los objetivos organizaciones establecidos a corto largo?			
3.	¿Considera que los planes operativos desarrollados por la empresa se vienen aplicando de manera adecuada?			
4.	¿Considera que el cumplimiento de los planes operativos de la empresa está ayudando a conseguir los objetivos organizaciones establecidos a corto plazo?			
5.	¿Existe en la empresa un presupuesto de ventas mensual y anual bien estructurado?			
6.	¿Existe en la empresa un presupuesto de compras mensual y anual bien estructurado?			
	<b>Dimensión 2: Organización</b>			
7.	¿Existe en la empresa un reglamento interno de trabajo?			
8.	¿Considera que las funciones y normas de personal fijadas en el reglamento interno de trabajo responden a la realidad laboral?			
9.	¿Considera que la selección del personal en la empresa se hace tomando en cuenta las aptitudes, actitudes, conocimientos sobre el puesto al que postula y experiencia sobre el trabajo y su examen médico pre-ocupacional?			
10.	¿Considera que la selección del personal en la empresa se hace tomando en cuenta la experiencia laboral y el examen médico pre-ocupacional del postulante al cargo?			
11.	¿Considera que la empresa invierta en el desarrollo profesional del trabajador?			

12.	¿Considera que en la empresa existe un registro o monitoreo real de las actividades que desarrolla el personal en puesto?			
<b>Dimensión 3: Dirección</b>				
13.	¿Considera que en la empresa existe un liderazgo organizacional motivante?			
14.	¿Considera que el liderazgo que se viene desarrollando en la empresa coadyuva al logro de los objetivos organizacionales?			
15.	¿Existe en la empresa una comunicación asertiva y efectiva?			
16.	¿Existe en la empresa relaciones cordiales entre los trabajadores de las diversas áreas y los directivos o gerentes?			
17.	¿Existe en la empresa un trabajo basado más en la cooperación que en la competición?			
18.	¿Existe en la empresa un compromiso colectivo por hacer bien las cosas partiendo de la valoración del aporte individual de cada trabajador en su área respectiva?			
<b>Dimensión 4: Control</b>				
19.	¿Existe en la empresa un seguimiento de la aplicación del plan estratégico con el fin de detectar fallas y corregir errores?			
20.	¿Existe en la empresa un seguimiento de la aplicación de los planes operativos con el fin de detectar fallas y corregir errores?			
21.	¿Existe en la empresa un seguimiento de la ejecución del presupuesto mensual con el fin de manejar de manera apropiada el recurso financiero?			
22.	¿Existe en la empresa un seguimiento de la ejecución del presupuesto anual con el fin de manejar de manera apropiada el recurso financiero?			
23.	¿Existe en la empresa un seguimiento de los procesos de producción con el fin de detectar fallas y corregir errores?			
24.	¿Existe en la empresa un seguimiento de las herramientas, equipos y elementos con que se fabrica el producto con el de asegurar su calidad?			
<b>SUB-TOTAL</b>				
<b>TOTAL</b>				

Gracias por su participación..!

## CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

**Instrucciones:** Estimado cliente, sírvase a leer atentamente cada pregunta y responda con sinceridad según considere conveniente y refleje su situación real como cliente de la Empresa MIVISA PERU S.A.C.; marcando con un aspa (X), considerando la siguiente escala:

**Si (2 puntos), A veces (1 punto), No (0 punto)**

N°	PREGUNTAS	ALTERNATIVAS		
		S	AV	N
<b>Dimensión 1: Accesibilidad y comunicación</b>				
1.	¿Siente usted que se le trata bien cuando pretende acceder a alguna de las oficinas administrativas de la empresa?			
2.	¿Siente usted que se le trata bien cuando pretende acceder a las instalaciones en donde se desarrolla el proceso productivo en la empresa?			
3.	¿Se siente usted cómodo en las instalaciones de la empresa?			
4.	¿Las instalaciones de la empresa cuentan con sus respectivos requerimientos: agua, telefonía, internet, muebles, iluminación, higiene, seguridad, entre otros elementos, que lo hacen sentir cómodo?			
5.	¿Se siente satisfecho por la comunicación formal que se ha establecido entre la organización empresarial y usted?			
6.	¿Se siente satisfecho por la comunicación informal que se ha establecido entre la organización empresarial y usted?			
<b>Dimensión 2: Capacidad de respuesta</b>				
7.	¿Considera usted que el personal que labora en la empresa viene respondiendo a las exigencias que requiere el trabajo?			
8.	¿Considera usted que la empresa viene respondiendo a los requerimientos que hace el cliente en cuanto a calidad, prontitud, cantidad, costos, entre otros?			
9.	¿Considera usted que el personal que labora en la empresa sabe manejar la situación cuando algo sale mal con un cliente?			
10.	¿Considera usted que la empresa viene está respondiendo de manera adecuada a las exigencias del sector metalgráfico?			
11.	¿Considera usted que los tramites que se hacen en la empresa son simplificados?			
12.	¿Considera usted que los tramites que se hacen en la empresa son procesados a la brevedad posible?			
<b>Dimensión 3: Calidad profesional</b>				
13.	¿Cuándo usted hace una consulta sobre el servicio que le brinda la			

	empresa, el personal a cargo sabe aclarar sus dudas?			
14.	¿Se siente usted satisfecho con la atención que se le brinda en cuanto a la información o conocimientos que requiere conocer?			
15.	¿Siente usted que se demoran mucho en atenderlo cuando realiza una consulta?			
16.	¿Siente usted que el tiempo que dura la consulta es muy corto y por lo tanto no puede decir todo lo que le necesita decir?			
17.	¿Cuándo usted realiza una consulta a la empresa se siente satisfecho por la información que se le brinda?			
18.	¿La información que se le brinda en la consulta le ha sido útil?			
<b>Dimensión 4: Calidad personal</b>				
19.	¿Se siente usted satisfecho por la amabilidad con que lo trata el personal de la empresa en la atención requerida?			
20.	¿Se siente usted satisfecho porque siempre recibe un trato de cortesía por cualquier personal de la empresa?			
21.	¿Considera usted que la dedicación que se le brindó cuando visitó las instalaciones de la empresa fue satisfactoria?			
22.	¿Considera usted que la dedicación que le brindó el personal de la empresa que lo atendió en su consulta fue satisfactoria?			
23.	¿Considera usted que la empresa siempre dispone de los medios o recursos adecuado para satisfacer los requerimientos del cliente?			
24.	¿Considera usted que ante cualquier consulta o requerimiento, la empresa siempre muestra disposición de atender al cliente?			
<b>SUB-TOTAL</b>				
<b>TOTAL</b>				

Gracias por su participación..!