



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Análisis de la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods
Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE :

Licenciada en Administración

AUTORA:

Vilma Leonila Cucho Carbajal (ORCID:0000-0003-4434-7033)

ASESOR:

Mgtr. Ricardo Edmundo Ruiz Villavicencio (ORCID:0000-0002-1353-1463)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedico desde el fondo de mi corazón a Nuestro Señor Jehová por darme las fuerzas durante en este proceso de mi formación profesional y a mi madre la me brindó su apoyo incondicional a cada momento y a toda mi familia quienes me brindaron palabras de aliento constantemente.

Agradecimiento

Mi profundo agradecimiento desde el fondo de mi corazón a Nuestro Señor Jehová por darme las fuerzas durante este proceso de mi formación profesional y a todos los docentes durante el desarrollo de este trabajo

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
Índice de Tablas	v
Índice de Gráficos	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	13
II. MÉTODO	34
2.1. Tipo y Diseño de investigación	35
2.2. Operacionalización de variables	35
2.3. Población, muestra y muestreo	39
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	39
2.5. Procedimiento	40
2.6. Métodos de análisis de datos	42
2.7. Aspectos éticos	42
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSIÓN	57
V. CONCLUSIONES	63
VI. RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS	69
ANEXOS	75

Índice de tablas

Tabla 1	Operacionalización de las variables gestión administrativa y atención al cliente	37
Tabla 2	Fiabilidad de la variable Gestión administrativa.	44
Tabla 3	Alpha de Cronbach de la variable Gestión administrativa.	44
Tabla 4	Fiabilidad de la variable Atención al cliente.	44
Tabla 5	Alpha de Cronbach de la variable Atención al cliente.	45
Tabla 6	Medida de tendencia central de la variable Gestión administrativa.	45
Tabla 7	Tabla de frecuencia de la variable Gestión administrativa.	46
Tabla 8	Medida de tendencia central de la variable Atención al cliente.	46
Tabla 9	Tabla de frecuencia de la variable Atención al cliente.	47
Tabla 10	Prueba de normalidad para la variable Gestión administrativa.	47
Tabla 11	Prueba de normalidad para la variable Atención al cliente.	48
Tabla 12	Prueba de hipótesis general	49
Tabla 13	Prueba de hipótesis específico 1	50
Tabla 14	Prueba de hipótesis específico 2	51
Tabla 15	Prueba de hipótesis específico 3	52
Tabla 16	Prueba de hipótesis específico 4	53
Tabla 17	Tablas cruzadas para la variable gestión administrativa y atención al cliente	53
Tabla 18	Tablas cruzadas para la dimensión planeación y variable atención al cliente	54

Tabla 19	Tablas cruzadas para la dimensión organización y variable atención al cliente	55
Tabla 20	Tablas cruzadas para la dimensión dirección y variable atención al cliente	55
Tabla 21	Tablas cruzadas para la dimensión control y variable atención al cliente	56

Índice de gráficos

Gráfico 1	Gestión administrativa	101
Gráfico 2	Atención al cliente	101
Gráfico 3	Tablas cruzadas para la variable gestión administrativo y atención al cliente	102
Gráfico 4	Tablas cruzadas para la dimensión planeación y atención al cliente	102
Gráfico 5	Tablas cruzadas para la dimensión organización y atención al cliente	103
Gráfico 6	Tablas cruzadas para la dimensión dirección y atención al cliente	104
Gráfico 7	Tablas cruzadas para la dimensión control y atención al cliente	104

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada: “Análisis de la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho-2019. Cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019. En donde se recurrió a las teorías de Münch (2014) respecto a la variable gestión administración con sus respectivas dimensiones como la planeación, organización, dirección y control para Fernández y Motto (2014) en relación a la variable atención al cliente con las siguientes dimensiones como la acogida, empatía y la despedida. La metodología utilizada es de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional, con un diseño no experimental transversal, se utilizó una muestra cenal de 75 colaboradores de dicha empresa, las cuales se aplicó mediante una encuesta que consta de 60 preguntas con escala Likert, la información recolectada fue procesada mediante el programa SPSS versión 25.

Finalmente, se concluye que existe una relación moderada entre la variable gestión administrativa y atención al cliente, según el estadígrafo de Rho de Spearman alcanzó ($Rho=0.517$; Sig. (Bilateral)=0.000 ($p \leq 0.05$)). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Palabras clave: Planeación, empatía, eficiencia, objetivos, rapidez.

ABSTRACT

The present research paper entitled: "Analysis of administrative management and customer service in the company Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho-2019. Whose general objective was to determine the relationship between administrative management and customer service in the company Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho - 2019. Münch's theories (2014) regarding the management variable administration with its respective dimensions as planning, organization, direction and control for Fernandez and Motto (2014) in relation to the customer service variable with the following dimensions as reception, empathy and dismissal. The methodology used is of an applied type, of correlational descriptive level, with a non-experimental transverse design, a sample of 75 collaborators of this company was used, which was applied by means of a survey that consists of 60 questions with Likert scale, the information collected was processed through the SPSS program version 25.

Finally, it is concluded that there is a moderate relationship between the administrative management variable and customer service, according to Rho de Spearman's statistician ($Rho=0.517$; Sig. (Bilateral)=0.000 ($p \leq 0.05$)). Therefore, the null hypothesis is rejected and the alternate hypothesis is accepted.

Keywords: Planning, empathy, efficiency, objectives, speed.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, los diferentes tipos de organizaciones están en la búsqueda de medición de la eficiencia y eficacia, con el objetivo de lograr máxima diferenciación, excelencia y calidad de sus productos y servicios que ofrecen en el mundo de los negocios, con la finalidad de lograr la sostenibilidad y rentabilidad frente a su competencia, gestionando y liderando estratégicamente la gestión administrativa y atención al cliente, debido a esto las empresas se preocupan por optimizar el tiempo de atención con el objetivo de satisfacer las expectativas del cliente.

En cuanto a nivel internacional, hacemos referencia para contrastar lo mencionado a los siguientes autores: De acuerdo con Tychyk, Riabchenko y Popivniak (2018), explicaron que: la gestión administrativa; tiene un carácter sistemático, ordenado y continuo para el crecimiento y desarrollo de una organización, con el objetivo de lograr resultados eficientes, cuando una administración es desordenado, insuficiente, falta de liderazgo y sin visión a futuro conlleva a un resultado ineficiente. Es decir, las empresas no llegan a lograr resultados óptimos, ya que, la administración que están ejecutando no es efectiva (p.345). Citando a Danshiina y Britechnko (2017), escribieron un artículo y explicaron que: la administración ejecuta un modelo integrado, estructurado y jerarquizado, el cual garantice la calidad de las actividades realizadas, permitiendo lograr una dirección más óptima en relación a los resultados de la empresa. Si en caso no fuese así, será necesario replantear y estructurar el proceso para lograr un sistema eficiente (p.113).

Según, Van Tonder y De Beer (2018), mencionaron lo siguiente: Cuando nos referimos al consumo de los productos y satisfacción del cliente, básicamente estamos hablando de la previa evaluación que realiza el cliente antes de tomar la decisión de comprar, si cumple con las expectativas esperadas y que valor agregado puede dar aquel producto, tomaran la decisión de compra (p.11). Recordemos que el cliente o consumidor estará satisfecho cuando supere y cumpla con las expectativas que espera. Por consiguiente, el servicio al cliente es muy importante ya que constantemente se evalúa la rapidez del servicio, ya sea, en relación a un pedido de un producto. Es fundamental el tiempo de entrega, el servicio debe ser rápido; por lo tanto, el cliente se sentirá satisfecho con la atención, si en caso no fuera de esta forma, el cliente no aceptara el producto, y es donde se genera reclamos, devoluciones y la insatisfacción por parte de ellos. Por lo tanto, se debe evitar las devoluciones y resolver rápidamente los problemas generados.

A nivel nacional, tenemos como ejemplo los problemas frecuentes que acontece día a día, por más que se ha tratado de mejorar el nivel de calidad hasta hoy no se ha logrado. Como resultado, ya a lo mencionado; sin duda, tanto en las instituciones públicas y privadas como: La Reniec, los seguros sociales (Essalud), Municipalidades, bancos y restaurantes. Este problema acontece diariamente y no están tomando la importancia de que es necesario cumplir con la filosofía que adoptan las organizaciones; que es garantizar el nivel de calidad de atención y cumplir las expectativas que uno espera. Para Efthymiou et al (2019). La calidad de servicio es la estrategia de una organización para lograr el éxito, ser competitivo a su entorno en donde está posicionado (p.4). Además, Naoui (2012), quienes explicaron lo siguiente: el servicio que se brinda debe ser importante con un mínimo tiempo de atención y a su vez evaluar el rendimiento de forma eficiente, dado que debe ser una preocupación muy importante para las empresas para ser competitivos frente los demás. (pp.786-801).

También, la atención al cliente, tiene como objetivo suministrar rápidamente los pedidos solicitados, optimizando el tiempo de entrega sin demoras, logrando satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Como dice, Kulyk, Michalowsha y Kotylak (2017), quienes señalaron que la atención es eficiente y de calidad, la empresa logra mayor rentabilidad en sus ventas y una ventaja competitiva. Finalmente, quienes toman la decisión son los clientes siempre y cuando haya logrado su expectativa y mediante ello harán la publicidad para atraer más clientes. Por otra parte, la atención al cliente es vital e importante para que el consumidor y el cliente vuelva fidelizado a comprar, muy aparte de ello las empresas no están poniendo mayor énfasis en la mejora de sus procesos. Recordemos, si el cliente no vuelve es porque ha tenido mala experiencia durante el servicio recibido (p.208).

Por último, si una organización no tiene un registro de control de cuantos clientes van a consumir no sabrá cuántos de ellos han pedido, sabemos que los clientes observan la calidad de atención y producto; si no cumplieran con las expectativas que esperan, simplemente no regresaran y perderán la imagen corporativa para los futuros clientes. Asimismo, hoy en día las empresas dependen de los clientes, sin ellos no pueden sobrevivir ni generar rentabilidad y menos ser competitiva en el mercado.

A nivel local, la empresa especializada en el rubro de pollos y parrillas esta segmentado en los diferentes distritos de Lima, aproximadamente con 24 locales. La presente investigación tomó como referencia a los locales del distrito de San Juan de Lurigancho. Por lo tanto, es importante evidenciar los problemas más frecuentes y recurrentes que afecta negativamente el crecimiento de la organización. En primer lugar, desde el punto de vista administrativo, se analiza que la gestión administrativa que realizan los líderes no guarda coherencia con los resultados obtenidos; no cumplen con los objetivos establecidos en los planes, ya que mensualmente se les asigna metas que no han sido totalmente satisfactorios, las ventas en el año 2016 representan el 32% con un total de s/. 210,153.80 soles; el año 2017 el 34% por un s/. 224,154.50 soles y el año 2018 el 34% por un total de s/. 225,127.40 soles, la cual significa que no ha habido un incremento significativo entre los años (ver en el Anexo 8).

En segundo lugar, respecto a la atención al cliente, mencionamos el tiempo de demora para la entrega del pedido; que representan el 38% un total de 48 clientes en el año 2016, en el 2017 el 34% equivale a 40 clientes, y el 36% representa a 45 clientes en el año 2018; con un promedio de horas de espera de 20 minutos a 25 minutos,; respecto a los productos devueltos por los clientes contamos con la siguiente información en el 2016 con un 27% que equivale a 35 veces, en el 2017 y 2018 representa el 32% con un total de 38 a 40 veces, es importante observar y analizar la atención que reciben los clientes, en este caso se percibe que los clientes no sienten la acogida por parte de la empresa, además indican que la insatisfacción de los clientes, en el año 2016 representa el 35% por un total de 45 clientes, en el 2017 el 34% por 40 clientes y en el año 2018 el 32% por un total de 39 clientes, quienes demostraron su insatisfacción durante la atención que recibieron por parte de los anfitriones de servicio. (Ver en el anexo 08).

En síntesis, estos se generan por falta del personal, por duplicidad de funciones en el área de producción, por incomodidad del cliente, por la calidad de productos que no cumplen con las expectativas del cliente; está claro que no es eficiente, si los productos continúan con baja calidad continuaran con las devoluciones en mayor cantidad. Por lo tanto, de acuerdo a la idea expuesta anteriormente se plantea el siguiente objetivo de determinar

la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

En relación a los trabajos previos, a nivel internacional mencionamos los siguientes autores:

Loza (2016). En su tesis “La gestión administrativa y la calidad de los servicios en el gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mera”. Para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios en la Universidad de Regional Autónoma de los Andes, Ecuador. El objetivo fue determinar estrategias entre la variable gestión administrativa y con variable calidad de servicio. Su teoría de sustento es Mora & Lazzo quienes definieron como: un conjunto de fases que permite desarrollar las actividades de forma sistematizada con la finalidad de cumplir los objetivos mediante la aplicación de los procesos administrativos y Kaoru Ishikawa planteo; son estándares de calidad que ayudan a las empresas a diferencias en relación al producto o servicios que brinda. Su metodología empleada es tipo aplicada, descriptivo correlacional y diseño no experimental transaccional. Conformado por una población de 60 empleados administrativos.

El tesista concluye, demostrando que existe una relación significativa entre las variables mencionadas según la prueba Rho Spearman=0.563, con sig. =0.000. El aporte de esta investigación consiste, en aplicar las mejores estrategias para mejorar la calidad de atención, en donde da entender que tan importantes es la atención al usuario y lo cual me permite ampliar mi investigación y mejorar las deficiencias presentes.

García (2015). Cuyo título es “Gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa de transporte de pasajeros flota Bolívar”. Para obtener el título profesional de Ingeniero en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Con el objetivo de establecer los procesos de la gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la Cooperativa de transportes de pasajeros flota Bolívar de la ciudad de Quevedo. El autor tomó como sustento de Harrington, Burgwall definió que; es un proceso que significa la asignación correcta de los recursos de una organización la cual permitirá lograr eficientemente los objetivos y la calidad de servicio y Reyes, Moreno definió son un conjunto de actividades que permite la demanda de un producto

o servicio para satisfacer las necesidades de los clientes. La metodología empleada en la investigación es tipo aplicada descriptivo correlacional de diseño no experimental transaccional. En donde la población representa a 58 personas.

El tesista concluye, que existe una relación entre las variables de acuerdo al estadígrafo Rho Spearman con nivel de correlación 0,595 con sig.=0,000. El aporte para esta investigación, es importante ya que existe una relación con lo desarrollado, en donde estable que al mayor desarrollando herramientas de estrategias mayores será el nivel de gestión administrativa y a la vez la calidad de servicio sea óptima y las expectativas del cliente sea alto.

A nivel nacional, Granizo (2017). En su tesis que lleva como título: “Gestión Administrativa y Atención al cliente en el área de identidad del Reniec, Lima 2017”. Para obtener el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo. Su objetivo general es identificar la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente. Las bases teóricas empleadas para la primera variable fueron de Robbins, Decenzo y Coulter definieron que: es el proceso que permite conseguir los resultados mediante la eficiencia y eficacia con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados, con respecto a la segunda variable fue Blanco y Lobato definieron: que la atención al cliente son un conjunto de actividades, con la finalidad de ofrecer productos para satisfacer las necesidades de los clientes. La metodología utilizada es de tipo descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal cuya muestra está dada por 70 trabajadores del área de identidad del Reniec.

El tesista concluye, que existe relación significativa entre las variables, mediante la prueba estadística de Rho de Sperman, obtuvo un valor de correlación de 0,666 con un nivel de significancia de 0,000. El aporte de esta investigación, es importante respecto a las dos variables que se está desarrollando ya que tienen el mismo objetivo de planteamiento en la realidad de problemática respecto a la atención al cliente; hoy en día, es de suma importancia, porque los clientes siempre buscan la calidad y excelencia durante la atención que reciben.

Vásquez (2017). Cuyo título es “Gestión administrativa y calidad de servicio en la empresa Modas diversas del Perú S.A.C. de San Juan de Lurigancho, 2017”. Para obtener el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad César Vallejo. Su objetivo es determinar la relación entre la Gestión Administrativa y Calidad de Servicio. La teoría de sustento para las variables fueron Bernal, Sierra quienes definieron la gestión administrativa es un proceso que permite diseñar los procesos para trabajar de forma eficaz y Lovelock y Cristófer indicaron que la calidad de un producto o servicio es calificada y percibida directamente por los clientes y en relación a ello califican alta o baja calidad. La metodología empleada es de tipo descriptivo, diseño no experimental de corte transversal con enfoque cuantitativo. Conformado con un total de población de 500 trabajadores y utilizo una muestra de 59 trabajadores.

El tesista concluye, que las variables mencionadas tienen una relación débil en donde el estadígrafo Rho de Spearman alcanzó un nivel de correlación de 0,251, respecto a la significancia la $p=0.000$ en donde muestra es menor a 0,05. Por lo tanto, afirmando que rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El aporte que brinda esta investigación, es importante porque permite analizar cuán importante es el manejo pertinente respecto a la gestión administrativa en el ámbito empresarial y de esta manera lograr resultados óptimos.

Santiago (2017). Teniendo como título: “Gestión Administrativa y Atención al usuario en los administrados de las Subgerencias de la Municipalidad Metropolitana de Lima, 2017”. Para obtener el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo. Su objetivo es determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la atención al usuario. Las bases teóricas fueron Muñiz definió que la gestión es fundamental y soporte en relación a los procesos administrativos para lograr una gestión y manejo eficaz y respecto a la segunda variable Escudero definió: que es un conjunto de actividades que manifiesta la calidad de atención que reciben los clientes y satisfacen sus necesidades esperadas. La metodología empleada es tipo aplicada, descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. La cual está conformada por un total de 1,108 usuarios, la muestra utilizada es de 285 usuarios en donde el muestreo fue probabilístico.

El tesista concluye, que existe una relación significativa entre la gestión administrativa y atención al usuario según el estadígrafo de Rho de Spearman con un coeficiente de correlación de 0,421 de Sig.0. 000. El aporte que brinda esta investigación, es importante respecto a la gestión administrativa, mientras que los procesos sean eficientes permitirá lograr mejor resultados de un sistema ordenado, logrando una atención de calidad y mejor desempeño en el área.

Cuicapuza, (2016). En su tesis titulado: “Gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios de Sedapal en el centro de servicios Comas, Lima-2016”. Para obtener el grado académico de Maestra en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo. Su objetivo general es determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios. Las bases teóricas de sustento para la variable fueron Anzola definió que la gestión administrativa son procedimientos que permiten coordinar las actividades de forma eficaz y lograr los objetivos planteadas y Abadi definió se refiere a la evaluación en relación a las actividades, características de un producto o servicio que se brinda en una organización. La metodología empleada es de tipo descriptivo correlacional, con un diseño no experimental transversal. La muestra que utilizó es de 152 individuos; 76 trabajadores administrativos y 76 usuarios del lugar.

El tesista concluye, que la gestión administrativa se relaciona de forma directa y positivamente con la variable 2, según el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.474 siendo un resultado moderado y con Sig. 0.000. De modo que, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. El aporte de esta investigación, es importante ya que tanto para las variables mencionadas han logrado una relación positiva en donde ayudará a la investigación a contrastar la hipótesis planteada.

En cuanto a las teorías relacionados, se ha determinado la primera variable: gestión administrativa, cuyo autor principal es Munch (2014), quien explica “la administración comprende una serie de etapas, procesos o funciones, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios (...) y los enfoques de gestión” (p.24). Es decir, la gestión administración es indispensable para las organizaciones ya sean públicas o privadas, grandes o pequeñas empresas. Con el objetivo de lograr los mejores resultados,

logrando la sostenibilidad y garantizando su competitividad, frente a sus competidores, además será necesario optimizar los recursos para lograr la efectividad. Por lo tanto, el autor menciona las siguientes dimensiones: planeación, organización, dirección y control.

En cuanto a la primera dimensión planeación: mediante este primer proceso administrativo es importante definir y establecer hacia donde se dirige la organización, cual es el objetivo a lograr, tener en claro quiénes son; porque a partir de ello se ejecutará los planes para lograr los objetivos ya sea en mediano o largo plazo. Además, promueve la optimización eficiente respecto a los costos con la finalidad de incrementar la productividad (Münch, 2014, p.37). Por otro lado, permite establecer estrategias de solución frente a las amenazas a las que están expuestos y de esta manera ayudaran a minimizar los riesgos.

Por otro lado, según el autor menciona los siguientes indicadores: el primer indicador estrategias: la estrategia es evaluada y planificada cuidadosamente sin errores. Ya que, la empresa dependerá de ella que tan factible y medibles es. A su vez, el segundo indicador políticas: se refiere a las guías que permite tomar decisiones correctas para el logro de los objetivos. Es decir, las organizaciones deben establecer correctamente las políticas en todas las áreas de trabajo que facilite el objetivo que desea lograr. En cuanto al tercer indicador objetivos: indica el logro de los resultados de la organización en un tiempo. El cuarto indicador valores: son principios que deben practicar tanto las personas como las empresas. El quinto indicador programas: se refiere a las técnicas utilizadas para la elaboración de cronogramas u programas que les permita facilitar las actividades que realizan día a día.

En relación a la segunda dimensión organización: este segundo proceso administrativo, permite el ordenamiento sistemático de las principales funciones de las diferentes áreas, evitando la duplicidad de las tareas de los trabajadores, con la finalidad de lograr un trabajo productivo, óptimo y satisfactorio. Dicho a esto, hoy en día es un reto para los futuros líderes asumir y direccionar con responsabilidad; porque las funciones de las organizaciones deben estar correctamente estructuras según los niveles jerárquicos,

definidas y establecidas según las funciones con su respectivo áreas y puestos de trabajo con las mejores técnicas para el desarrollo de dichas labores (Münch, 2014, p.57).

El autor menciona los siguientes indicadores: El primer indicador coordinación: es un papel muy importante dentro de la administración. Ya que, permite coordinar y asignar las funciones y tareas a realizar, permitiendo la integración de los equipos y tomar decisiones conjuntamente que ayuden a lograr las metas planteadas con responsabilidad y correcto aprovechamiento de los tiempos. El segundo indicador división del trabajo: es importante agrupar y definir las funciones para el desempeño eficiente con mayor rapidez en donde las actividades sean fáciles de desarrollar sin deficiencias. Siendo el tercer indicador recursos materiales: tienen la finalidad de seleccionar a los principales proveedores según la necesidad y el requerimiento que solicita la empresa, que sean confiables, que garanticen la calidad de sus productos y el tiempo de entrega.

En cuanto al cuarto indicador integración de recursos humanos: se refiere directamente a los trabajadores que tiene la empresa y tienen la oportunidad de ascender o ser convocados para un determinado puesto; los postulantes pueden ser convocados mediante las bolsas de trabajo, vía internet o mediante agencias de empleos los cuales tienen las mismas oportunidades de ocupar el puesto, la empresa selecciona a los postulantes de acuerdo a los requerimientos solicitados. Por lo tanto, la empresa debe seleccionar correctamente a los postulantes evaluando sus capacidades y habilidades mediante la aplicación de exámenes, entrevistas y posteriormente con capacitaciones. En mención a la tercera dimensión dirección: la dirección se encarga de las relaciones humanas, que permite analizar los comportamientos de los individuos para entenderlos y usar técnicas como la comunicación, el liderazgo y la toma de decisiones, muy aparte de que ya se sientan partícipes e importantes para la organización (Münch, 2014, p.101).

De acuerdo al autor mencionamos los siguientes indicadores: el primer indicador motivación: la motivación en años anteriores y hasta hoy tiene un papel de suma importancia en las organizaciones, en donde el líder logra que los colaboradores ejecuten correctamente sus actividades con mayor productividad y sin ningún problema de desmotivación. Por ende, las empresas utilizan como medio de motivación el aumento salarial, capacitaciones y

sobre todo que el líder desarrolle un trato horizontal frente a sus colaboradores. El segundo indicador liderazgo: las personas tienen la capacidad de influir, persuadir a otras que son capaces de convencer para lograr algo en común, o desarrollan los diferentes estilos de liderazgo para ayudarlos a los demás.

Tercer indicador toma de decisiones: la toma de decisiones para los futuros líderes gerenciales es un papel muy importante y un reto, porque en cada caso habrá alternativas y formas de tomar la decisión que dependerá del futuro de la organización; sea positiva o negativa, como por ejemplo: el personal adecuado para un determinado puesto, sobre el producto que se debe comprar, sobre las finanzas y entre otros. Cuarto indicador comunicación: hoy en día, las organizaciones desarrollan una comunicación eficaz, porque comprende los diferentes medios, los cuales se brinda la información y la recepción de ella debe ser eficaz para evitar errores de mal manejo.

Por último, dimensión control: este proceso administrativo es importante y fundamental, porque, se encarga de evaluar los resultados y medir la efectividad mediante los indicadores en donde la información sea confiable, con relación al primer proceso administrativo con el cumplimiento de los objetivos planteados, asegurando la calidad de todos aquellos productos y/o servicios mediante la protección ante los futuros amenazas (Münch, 2014, p.121). Por lo tanto, se mencionan los siguientes indicadores: el primer indicador medición de resultados: se refiere a todo aquello que es medible y confiable, obteniendo resultados oportunamente sin desviaciones. Segundo indicador reportes e informes: se refiere a los informes, reportes que son elaborados y diseñados con la información necesaria; asegurando un trabajo eficiente.

Según Wehrhivh et al. (2017) indicaron que: “la administración es un proceso que necesita ser planificada, planteada y diseñado mediante el uso de un sistema ordenado que les permite alcanzar objetivos específicos de forma eficiente” (p. 5). Por ende, la administración es una organización social en el cual se ejecutan las funciones principales para la administración eficiente, logrando mejores resultados con habilidades de liderazgo. Entonces, se mencionan las siguientes dimensiones: Planear, organizar, integrar, dirigir y controlar.

Según Hellriegel et al. (2017), indicaron que: “para un líder o generante, administrar significa ejecutar de forma eficiente las etapas de la administración como la planeación, organización, dirección y control, estos son las guías más importantes para las organizaciones, las cuales permitirá lograr objetivos óptimos y minimizar riesgos durante la ejecución de ellas” (p.7- 8). Es decir, cuando se lleva a cabo la administración de una empresa, se debe de aplicar los procesos administrativos para administrar correctamente los recursos y los patrimonios de la empresa mediante la toma de decisiones bien definidos. Por lo tanto, sus dimensiones son las siguientes: Planeación, organización, dirección y control.

A los efectos de reforzar los conceptos de la primera variable, se ha tomado a Cassidy et al (2014), quienes explicaron: “la gestión administrativa se centra en que los gerentes tengan la capacidad de dirigir y utilicen prácticas de gestión eficaces para alcanzar los objetivos de la organización” (p.31). Significa, que ayuda al desarrollo de las actividades que se realiza día a día, ya sea en los diferentes campos administrativos, los líderes de la administración deben cumplir con los objetivos establecidos aplicando las mejores estrategias que las ayude a mejorar, ser competitivos y eficientes en el mundo de los negocios en las que están segmentadas. Asimismo, Barrett (2012), explicó que: los líderes deben asegurar la dirección de su objetivo asegurando con responsabilidad, cooperación y con una gestión eficiente para el logro de los objetivos con éxito y evitando el fracaso de dicha empresa. En conclusión, es importante la gestión eficiente de los gerentes (p.20).

Asimismo, se tiene a los siguientes autores de artículos científicos que se refieren a la variable gestión administrativa: Según, Yenpam, Sirisunhirun, y Wichitputchrapron (2017), explicaron que: cuando la organización cuenta con carencia o insuficiencia de recursos, afecta directamente la gestión administrativa, por ende, los administradores tienen la capacidad de promover, implementar y ejecutar los procesos de forma ordenada, con la finalidad de lograr un resultado óptimo que permita lograr los objetivos en un tiempo determinado y oportuno (p.48). Para, Bilous, Ternushchak, y Starodub (2018), explicaron que: “la administración proporciona procedimientos que permiten seguir una serie de etapas, fases (...)” (p.48). Se refiere a un conjunto de actividades que son

coordinadas y evaluadas por los líderes para su posterior ejecución con eficacia y estrategia creando valor a través de sus funciones y actividades.

Además, Riffo (2019), detalla que el uso de recursos dentro de la institución debe ser eficaz, la persona idónea debe actuar con responsabilidad y asegurar que la planificación sea estratégica, adecuado, en un tiempo determinado. Por lo tanto, la dirección, el crecimiento y la sostenibilidad dependerá que tan eficiente es la gestión (p.160). Desde el punto de vista de Cárdenas, Farías y Méndez (2017), argumentan: cuando la gestión es adecuado y oportuno será eficiente y cuando no lo sea, es decir, deficiente, los procesos serán retrasadas. Para ello, es importante contar con un plan que permita mejorar de manera metódica e innovadora aquellos procedimientos ineficientes (p. 20-22).

Por otro lado, Vivas y Saavedra (2019), indicaron que es de suma importancia que el directivo de dicha entidad avale una organización objetivo ganador y exitoso, la cual desarrolle un manejo apropiado de los procesos administrativos, que induzca a la mejora continua y direccionalidad visionario de supervivencia frente a los demás competidores, compartiendo los mismos objetivos organizaciones con los trabajadores (p. 123). Finalmente, Aguilar, Cabral, Alvarado y Alvarado (2016), expresan: en las entidades es muy importante la comunicación, trabajo en equipo y cooperación de los colaboradores. ya que, es un factor de importancia que mostrara mayor desempeño de funciones y de un negocio sobresaliente, para ello deben analizar las principales capacidades y cualidades de cada uno para delegar una actividad de acuerdo a su talento (p. 212).

En cuanto, a la segunda variable atención al cliente se ha determinado el autor principal a: Fernández y Motto (2014), quienes explicaron “la atención al cliente comienza ya antes del servicio propiamente dicho. Antes de la llegada del cliente al establecimiento debe realizarse una fase previa de planificación (...)” (p.75). En otras palabras, se debe identificar quienes son y cuáles son sus necesidades o deseos, las organizaciones deben tener claro los objetivos sobre sus clientes más que todo el personal que estaba en el área correspondiente, brindar el mejor servicio de calidad y empatía durante la atención. Por

lo tanto, los autores mencionan las siguientes dimensiones: la acogida, empatía y la despedida.

En cuanto a la primera dimensión la acogida: es muy importante que al llegar el cliente se sienta atendido. Es decir, apenas ingrese al lugar debe sentir un recibiendo único, especial espontáneo y natural. Una vez que se da la bienvenida, acompañarle y ofrecer la mesa según su comodidad que sea de su agrado, los anfitriones deben atender con cortesía y amabilidad. Sin en caso, el cliente no cuenta con reservas y tuviera que esperar por diversos motivos se les invita que esperen un momento en la sala de espera y ofrecerles un aperitivo. Al momento de la presentación de la oferta; el anfitrión encargo de la atención debe dejar unos minutos para que el cliente pueda escoger los productos según sus preferencias, y tomar el pedido para una atención rápido y eficiente, si en caso se presentan retrasos, la mejor estrategia para evitar reclamos, es informarle al cliente el motivo del retraso e indicarle el tiempo real de espera (p.75).

En relación al primer indicador recepción: se refiere a la persona idónea y capacitada que da la bienvenida al momento que los clientes ingresan al lugar donde compraran o consumidores ya sea un producto y/o servicios. Segundo indicador escuchar: es la capacidad que tiene las personas de identificar la comunicación que tratan de transmitir a la otra persona cuando necesita una atención inmediata. Tercer indicador confianza: durante la atención es importante lograr la relación de confianza con el cliente para poder negociar y lograr la fidelización. Cuarto indicador toma de pedido: se refiere a los diferentes métodos que utiliza la persona para tomar el pedido que está solicitando el cliente, también debe especificar el tiempo que se va demorar el producto solicitado. Quinto indicador seguimiento del servicio: cuando hacemos referencia al seguimiento del servicio es cuando la persona está en constante seguimiento respecto a la atención que está brindando.

Sexto indicador rapidez del servicio: es decir, durante la atención al cliente es de suma importancia, ya que, cuando hay mucha demora los clientes no esperan mucho entonces debe priorizarse con la mejor atención posible en menor tiempo. Séptimo indicador actitud positiva: si bien es cierto, no todos los clientes son tratables, de alguna forma se

debe mantener una actitud positiva y empatía por más que los clientes generen problemas durante la atención. Octavo indicador tiempo de espera: en este caso, el tiempo de demora se genera cuando hay colas en el establecimiento, falta de personal o cuando se interrumpe la actividad realizada, entonces no es favorable para el cliente esperar.

En cuanto a la dimensión empatía: Es la capacidad de entender las necesidades y los problemas de la otra persona en las circunstancias que se encuentren, si en caso no es así entonces aquella persona no se sentirá seguro y sentirá la desconfianza, aunque la persona sea muy correcto y educado, cuando un cliente ni bien ingresa al lugar deben ser amables y empáticos, atenderlos de la mejor manera seamos conscientes de su presencia y necesidades durante la atención de esta forma haremos notar que el cliente es importante (p.77).

Primer indicador sonrisa amable: se refiere cuando la persona encargada de atender debe mantener una actitud positiva, amable y sobre todo el carisma durante la atención. Segundo indicador buena atención: el cliente de hoy busca que la atención que recibirá sea de calidad y cordialidad, es dar la mejor atención según a sus necesidades del cliente. Tercer indicador reclamos: es uno de los problemas más frecuentes a las cuales están sometidos las organizaciones, cuando tengamos reclamos seamos eficientes en resolver inmediatamente y dar la mejor solución al cliente. Cuarto indicador respuestas claras: es decir, cuando tengamos que dar una solución es importante dar respuestas concisas y cortos para mejor entendimiento del cliente optimizando el tiempo y revolver la insatisfacción del cliente de manera estratégica.

Por último, dimensión la despedida: se refiere al proceso de finalización; es cuando el cliente se retira, por ende, a partir de ella dependerá la satisfacción del cliente y la fidelización, los procedimientos de pago deben ser un tiempo menor para que el cliente note la rapidez de atención. Es decir, cuando el cliente finaliza su visita el objetivo principal es lograr que vuelvan nuevamente por la calidad de atención, por el producto y concretar la fidelización. Por lo tanto, es importante despedir al cliente con naturalidad y cortesía, agradeciéndole su visita, también es necesario y conveniente realizar una evaluación

sobre la atención recibida por los anfitriones, de esta forma evitaremos las deficiencias y mejorar constantemente (p.77).

Primer indicador grado de satisfacción: se refiere cuando el cliente o consumidor haya logrado al máximo la satisfacción o haya superado sus necesidades. Segundo indicador dar las gracias: en muchas ocasiones, no somos capaces de agradecer la visita del cliente, solo atendemos por atender, entonces es importante agradecer su compra y su visita para que el cliente se sienta importante y regrese de nuevo. Tercer indicador forma de pago: este es el proceso más importante de finalización en donde el cliente se fidelice, apenas que se retire se debe dar prioridad a la atención inmediata en cancelar su cuenta y logrando la calidad de atención.

Para Sánchez (2015) indicó que “(...) es muy importante conocer el perfil, sus necesidades, expectativas del cliente, estudiar sus preferencias y comportamientos en cuanto al proceso de realizar las compras (...)” (p 340). Es decir, la atención al cliente es fundamental ya que la atención debe ser de calidad, solucionar el problema presentado de inmediato permitirá lograr las expectativas del cliente. En relación a lo mencionado indicamos las siguientes dimensiones: Acogida, Seguimiento, despedida, imagen corporativa, comunicación y cordialidad.

Según Pablo (2014) enuncia “los manuales de atención al cliente son herramientas internas que pretenden establecer entre los empleados de la organización los modelos de comportamiento, el método de trabajo y los métodos con usuarios y el cliente nunca deben tener sucesos, quejas y reclamaciones sobre el trabajo que se realiza” (p. 120). Por tanto, el manual es una herramienta eficaz que permite identificar las necesidades, expectativas y la demanda de los clientes además se logrará conocer que lo desea realmente el cliente. Entonces, el autor menciona las siguientes dimensiones: Escuchar con interés, hablar con calma, tomo agradable y brindar confianza.

A los efectos de reforzar los conceptos de la segunda variable, se ha tomado a Gibson (2013), el servicio al cliente significa diferentes cosas para diferentes personas la percepción de un buen servicio es en el momento en que se necesita y se entrega, es respetuoso es hacerle saber al cliente que su punto de vista es escuchado y valorado, una organización

centrado en el cliente pone a los clientes en primer lugar, está orientada al servicio, y escucha atentamente, desarrolla y satisface a una base de clientes fieles y repetitivos (p.6). Por otro lado, para Leland y Bailey (2013), indico que el servicio al cliente es importante para las empresas ya que la calidad que se brinda durante la atención es lo que generara una ventaja para lograr un trabajo eficiente y óptimo es importante la conformidad de las mismas para evitar errores y lograr mayor calidad (p.10).

Asimismo, se tiene a los siguientes autores de artículos científicos que se refieren a la variable atención al cliente: Asimismo, Olimpia (2014), indicó que la capacidad de respuesta hacia los clientes, deben ser de inmediato y eficiente, que satisfaga las necesidades y las inquietudes que presentan, en relación a la respuesta dada el cliente calificara que tan alto es la calidad de atención que recibió. Por ende, la orientación al cliente es muy importante para las empresas ya que dependerá de ellas para sobrevivir en el mundo de los negocios y debe ser considerada como una estrategia para su aplicación (p.18). Para Ismail et al (2014), explicaron que: cuando la calidad de servicio es de un nivel alto y diferenciado aumenta las actitudes positivas de los consumidores y clientes, entonces es indispensable aplicar las teorías de calidad dentro de una organización para aumentar y lograr la confianza y seguridad, los clientes deben perciban lo que se está ofreciendo (p.509-510).

Tanto para Bompolis y Boutsouki (2014), sostuvieron que: la satisfacción al cliente es primordial, ser atendido de manera eficiente cumplirán con sus expectativas. A su vez aplicar las mejores estrategias de atención lograra la fidelización y retención de los clientes (p.71). Por otro lado, Vasylykha y Paylish (2017), comentan: la calidad de un bien o servicio, deben cumplir con las normas y requisitos determinantes según las categorías del producto, en sentido de satisfacción personal, por seguridad o la calidad del producto. Por ello, es fundamental cumplir con las características que el cliente necesita y dar un valor agregado para innovar el producto o el servicio que se está brindando (p.46-47).

A su vez, Ferraz, Melo y Jerónimo (2018), sostuvieron que la calificación de los clientes dependerá del grado de satisfacción que hayan recibido durante el servicio brindado

definitivamente influirá que tan negativo o positivo es la calidad, es necesario buscar y aplicar nuevas formas de valor durante el proceso de realización de manera que las necesidades que esperan recibir sean altamente efectivas y atractivas. Entonces, se cumplirá con las expectativas y retener a los clientes ya existentes o nuevos (p.5-6). Además, Sánchez, Figueroa, Matellan y Cossio (2016), argumentaron: que la satisfacción del cliente es un requisito indispensable para todas las organizaciones sin importar el tamaño y su actividad, mientras sean más competitivas e innovadoras lograran una identificación de diferenciación frente a muchas empresas, la cual ayudara identificar los errores del proceso durante el servicio realizado (p.187).

Ya que para Martínez, Martínez, Cavazos y Nuño (2016), argumentaron: la aplicación de mejora continua constante en los procesos es importante para medir el tiempo, es decir, en un tiempo adecuado. ya que, reducirá el tiempo de demora innecesaria siendo así la demanda será mayor y la atención también será en un tiempo menor (p. 20). Por lo tanto, Rodríguez, López y Gómez (2019), sostuvieron que los procesos administrativos hoy en día, es una de las etapas y herramientas más aplicadas e importantes durante la gestión en las organizaciones, dado que enmarcan el cumplimiento de los objetivos con reducción de aquellas debilidades y amenazas ya sea en el futuro o en el presente, es fundamental que planeen, organicen y dirijan de acuerdo a la necesidad organizacional (p. 412).

En cuanto, a la formulación del problema para Valderrama (2015), indico que “(...) las preguntas deben expresar la relación entre las variables independientes y dependiente (...) la formulación debe ser claro y como pregunta (...) implica la posibilidad de una prueba concreto, en síntesis, los resultados sean contrastados con la realidad” (p.78-79). En conclusión, la formulación del problema debe ser preciso y entendible con orientación a encontrar respuestas respecto a la investigación que se está realizando.

Problema general:

¿Cuál es la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019? .

Problemas específicos:

¿Cuál es la relación que existe entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019?.

¿Cuál es la relación que existe entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019?.

¿Cuál es la relación que existe entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019?.

¿Cuál es la relación que existe entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian., San Juan de Lurigancho - 2019?.

Por otra parte, la justificación del estudio, señalan “el porqué de la investigación manifestando sus argumentos. Es decir, que la justificación debe probar que la investigación es indispensable” (Hernández, 2010. p.39) La justificación de la investigación define el por qué, para que, lo que se busca y para que, es formular y responder las preguntas que se realiza acerca el estudio que se está investigando y busca soluciones.

En relación a la justificación teórica, el objetivo es profundizar y ampliar la información sobre los conocimientos teóricos que se mencionan en la investigación, la cual enmarca los conceptos principales de las variables de estudio y conceptualización de las principales dimensiones como la planeación, organización, dirección y control. Por ello, se consideró a Münch (2014) según su publicación de libro y Fernández y Motto (2014) con sus respectivos dimensión como: la acogida, empatía y la despedida con su libro titulado: servicio y atención al cliente en restaurante. Permitirá tener una visión más definida y verídica. Justificación metodológica, se utilizará la validación del instrumento de medición a través de juicio de expertos, y a su vez el cuestionario según la escala de Likert para aplicar la encuesta, conformado por una muestra censal de 75 colaboradores de la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho-2019. Y contrastar los resultados mediante el uso del programa estadístico -SPSS y medir la confiabilidad a través del alfa de Cronbach.

Justificación práctica, de acuerdo a los resultados obtenidos y problemas que acontece la empresa, se planteara soluciones efectivas inmediatas con las mejores alternativas y

optimizar los procesos administrativos y la atención al cliente de esta forma lograremos el cambio necesario para el desarrollo de la empresa. Justificación social, el presente estudio de investigación contribuirá y permitirán a los colaboradores a mejorar la gestión administrativa para un trabajo eficiente que les permita lograr los objetivos planificados, y fomentar una atención de calidad durante el servicio brindado.

Con respecto, a la hipótesis, Hernández (2014) explicaron: “que es evidenciar con pruebas y son respuestas tentativas en relación a lo investigado” (p.104). Es decir, las hipótesis son las explicaciones; serán sometidas a una prueba verídica y serán posibles soluciones que nos ayudarán a dar una respuesta más concreta.

Gómez, Gonzales y Rosales (2015) indicaron que la hipótesis nula “son preposiciones en relación a la asociación entre las variables de estudio, la cual puede ser para refutar o negar la afirmación del estudio desarrollado (...)” (p. 89). Es decir, cuando las hipótesis entre las variables son negativas o positivas, nos referimos a las hipótesis alternas y nulas.

Hipótesis general

Existe relación entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Hipótesis específica

Existe relación entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Existe relación entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Existe relación entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Existe relación entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

En cuanto a los objetivos explicaron que “constituyen, el punto de inicio como el punto de llegada, para el investigador, ya que sin ellos formulados previamente no es posible empezar ni terminar un trabajo de investigación (...)” (Carrasco, 2006, p.159). Es decir, los objetivos son propósitos fundamentales que orientan, guían el proceso de la investigación sobre los resultados obtenidos, los objetivos generales también estudian los propósitos globales y los específicos son los resultados que se esperan.

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Objetivo específico

Identificar la relación que existe entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Identificar la relación que existe entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Identificar la relación que existe entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Identificar la relación que existe entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de investigación

El presente estudio es tipo aplicada, cuya finalidad es buscar soluciones inmediatas respecto al problema observado y planteado en la investigación desarrollada. Según Best, (2009) describió que: “la investigación aplicada pretende dar soluciones inmediatas mediante la aplicación y uso del conocimiento en relación al problema estudiado” (p. 28). En síntesis, este tipo de investigación busca como o de qué forma se debe actuar para plantear una solución de aplicación en base a la realidad planteada. Por otro lado, el presente estudio es de nivel descriptivo correlacional.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) enunciaron que “consiste en especificar fenómenos y contextos (...) la cual es detallar las principales características y perfiles de cualquier fenómeno a la que se somete para un estudio” (pp. 78-85). En síntesis, nos permitirá obtener información de manera conjunta respecto a la investigación a la cual se somete, para lograr un análisis respecto a la investigación desarrollada. Por lo tanto, la correlacional tiene el propósito de medir o evaluar el grado de relación que existe entre los conceptos según al estudio realizado. (p.81). El presente estudio es diseño No experimental de corte transversal.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) explicaron: “es cuando las variables no se someten; sin manipular las variables de estudio (...), la investigación es observado tal como se dan en su contexto natural” (p.152). Finalmente, el presente estudio es no experimental de corte transversal.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), indico que “se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (...)” (p.152). Es decir, cuando es un estudio no experimental se refiere cuando no se realiza ninguna manipulación y se observa tal como es según su contexto de estudio. A su vez, cuando hablamos de un diseño transversal o transeccional el objetivo es describir y analizar la investigación en un tiempo determinado.

2.2. Operacionalización de variables

Según Espinoza (2018), explico que la operacionalización de las variables permite identificar las principales variables del estudio, a la vez debe ser medida a través de sus dimensiones

e indicadores. Por lo tanto, la operacionalización de variables se refiere a la elaboración de las variables o una matriz con sus respectivos elementos como las dimensiones, indicadores y con instrumentos de medición (p.42).

Para Baena (2014), indico que: son un conjunto de característica o propiedades las cuales pueden ser medibles.

En relación a las dimensiones mencionadas, para Valderrama (2015), indico que “se conceptúan como elementos integrantes de una variable (...)” (p.161). En síntesis, son las composiciones de las variables que se está desarrollando.

Los indicadores según Valderrama, (2015), explico que “el indicador es una unidad de medida y componente relevante de la dimensión (...) con la finalidad de conocer el nivel de comportamiento de las variables” (p.162). Es decir, los indicadores ayudan al investigador a construir las preguntas para su aplicación y mediante ella la información obtenida será con exactitud.

Operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de las variables Gestión administrativa y Atención al cliente

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Gestión administrativa	“la administración comprende una serie de etapas, procesos o funciones, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios (...) y los enfoques de gestión” (Münch, 2014, p.24)	La variable gestión administrativa presenta las siguientes dimensiones: planeación, organización, dirección y control con sus respectivos indicadores en donde se utiliza la escala Likert.	Planeación	Estrategias Políticas Objetivos Valores Programas	1-2 3-4 5 - 6 7-8 9-10	Ordinal
			Organización	Coordinación División del trabajo Recursos materiales Integración recursos humanos	11-12 13-14 15-16 17-18	
			Dirección	Motivación Liderazgo Toma de decisiones Comunicación	19-20 21-22 23-24 25-26	
			Control	Medición de resultados Reportes e informes	27-28 29-30	

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Atención al cliente	Fernández y Motto (2014) explicaron “La atención al cliente comienza ya antes del servicio propiamente dicho. Antes de la llegada del cliente al establecimiento debe realizarse una fase previa de planificación (...)” (p.75).	Atención al cliente presenta las siguientes dimensiones la acogida, empatía y la despedida, con sus respectivos indicadores, en donde utiliza la técnica de la encuesta escala Likert	La acogida	Recepción	1-2	Ordinal La encuesta comprende 30 preguntas con las siguientes opciones: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
				escuchar	3-4	
				Confianza	5-6	
				Toma de pedido	7-8	
				Seguimiento del servicio	9-10	
				Rapidez del servicio	11-12	
			Empatía	Actitud positiva	13-14	
				Tiempo de espera	15-16	
				Sonrisa amable	17-18	
				Buena atención	19-20	
				Reclamos	21-22	
				Respuestas claras	23-24	
La despedida	Grado de satisfacción	25-26				
	Dar las gracias	27-28				
	Forma de pago	29-30				

2.3. Población, muestra y muestreo

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalaron que: está conformado por un conjunto de personas de determinadas características. En suma, la población está conformado por todas aquellas personas de la organización a la cual se va estudiar y lograr un resultado (p.174). Es decir, se tomará una población de 75 colaboradores de la empresa Team Foods Peruvian, ubicado en San Juan de Lurigancho.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) explicaron concreta a la muestra como un subconjunto de la población general (p.174). Es decir, la muestra es el subconjunto de la población universal en donde se seleccionada para la investigación.

Para Malhotra citado por Soto (2018) explico: “el censo es un método de investigación en donde se va realizar un estudio determinado a todos los individuos de la población (...)” (p. 335). En síntesis, el muestreo censal es un método en donde se tomará la totalidad de la población. Dicho a esto, la encuesta se aplicará a los 75 colaboradores de la empresa Team Foods Peruvian ubicado, San Juan de Lurigancho – 2019.

Criterios de inclusión

Se consideran a aquellos colaboradores de la organización para realizar la encuesta.

Criterios de exclusión

No se excluyen a ninguno de los colaboradores de la empresa.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Se refiere a la obtención de las puntuaciones a través de las personas, cuando califica el estudio. (Bernal, 2010, p.247). Es decir, cuando se aplican las pruebas deben arrojar resultados confiables y seguros con ello decimos que el instrumento es confiable.

Instrumento de recolección de datos

Según Gallardo (2017) indican que “la encuesta tiene como objetivo obtener información de un grupo determinado (...)” (p.73). Por ello, la encuesta será aplicada a un grupo de colaboradores de dicha empresa, en donde se desarrolla la investigación, las preguntas

se marcarán de forma individual y confidencial para cada una de las variables investigadas.

Validez del instrumento

Para Naupas *et al* (2014) explicaron; se refiere a la exactitud del instrumento a examinar o a medir para lograr una medición eficiente. Por lo tanto, la validez tiene que tener autenticidad y exactitud. Dicho a esto, los cuestionarios deben redactarse según los contenidos desarrollados durante la investigación, además deben estar referidas a un patrón de medida tanto las dimensiones como indicadores, por ende, los resultados de prueba deben tener el grado de relación entre los conceptos a las que se desea medir (p.215).

2.5.Procedimiento

Coefficiente de Aiken

Para Escudero (1989), citado por Boluarte y Tamari (2017), “el coeficiente V de Aiken es el estadístico más pertinente para valorar la validez del contenido” (p.634). Es decir, es el instrumento que permite medir la validez obtenida por los jueces, en donde la validez es subjetiva. A su vez, Juárez (2018) explicó que el juicio de expertos es validado por personas con alto grado de conocimiento sobre los temas, y analizados con exactitud sobre el estudio investigado para su validación del instrumento y para su aplicación (p.23). Es decir, la validación del instrumento fue revisada y aprobada, a través del juicio de expertos integrados por los docentes temáticos y metodológicos de la Universidad César Vallejo, considerando la pertinencia, relevancia y claridad.

Los resultados de la aplicación del Coeficiente de Aiken se detallan en el Anexo 05.

Ficha técnica de instrumento

Nombre del instrumento: Este cuestionario es sobre la gestión administrativa y atención al cliente

Autor (es):

- Vilma Leonila Cucho Carbajal

Aplicación: grupal

Finalidad: Este proyecto de investigación tiene como finalidad analizar la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho, 2019.

Ámbito de aplicación: El cuestionario será aplicado a 75 trabajadores entre hombres y mujeres de la empresa Team Foods Peruvian.

Materiales: Cuestionario impreso

Descripción de la aplicación:

Para el encuestador, debe de tener conocimiento de la problemática que sucede en el grupo de personas a quienes va dirigido el cuestionario, y debe de asegurarse de disponer con las herramientas adecuadas como lápiz y lapiceros.

Para el encuestado, el cuestionario a aplicar tendrá un número determinado de ítems y será de tipo Escala Likert, que determina la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho, 2019. Su duración será alrededor de 30 minutos. Los colaboradores deben analizar cada ítem y contestar según su grado de aprobación. Tienen cinco alternativas de respuestas:

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi Siempre
5. Siempre

Confiabilidad

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) explicó que la confiabilidad significa la medición de un instrumento y que su aplicación realiza en donde los resultados deben ser iguales (p.200). Para lo cual, se utilizará la prueba de confiabilidad llamada Coeficiente de Alfa de Cronbach que permite saber si los ítems (medidos en escala tipo Likert) están altamente correlacionados. Para medir la confiabilidad de este trabajo de investigación

se utiliza el programa estadístico SPSS 25, nos permitirá obtener gráficos, porcentajes con sus respectivas interpretaciones de las mismas para obtener un resultado verídico.

2.6. Métodos de análisis de datos

Según Gallardo (2017), definió “se efectuó mediante la aplicación de los instrumentos diseñados (...) utilizando métodos, técnicas y herramientas que puedan ser utilizadas por el investigador (...)” (p.72). Por lo tanto, nos permitirá ingresar y analizar los datos en el programa estadístico SPSS 25, en donde se obtendrá resultados verídicos y reales mediante los cuadros estadísticos, alfa de Cronbach y comprobar el nivel de relación de ambas variables.

2.7. Aspectos éticos

El presente estudio, tiene la finalidad de procesar los datos, bajo el conocimiento y aceptación de dicha empresa con fines académicos, en donde la información recopilada será confidencial, a partir de ella se logra un resultado verídico que ayude a tomar decisiones de mejora, la verificación de la originalidad de este trabajo será mediante el programa del TURNITIN, en donde los docentes encargados comprobaran la similitud y verificar las citas y referencias según a la norma APA.

III. RESULTADOS

3.1. Confiabilidad interna

Tabla 2

Fiabilidad de la variable gestión administrativa gestión

Resumen de procesamiento de casos				
		N		%
Casos	Válido	75		100,0
	Excluido ^a	0		,0
	Total	75		100,0

Interpretación:

De los valores analizados se validó el 100%, por lo tanto, no se excluyó a ninguno de ellos dado que no manifiestan valores extremos.

Tabla 3

Alpha de Cronbach para la variable gestión administrativa

Estadísticas de fiabilidad			
	Alfa de Cronbach	N de elementos	
	,839	30	

Interpretación:

De acuerdo a la prueba de fiabilidad a través del Alpha de Cronbach se puede determinar que el instrumento es confiable y, si se repitiera su aplicación en otras investigaciones con unidades muestrales diferentes el valor sería el mismo para el instrumento analizado, cuyo valor es 83.9%.

Tabla 4

Fiabilidad de la variable atención al cliente

Resumen de procesamiento de casos				
		N		%
Casos	Válido	75		100,0
	Excluido ^a	0		,0
	Total	75		100,0

Interpretación:

De los valores analizados se validó el 100%, por lo tanto, no se excluyó a ninguno de ellos dado que no manifiestan valores extremos.

Tabla 5

Alpha de Cronbach para la variable atención al cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,780	30

Interpretación:

De acuerdo a la prueba de fiabilidad a través del Alpha de Cronbach se puede determinar que el instrumento es aceptable y, si se repitiera su aplicación en otras investigaciones con unidades muestrales diferentes el valor sería el mismo para el instrumento analizado, cuyo es 78%.

3.2. Estadística descriptiva de la variable gestiona administrativa

Tabla 6

Medida de tendencia central de la Variable Gestión administrativa

Gestión administrativa		
N	Válido	75
	Perdidos	0
Media		3,13
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. Desviación		,528
Varianza		,279

Interpretación:

De acuerdo al análisis de los datos en la variable gestión administrativa la media obtenida concluye que el mayor porcentaje de las respuestas están dirigidas al nivel *a veces* de la escala de Likert, en que la gestión administrativa evita la atención al cliente en la empresa. La desviación obtuvo el valor de 0.52. Por lo tanto, el rango de respuesta está entre los niveles *casi siempre*.

Tabla 7

Tabla de frecuencias de la variable Gestiona administrativa

Gestión administrativa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	6	8,0	8,0	8,0
	3	53	70,7	70,7	78,7
	4	16	21,3	21,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Interpretación:

De acuerdo a la tabla de frecuencia obtenida, del 100% de los encuestados, el 70.7% afirmó que *a veces* aplican la gestión administrativa en la atención al cliente. También el 8% de ellos afirmó que *casi nunca* aplican la gestión administrativa en la empresa.

Tabla 8

Medida de tendencia central de la variable atención al cliente

Estadísticos		
Atención al cliente		
N	Válido	75
	Perdidos	0
Media		3,09
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. Desviación		,440
Varianza		,194

Interpretación:

De acuerdo al análisis de los datos en la variable atención al cliente la media obtenida concluye que el mayor porcentaje de las respuestas están dirigidas al nivel *a veces* de la escala de Likert, que la atención al cliente se manifiesta con poca frecuencia en la empresa. La desviación obtuvo el valor de 0.44. Por lo tanto, el rango de respuesta está entre los niveles *a veces* y *casi siempre*.

Tabla 9

Tabla de frecuencias de la variable atención al cliente

Atención al cliente						
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	2	4	5,3	5,3	5,3	
	3	60	80,0	80,0	85,3	
	4	11	14,7	14,7	100,0	
	Total	75	100,0	100,0		

Interpretación:

De acuerdo a la tabla de frecuencia obtenida, del 100% de los encuestados, el 80% afirmó que *a veces* se utiliza la atención al cliente en la empresa. También el 5.3% de ellos afirmó que *casi nunca* aplican la atención al cliente en la empresa.

3.3. Prueba de Normalidad para la variable Gestión administrativa

Ho: Valor $p > 0.05$ los datos siguen una distribución normal

Ha: Valor $p < 0.05$ los datos no siguen una distribución normal

Tabla 10

Prueba de normalidad para la variable Gestión administrativa

Resumen de procesamiento de casos							
	Válido		Casos Perdidos		Total		
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje	
Gestión administrativa	75	100,0%	0	0,0%	75	100,0%	

Pruebas de normalidad							
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			Sig.
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.	
Gestion administrativa	,386	75	,000	,702	75	,000	

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

De acuerdo al análisis de la prueba de normalidad de los datos de muestra se puede inferir que, por ser una muestra mayor o igual a 30, se aplicará la prueba fue Kolmogorov Smirnov, considerando que los datos analizados son mayores a 30 elementos, La prueba de hipótesis plantea que si el valor $p < 0.05$; los datos no siguen una distribución normal; ya que el valor obtenido permite otorgar un nivel de significancia menor a 0.000. Por lo tanto, se aplicará el estadígrafo de Rho de Spearman.

3.4. Prueba de Normalidad para la variable atención al cliente

Tabla 11

Prueba de normalidad para la variable atención al cliente

Resumen de procesamiento de casos							
	Válido		Casos Perdidos		Total		
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje	
Atención al cliente	75	100,0%	0	0,0%	75	100,0%	

Pruebas de normalidad							
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			Sig.
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.	
Atención al cliente	,437	75	,000	,600	75	,000	

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

De acuerdo al análisis de la prueba de normalidad de los datos de muestra se puede inferir que por ser una muestra mayor o igual a 30 se aplicará la prueba fue Kolmogorov Smirnov considerando que los datos analizados son mayores a 30 elementos, la prueba de hipótesis plantea que si el valor $p < 0.05$; los datos no siguen una distribución normal; ya que el valor obtenido permite otorgar un nivel de significancia menor a 0.000. Por lo tanto, se aplicará el estadígrafo de Rho de Spearman.

3.5. Hipótesis general

Ho: No existe una relación entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Ha: Existe una relación entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Tabla 12

Prueba de hipótesis general

		Correlaciones		
			Gestión administrativa	Atención al cliente
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coeficiente de correlación	1,000	,517**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	75	75	
	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,517**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		75	75	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo a la prueba de hipótesis general para la variable gestión administrativa y su relación con la atención al cliente, se puede inferir que el nivel de correlación obtenido a través

de Rho de Spearman alcanzó el 0.517. Es decir, una correlación moderada, además, la tendencia de la curva de normalidad es positiva; por lo tanto, se puede afirmar que, a mayor aplicación de estrategias de gestión administrativa, mayor será el nivel de atención al cliente.

La significancia bilateral que proporciono el análisis a través de la prueba, permitió conocer que el valor $p=0.000$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando que existe relación entre las variables gestión administrativa y atención al cliente.

Prueba de Hipótesis específico 1

Ho: No existe una relación entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Ha: Existe una relación entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Tabla 13

Prueba de hipótesis específico 1

		Correlaciones		
			Planeación	Atención al cliente
Rho de Spearman	Planeación	Coeficiente de correlación	1,000	,533**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	75	75
	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,533**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo a la prueba de hipótesis general para la dimensión planeación y su relación con atención al cliente se puede inferir que el nivel de correlación obtenido a través de Rho de Spearman, alcanzo el 0.533. Es decir, una correlación moderada, además, la tendencia de la

curva de normalidad es positiva, lo cual indica que, a mayor aplicación de estrategias de planeación, mayor será el nivel de atención al cliente en la empresa.

La significancia (bilateral) que proporcionó el análisis a través de la prueba, permitió conocer que el valor $p= 0.000$; por lo tanto, como es menor a 0.05 ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando que existe relación entre la dimensión planeación y atención al cliente.

Prueba de Hipótesis específico 2

Ho: No existe una relación entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Ha: Existe una relación entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Tabla 14

Prueba de hipótesis específico 2

Correlaciones				
Rho de Spearman	Organización	Coefficiente de correlación	de Organización	Atención al cliente
		Sig. (bilateral)	de 1,000	,344**
		N	75	,003
	Atención al cliente	Coefficiente de correlación	de ,344**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo a la prueba de hipótesis general para la dimensión organización y su relación con atención al cliente se puede inferir que el nivel de correlación obtenido a través de Rho de Spearman, alcanzo el 0.344. Es decir, una correlación débil, además, la tendencia de la curva de normalidad es positiva, lo cual indica que, a mayor aplicación de estrategias de organización, mayor será el nivel de atención al cliente en la empresa.

La significancia (bilateral) que proporcionó el análisis a través de la prueba, permitió conocer que el valor $p= 0.003$; por lo tanto, como es menor a 0.05 ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando que existe relación entre la dimensión organización y atención al cliente.

Prueba de Hipótesis específico 3

Ho: No existe una relación entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Ha: Existe una relación entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Tabla 15

Prueba de hipótesis específico 3

Correlaciones				
		Dirección		Atención al cliente
Rho de Spearman	Dirección	Coeficiente de correlación	1,000	,331**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	75	75
	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	,331**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo a la prueba de hipótesis general para la dimensión dirección y su relación con atención al cliente se puede inferir que el nivel de correlación obtenido a través de Rho de Spearman, alcanzo el 0.331. Es decir, una correlación débil, además, la tendencia de la curva de normalidad es positiva, lo cual indica que, a mayor aplicación de estrategias de dirección, mayor será el nivel de atención al cliente en la empresa.

La significancia (bilateral) que proporcionó el análisis a través de la prueba, permitió conocer que el valor $p= 0.004$; por lo tanto, como es menor a 0.05 ; se rechaza la hipótesis nula y se

acepta la hipótesis alterna, afirmando que existe relación entre la dimensión dirección y atención al cliente.

Prueba de Hipótesis específico 4

- Ha:** Existe una relación entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.
Ho: No existe una relación entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.

Tabla 16

Prueba de hipótesis específico 4

		Correlaciones		
			Control	Atención al cliente
Rho de Spearman	Control	Coefficiente de correlación	1,000	,277*
		Sig. (bilateral)	.	,016
		N	75	75
	Atención al cliente	Coefficiente de correlación	,277*	1,000
		Sig. (bilateral)	,016	.
		N	75	75

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo a la prueba de hipótesis general para la dimensión control y su relación con atención al cliente se puede inferir que el nivel de correlación obtenido a través de Rho de Spearman, alcanzo el 0.277. Es decir, una correlación débil, además, la tendencia de la curva de normalidad es positiva, lo cual indica que, a mayor aplicación de estrategias de control, mayor será el nivel de atención al cliente en la empresa.

La significancia (bilateral) que proporcionó el análisis a través de la prueba, permitió conocer que el valor $p= 0.016$; por lo tanto, como es menor a 0.05 ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando que existe relación entre la dimensión control y atención al cliente.

3.5 Tablas cruzadas de variables

Tabla 17

Tablas cruzadas para la variable gestión administrativa y atención al cliente

Tabla cruzada Gestión administrativa*Atención al cliente					
		Atención al cliente			
Gestión administrativa		Ineficiente	Regular	Eficiente	Total
	Ineficiente	9,3%	10,7%		20,0%
	Regular	20,0%	37,3%	5,3%	62,7%
	Eficiente	1,3%	10,7%	5,3%	17,3%
Total		30,7%	58,7%	10,7%	100,0%

Interpretación:

El objetivo general del dicho estudio fue determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019, en relación a lo mencionado los resultados manifiestan que el manejo de la gestión administrativa se encuentra en el nivel regular por un 62,7%, por un 20% ineficiente y 17,3% es eficiente. Por otro lado, el manejo de atención al cliente manifiesta un nivel regular con un 58,7 %, 30,7% ineficiente y el 10,7% es eficiente.

Tabla 18

Tablas cruzadas para la dimensión planeación y variable atención al cliente

Tabla cruzada Planeación*Atención al cliente					
		Atención al cliente			
Planeación		Ineficiente	Regular	Eficiente	Total
	Ineficiente	14,7%	6,7%		21,3%
	Regular	16,0%	44,0%	6,7%	66,7%
	Eficiente		8,0%	4,0%	12,0%
Total		30,7%	58,7%	10,7%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico 1 del dicho estudio, fue identificar la relación que existe entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho –

2019 en relación a lo mencionado, los resultados manifiestan que la aplicación de la planeación se encuentra en el nivel regular por un 66,7%, por un 21,3% ineficiente y el 12% es eficiente. Por otro lado, el manejo de atención al cliente manifiesta un nivel regular con un 58,7%, 30,7% es ineficiente y el 10,7 % es eficiente.

Tabla 19

Tablas cruzadas para la dimensión organización y variable atención al cliente

Tabla cruzada Organización*Atención al cliente					
		Atención al cliente			
		Ineficiente	Regular	Eficiente	Total
Organización	Ineficiente	9,3%	10,7%		20,0%
	Regular	20,0%	30,7%	5,3%	56,0%
	Eficiente	1,3%	17,3%	5,3%	24,0%
Total		30,7%	58,7%	10,7%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico 2 del dicho estudio, fue identificar la relación que existe entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019, los resultados manifiestan que el manejo de la organización indica un nivel regular con un 56%, y con 24% eficiente y el 20% es ineficiente. Por otro lado, el manejo de atención al cliente manifiesta un nivel regular con un 58,7 %, 20% ineficiente y el 10,7 % es eficiente.

Tabla 20

Tablas cruzadas para la dimensión dirección y variable atención al cliente

Tabla cruzada Dirección*Atención al cliente					
		Atención al cliente			
		Ineficiente	Regular	Eficiente	Total
Dirección	Ineficiente	10,7%	21,3%		32,0%
	Regular	17,3%	25,3%	5,3%	48,0%
	Eficiente	2,7%	12,0%	5,3%	20,0%
Total		30,7%	58,7%	10,7%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico 4 del dicho estudio, fue identificar la relación que existe entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019, los resultados indican que el manejo de la dirección manifiesta un nivel regular por el 48%, con el 32% ineficiente y el 20% es eficiente. Por otro lado, el manejo de atención al cliente manifiesta un nivel regular por un 58,7 %, con un 30,7% ineficiente y el 10,7 % es eficiente.

Tabla 21

Tablas cruzadas para la dimensión control y variable atención al cliente

Tabla cruzada Control*Atención al cliente					
		Atención al cliente			
		Ineficiente	Regular	Eficiente	Total
Control	Ineficiente	10,7%	22,7%	2,7%	36,0%
	Regular	14,7%	32,0%	5,3%	52,0%
	Eficiente	5,3%	4,0%	2,7%	12,0%
Total		30,7%	58,7%	10,7%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico 5 del dicho estudio, fue identificar la relación que existe entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019, los resultados indican que el control manifiesta un nivel regular por un 52%, con el 36% ineficiente y el 12% es eficiente. Por otro lado, el manejo de atención al cliente manifiesta un nivel regular por el 58,7 %, por un 30,7% ineficiente y el 10,7 % es eficiente.

IV. DISCUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019. Así mismo, se buscó identificar la relación que existe entre las dimensiones de la variable gestión administrativa y su relación con atención al cliente.

Hipótesis general

De acuerdo a la hipótesis general planteada para la variable gestión administrativa y su relación con atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, se confirma que, si existe una relación moderada. Es decir, el resultado es corroborado con la prueba estadística de Rho de Spearman ($Rho=0.517$, Sig. (Bilateral)=0.000. Este resultado confirma en otros ámbitos de estudio el mismo comportamiento como es el caso de Granizo (2017) la cual obtuvo una correlación de Rho de Spearman ($Rho=0.666$, Sig. (Bilateral)=0.000, sustentando con las teorías del autor de Robbins, Decenzo y Coulter define que es el proceso que permite conseguir los resultados mediante la eficiencia y eficacia con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados y en relación con atención al cliente dado por Blanco & Lobato definen son un conjunto de actividades que las organizaciones ofrecen, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes. A su vez, García (2015) la cual alcanzó una relación de Rho de Spearman ($Rho=0.595$, Sig. (Bilateral)=0.000 confirmando la relación entre las variables, así mismo, sustentan con las teorías de Harrington y Burgwall, quienes definieron: es un proceso que significa la asignación correcta de los recursos de una organización la cual permitirá lograr eficientemente los objetivos y la calidad de servicio, para Reyes & Moreno definieron: son un conjunto de actividades que permite la demanda de un producto o servicio para satisfacer las necesidades de los clientes. Por último, Loza (2016) la cual establece una relación de Rho de Spearman ($Rho=0.563$, Sig. (Bilateral)=0.000, utilizó las teorías de Mora & Lazzo quienes definen: son un conjunto de fases que permite desarrollar las actividades de forma sistematizada con la finalidad de cumplir los objetivos mediante la aplicación de los procesos administrativos, para Kaoru Ishikawa define que son estándares de calidad que ayudan a las empresas a diferenciar en relación al producto o servicios que brindan. Por lo tanto, el estudio de las variables confirma que el resultado obtenido a través de los antecedentes y su teoría propuesta, de acuerdo con ello se

confirma que existe relación entre las variables de estudio gestión administrativa y atención al cliente en dicha empresa Team Foods Peruvian. En consecuencia, la gestión administrativa y atención al cliente ayudará a viabilizar la competitividad en el mercado con una buena administración, factor determinante para la empresa, deber ser una preocupación constante de gestionar adecuadamente la administración y atención al cliente como principal indicador para lograr resultados competitivos y diferenciación en el mercado por las características diferentes de sus productos.

Hipótesis específica 1

De acuerdo con la primera hipótesis específica planteada para la dimensión planeación de la variable gestión administrativa y su relación con atención al cliente, se confirma que si existe una relación moderada a través del estadígrafo Rho de Spearman cuyo nivel de correlación fue de (Rho=0.533, Sig. (Bilateral)= 0.000. Este resultado confirma en otros ámbitos de estudio el mismo comportamiento como es el caso de Santiago (2017), la cual establece una relación entre la gestión administrativa en su dimensión planeación y atención al usuario, teniendo como resultado una correlación de Rho de Spearman (Rho=0.513, sig. (Bilateral)=0.000). Así mismo, Muñiz lo define como el proceso para la elaboración de planes, fuente principal de estrategia para la toma de decisiones. Y a su vez, Granizo (2017), el cual establece una relación entre la dimensión de planeación de la variable gestión administrativa y atención al cliente la que obtuvo una correlación Rho de Spearman (Rho=0.728, Sig. (Bilateral)=0.000); como Robbins, Decenzo y Coulter quienes definieron que este primer proceso es la primera fase que abarca la planificación de los objetivos, las estrategias con la finalidad de alcanzar las metas y a su vez coordinar todas las actividades de dicha organización. Por lo tanto, el estudio de las variables confirma que el resultado obtenido a través de los antecedentes y su teoría propuesta, de acuerdo con ello se confirma que existe relación entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian. En consecuencia, la planeación ayudará a viabilizar los escenarios futuros para lograr una visión claro sin riesgos, es por ello, que debe ser una preocupación constante de planeación administrativa y atención al cliente como factor de éxito para cumplir lo planeado sin errores de manera eficiente.

Hipótesis específica 2

De acuerdo con la segunda hipótesis específica planteada para la dimensión organización de la variable gestión administrativa y su relación con atención al cliente, se confirma que si existe una relación débil a través del estadígrafo Rho de Spearman cuyo nivel de correlación fue de ($Rho=0.344$, Sig. (Bilateral)= 0.003. Este resultado se confirma en otros ámbitos de estudio el mismo comportamiento como es el caso de Granizo (2017), el cual establece una relación entre la gestión administrativa en su dimensión organización y su relación atención al cliente la que obtuvo una correlación de Rho de Spearman ($Rho=0.758$, Sig. (Bilateral)=0.000, la cual tomó a Robbins, Decenzo y Coulter quienes definieron que este proceso abarca todos los elementos de la organización como la tecnología, personal que son muy importantes para el desarrollo de la empresa. Por otro lado, por Cuicupuza (2016) quien establece una relación entre la dimensión organización de la variable gestión administrativa y su relación con servicios de usuarios la cual obtuvo una correlación de Rho de Spearman ($Rho=0,326$, Sig. (Bilateral)=0.004. Así mismo, tomó las teorías de Anzola quien definió: es el segundo proceso que permite las coordinaciones de las actividades a realizar de forma ordenada, que utilicen sus recursos para lograr mejores resultados óptimos. Por lo tanto, el resultado obtenido a través de los antecedentes y su teoría propuesta, confirma que existe relación entre las dimensiones de la variable gestión administrativa y su relación con atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian. En consecuencia, la organización ayuda a viabilizar los procesos administrativos y atención al cliente para lograr una alta calidad en relación a las necesidades que los clientes desean satisfacer sus necesidades, es un factor determinante para la empresa, que debe ser una preocupación constante para lograr un trabajo eficiente, ordenado y productivo.

Hipótesis específica 3

De acuerdo con la tercera hipótesis específica planteada para la dimensión dirección de la variable gestión administrativa y su relación con atención al cliente, se confirma que si existe una relación débil a través del estadígrafo Rho de Spearman cuyo nivel de correlación fue de ($Rho=0.331$, Sig. (Bilateral)= 0.004. Este resultado confirma en otros ámbitos de estudio el mismo comportamiento como es el caso de Vásquez (2017), el

cual establece una relación entre la gestión administrativa en su dimensión dirección y su relación con calidad de servicio con la cual se obtuvo una correlación de Rho de Spearman ($Rho=0.244$, Sig. (Bilateral)=0.000, así mismo Bernal & Sierra definieron: es la función que se encarga de motivar para lograr un desempeño eficiente y objetivos claros en función a metas. A su vez, Granizo (2017) el cual establece una relación entre la dirección gestión administrativa y su relación con calidad de servicio la cual obtuvo una correlación de Rho de Spearman ($Rho=0.561$, Sig. (Bilateral)=0.002 para ello, tenemos Robbins, Decenzo y Coulter quienes definieron que este proceso involucra los objetivos de grupos, motivaciones y los comportamientos. Por lo tanto, el estudio de las variables confirma que el resultado obtenido a través de los antecedentes y su teoría propuesta, de acuerdo con ello se confirma que existe relación entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian. En consecuencia, la gestión administrativa y atención al cliente ayuda a viabilizar los procesos administrativos para lograr una actividad eficaz mediante el logro de los objetivos a través de los colaboradores quienes deben ser las principales fortalezas de dicha empresa. Por ello, que el líder debe mantener una comunicación horizontal y eficaz, motivación constante y capacidad de liderazgo.

Hipótesis específica 4

De acuerdo con la cuarta hipótesis específica planteada para la dimensión control de la variable gestión administrativa y su relación con atención al cliente, se confirma que si existe una relación débil a través del estadígrafo Rho de Spearman cuyo nivel de correlación fue de ($Rho=0.277$, Sig. (Bilateral)= 0.016. Este resultado confirma en otros ámbitos de estudio el mismo comportamiento como es el caso Santiago (2017), el cual establece una relación entre la gestión administrativa en su dimensión control y su relación con atención al usuario la que obtuvo una correlación de Rho de Spearman ($Rho=0.348$, Sig. (Bilateral)=0.000. Así mismo, Muñiz definió que este último proceso es la que toma control, medición y evaluación de los objetivos para evaluar que tan eficiente e ineficientes es la administración de ellas, Por otro lado, Granizo (2017), la cual obtuvo una correlación bilateral de Rho de Spearman ($Rho=0.722$, Sig. (Bilateral)=0.000. Así mismo, Robbins, Decenzo y Coulter definió es el proceso de supervisar todas las

actividades que se realizan, con el objetivo de lograr metas. Por lo tanto, permitirá mantener la sostenibilidad en el mercado con mayor demanda de sus procesos y la calidad es un factor determinante para la empresa. Debe ser una preocupación constante la aplicación de los procesos de mejora y optimizar el canal de atención para lograr un trabajo sistemático.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de resultados la información obtenida en la unidad de estudio se obtuvo las siguientes conclusiones:

1. De acuerdo a la hipótesis general para evidenciar la variable gestión administrativa y atención al cliente se obtuvo un grado de correlación de ($Rho=0.517$, Sig. (Bilateral)=0.000, mediante el estadígrafo Rho de Spearman concluye que existe una correlación moderada entre las variables principales. Por lo tanto, se argumenta a mayores estrategias de gestión administrativa se va poder alcanzar altos niveles de atención al cliente. Es decir, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, el cual confirma que existe relación entre la variable de estudio. Dado que, el valor obtenido es menor 0.05.
2. De acuerdo a la primera hipótesis específica de la variable gestión administrativa con su dimensión planeación y su relación con atención al cliente se obtuvo una correlación moderada de ($Rho=0.533$, Sig. (Bilateral)=0.000, mediante el estadígrafo Rho de Spearman concluye que, si existe una correlación moderada, con la cual se argumenta que a mayor estrategias de planeación la organización contara con resultados positivos y eficientes, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, el cual confirma que existe relación entre la planeación y su relación con atención al cliente.
3. De acuerdo a la segunda hipótesis específica de la variable gestión administrativa con su dimensión organización y su relación con atención al cliente, la cual evidencia una relación débil a través del estadígrafo Rho de Spearman ($Rho=0.344$, Sig. (Bilateral)=0.003, Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, la cual confirma que existe relación entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian.
4. De acuerdo a la tercera hipótesis específica de la variable gestión administrativa con su dimensión dirección y su relación con atención al cliente, la cual se evidencia a través del estadígrafo de Rho de Spearman, quien alcanzó una relación débil de ($Rho=0,331$,

Sig. (Bilateral)=0.004. Se concluye, que existe una correlación débil, rechazando la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna dado que, el valor obtenido es menor 0.05.

5. De acuerdo a la cuarta hipótesis específica de la variable gestión administrativa con su dimensión control y su relación con atención al cliente, la cual muestra a través del estadígrafo de Rho de Spearman una relación de (Rho=0,227, Sig. (Bilateral)=0.016, Afirmamos, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Ya que, el valor obtenido es menor 0.05.

VI. RECOMENDACIONES

1. La empresa debe considerar como una estrategia principal la gestión administrativa y atención al cliente, para que la administración de los gerentes, administradores sea eficiente y efectiva, la cual permita el logro de los objetivos con resultados óptimos. En cuanto a la atención al cliente la empresa debe tomar mayor importancia de planificación, es fundamental fomentar una cultura de diferenciación en los anfitriones de servicios quienes son las principales representantes de imagen en la empresa: en calidad de atención, de tal manera que la fidelización y la satisfacción de los clientes dependerá por la calidad de atención que reciban.
2. Analizar la visión, misión de la empresa es importante, porque en ella está la filosofía del negocio, las decisiones tomadas deben tener un propósito y estos deben ser cumplidos. En relación, a la atención al cliente la planificación debe ser con anticipación y sobre todo con mayor énfasis en los días festivos, como en meses de julio y diciembre; son las fechas más críticas con mayor demanda y también con deficiencias ya sea en la atención o en la calidad del producto.
3. Evaluar las funciones de los colaboradores y seleccionar a la persona idónea con vocación de servicio debe ser un factor importante. Coordinar constantemente las actividades a realizar, además deben contar con una persona quien dé la bienvenida que se encargue de recepcionar y ofrecerles el lugar según a sus comodidades y gustos del cliente, y después asignarle a cada anfitrión la atención. Debe ser de forma ordenada y de calidad con ello se evitará reclamos posteriores, también los anfitriones de servicio deben ser capacitados cada cierto tiempo según su cronograma, deben siempre estar al pendiente de la atención, brindando seguimiento constante de servicio los productos deben ser servidos de forma ordenada y con su totalidad y dar la conformidad de las mismas.
4. Que los líderes deben incentivar, motivar a los colaboradores, asignarles metas a cada miembro, cuando logren las metas establecidas deben ser reconocidas ya sea económicamente, un descanso, reconocimientos, línea de carrera, bonos de productividad, esto estimulara que el trabajo sea eficiente, sin motivación de sus colaboradores la empresa no lograra los resultados favorables, también es desarrollar estrategias de ventas para que cuenten con herramientas que les ayude a mejorar su

productividad, la comunicación entre grupos deben ser claros, precisos con una sola información que sea efectiva de esta manera la atención que brinden los anfitriones serán de calidad.

5. Es recomendable, evaluar los resultados y medir la eficiencia de los colaboradores mediante reportes mensuales, también debe ser una preocupación constante en mejorar la calidad de sus productos.

REFERENCIAS

- Aguilar, A., Cabral, A., Alvarado, L. y Alvarado, T. (enero-junio 2016). La técnica del proceso administrativo agropecuario estratégico-PAAE versión 2016. *Redalyc científica*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14146082011>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación: Serie integral por competencias*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=6aCEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libros+de+metodologias+de+la+investigacion+2016&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjrn_LBysneAhUByVMKHbygBDM4ChDoAQgnMAA#v=onepage&q&f=true
- Barrett, I. (2012). *Administration and management theory and techniques: a guide for practicing managers*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=XsFFu57x8ggC&pg=PA19&dq=ADMINISTRATIVE+MANAGEMENT&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwir16Lwy4_jAhUnrVkKHcpOAY44bhDoAQgxMAE#v=onepage&q=ADMINISTRATIVE%20MANAGEMENT&f=false
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades*. (3.ª ed.). México: Pearson.
- Best, J. W. (2009). *Cómo investigar en educación* (9.ª ed.). Alabama U.S.A: Morata.
- Bilous, V., Ternushchak, M. y Starodub, D. (2018). Improvement of the procedure for providing administrative services to taxpayers in the context of public administration reform. *Revista Baltic Journal of Economic Studies*. Recuperado de <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-45-49>
- Boluarte, A. y Tamari, K. (2017). Validez de contenido y confiabilidad inter-observados de escala integral calidad de vida. *Revista Scielo*. Recupero de <http://dx.doi.org/10.18800/psico.201702.009>

- Bompolis, C., Boutsouki, C. (august, 2014). Customer Relationship Management in the Era of Social Web and Social Customer: An Investigation of Customer Engagement in the Greek Retail Banking Sector. *Revista Science Direct*. Recupero de <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.018>
- Cárdenas, C., Farías, G. y Méndez, G. (2017). ¿Existe Relación entre la Gestión Administrativa y la Innovación Educativa? Un Estudio de Caso en Educación Superior. *Revista Redalyc científica*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55149730002>
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. (2.ª ed.). Perú: Biblioteca Nacional del Perú.
- Cassidy, C., Kreitner, R. y VanHuss, S. (2015). *Administrative management setting people for success*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=Fe3KAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=administrative+management&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjejbTrzuThAhUQrVvKkHAsgDR4Q6AEIPDAC#v=onepage&q=administrative%20management&f=false>:
- Cuicapuza, O. (2016). Gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios de Sedapal en el centro de servicios Comas, Lima – 2016 (tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15224/Cuicapuz_RO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Danshina, Y. y Britchenko, I. (2017). Net structure of subject-to-subject relations in the management of the system of administrative services provision. *Revista Baltic Journal of Economic Studies*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-108-115>
- Efthymiou1, M., Tchouamou, R., Pak Lam Lo, N., Papatheodorou, A. y Randall, D. (2019). The Impact of Delays on Customers' Satisfaction: An Empirical Analysis of the British Airways On-Time Performance at Heathrow Airport. *Revista Scielo*. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/jatm/v11/2175-9146-jatm-11-e0219.pdf>

Espinoza, E. (octubre, 2018). Las variables y su operacionalización en las investigaciones educativa. *Revista Conrado*. Recuperado de <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/Conrad>

Fernández, M. y Motto, M. (2014). *Servicio y atención al cliente en restaurantes*. Madrid: Paraninfo.

Ferraz, N., Melo, F., Jeronimo, T., Albuquerque, A. y Medeiros, D. (june, 2018). Evaluation of quality of service: real case in the hotel fitness. *Revista brasileira de pesquisa em turismo*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v12i1.1360>

Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación*.

Recuperado de: <http://repositorio.continental.edu.pe/handle/continental/4278>

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 pregrado).

Recuperado de <http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/207/1/T-UTEQ-0015.pdf>

Gibson, P. (2013). *The world of customer service*.

Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=prFCC70Jcw4C&printsec=frontcover&dq=Customer+Service&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwivpLq8r4_jAhUpw1kKHdXYCRoQ6AEIMDAB#v=onepage&q=Customer%20Service&f=false

Gómez, W., Gonzales, E. y Rosales, R. (2015). *Metodología de la investigación*.

Recuperado de: <http://repositorio.uma.edu.pe/handle/UMA/96>

Granizo, O. (2017). Gestión Administrativa y Atención al cliente en el área de identidad del Reniec, Lima 2017 (Tesis de pregrado).

Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/23076>

Hellriegel, D., Jackson, S. & Slocum, J. (2017). *Administración un enfoque basado en competencias*. (12.ª ed.). México: Cengage Learning.

Hernández (2014). *Metodología de la investigación*. (6.ª ed.). México: Mc Graw Hill Education.

Hernández, R., Fernández, C. y baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (5.ª ed.). México: Mc Graw Hill.

Ismail, A., Mat,N., Ridzuan, A., y Herwina, R., (septiembre- diciembre 2014). Service quality in military peacekeeping mission as a determinant of customer's perceived value: Empirical evidence. *Revista intangible capital*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54932488010>

Juarez, L. (noviembre, 2018). Analysis of the elements implicit in the validation of the content of a research instrument. *Revista espacios*. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf>

Kulyk, P., Michalowsha, M. y Kotylak, S. (junio, 2017). Assessment of customer satisfaction with logistics in the light of the results of the research. *Revista world widedscience*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1515/manment-2015-0089>

Leland, K. Y Bailey, K. (2013). *Customer service for dummies*.

Recupero de: https://books.google.com.pe/books?id=IxzVDWOFhQsC&pg=PA26&dq=Customer+Service&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidnNSVt4_jAhUuwVkKHZWCCM44ChDoAQhYMAy#v=onepage&q=Customer%20Service&f=false

Loza, M. (2016). *La gestión administrativa y la atención al cliente de los servicios en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón* (Tesis de grado).

Recuperado de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/3622>

- Martínez, P., Martínez, J., Cavazos, J. y Nuño, J. (enero,2016). Improved patient care time in an Emergency unit through Lean Manufacturing. *Revista scielo*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052016000100017&lang=en
- Münch, L. (2014). *Gestión organización, enfoques y proceso administrativa*. (2.ª ed.). México: Pearson.
- Naoui, F. (octubre, 2014). Customer service in supply chain management: a case study. *Revista Emeraldinsight*. Recuperado de <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/JEIM-04-2013-0015>
- Ñaupas et al (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis*. (3.ª ed). Colombia: Adriana Gutiérrez
- Olimpia, R. (agosto, 2014). Customer Orientation, Innovation Competencies, and Firm Performance: A Proposed Conceptual Model. *Revista Science Direct*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.010>
- Pablo, J. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios: una guía para reducir costes, mejorar las ventas y la calidad en las organizaciones públicas y privadas*. Barcelona: Profit Editorial.
- Riffo, R. (septiembre, 2019). Gestión administrativa y de calidad en los centros escolares de los Chorrillos. *Revista Cientific*. Recuperado de <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.E.9.153-172>
- Rodríguez, G., López, A., y Gómez, H. (septiembre, 2019). Análisis de los factores que componen un sistema de gestión empresarial. estudio de caso. *Revista Redalyc científica*. Recuperdo de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477662439011>
- Sánchez, Y., Lázaro, R., Figueroa, O., Matellan, E., y Cossio, N. (marzo – abril, 2016). Nivel de servicio y su efecto en la satisfacción de los pacientes en la atención primaria de salud.

Revista médica electrónica. Recuperado de http://www.revmedicaelectronica.sld.cu/index.php/rme/article/view/2949/pdf_559

Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editorial Editex.

Santiago, G. (2017). *Gestión administrativa y atención al usuario en los administrados de las Subgerencias de la Municipalidad Metropolitana de Lima, 2017* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/23084>

Soto, A. (2018). *Gestión administrativa y calidad de servicio en la empresa Envasadora Andina S.C.R.L., de SJL, Lima-2018* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/29403>

Tylchyk, O., Riabchenko, Y. y Popivniak, O. (2018). Management administrative activity of the controlling authorities in the area of taxation: essence and types. *Revista Bltic Journal of Econmoci Studies*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-343-351>

Vaan Tonder, E. y De Beer, L. (marzo, 2018). New perspectives on the role of customer satisfaction and commitment in promoting customer citizenship behaviours. *Revista South African Journal of Economic and Management Sciences*. Recuperado de <https://sajems.org/index.php/sajems/article/view/1894>

Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. (4.ª ed.). Peru: San Marcos.

Vásquez, A. (2017). *Gestión administrativo y calidad de servicio en la empresa Modas Diversas del Perú S.A.C. San Juan de Lurigancho, 2017* (Tesis de pregrado).

Recupero de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11206>

- Vasylykha, N. y Paylish L. (2017). Theoretical and methodical approaches to the formation and evaluation of the quality of tourist services. *Revista Baltic Journal of Economic Studies*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-45-51>
- Vivas, A. y Saavedra, P. (septiembre, 2019). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2018. *Revista Scientific*. Recuperado de <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.E.7.116-135>
- Weihrich, H., Cannice, M. & koontz, H. (2017). *Administración una perspectiva global, empresarial y de innovación*. México: Mc Graw Hill education.
- Yenpiam, K., Sirisunhirun, S. y Wichitputchrapon, W. (Julio, 2017). Causal relationship model of factors affecting collaboration between local administrative organizations in early childhood education management in Thailand. *Revista Kasetsart journal of Social Sciences*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.11.001>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos de medición: Encuestas

Encuesta

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrarás las siguientes preguntas. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la mejor alternativa con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con sinceridad esta información es confidencial con fines académicos.

OPCIONES DE RESPUESTA:

S=Siempre

CS=Casi Siempre

AV=Algunas Veces

CN=Casi Nunca

N=Nunca

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	Conoce las estrategias para el desarrollo de la misión, visión de la empresa	S	CS	AV	CN	N
2.	La estrategia planteada por el líder para el desarrollo de sus actividades se cumple con eficacia	S	CS	AV	CN	N
3	Establecen programas para el desarrollo de las actividades	S	CS	AV	CN	N
4.	Cumplen con las políticas establecidas	S	CS	AV	CN	N
5.	Se cumple con las metas de la empresa	S	CS	AV	CN	N
6.	Apoyan el cumplimiento de las metas	S	CS	AV	CN	N
7.	Conoces los valores de la organización	S	CS	AV	CN	N
8.	Los valores ayudan con el cumplimiento de las tareas	S	CS	AV	CN	N
9.	La empresa utiliza alguna técnica para organizar los tiempos	S	CS	AV	CN	N
10.	Se cumple con los procesos en los periodos establecidos	S	CS	AV	CN	N
11.	Al iniciar las actividades todos los integrantes del grupo se informan sobre las Coordinación establecidas	S	CS	AV	CN	N
12.	La empresa establece algún método de coordinación entre grupos	S	CS	AV	CN	N
13.	La empresa establece correctamente las funciones de los trabajadores por cada área	S	CS	AV	CN	N
14.	Se cumple con el manual de funciones en el desarrollo de las actividades	S	CS	AV	CN	N
15.	La empresa cuenta con una adecuada infraestructura para la atención a los clientes	S	CS	AV	CN	N
16.	La empresa cuenta con los insumos necesarios	S	CS	AV	CN	N
17.	Los nuevos trabajadores reciben inducción antes de ingresar al área asignado	S	CS	AV	CN	N
18.	La empresa utiliza pruebas o examen para evaluar las competencias del postulante	S	CS	AV	CN	N
19.	Cómo equipo somos importante para nuestro jefe	S	CS	AV	CN	N
20.	El líder motiva cuando no sabemos qué hacer	S	CS	AV	CN	N
21.	Para mi líder es importante mi opinión	S	CS	AV	CN	N
22.	El líder mantiene un ambiente de trabajo agradable	S	CS	AV	CN	N
23.	Las decisiones que toma el líder son democráticas	S	CS	AV	CN	N
24.	Usted se siente preparado cuando toma decisiones complejas	S	CS	AV	CN	N
25.	Usted mantiene buena comunicación con su jefe	S	CS	AV	CN	N
26.	La comunicación con su equipo de trabajo es eficaz	S	CS	AV	CN	N
27.	Cuando la empresa detecta algún error actúa inmediatamente para corregirlos	S	CS	AV	CN	N
28.	La evaluación es constante para medir la efectividad	S	CS	AV	CN	N
29.	La empresa realiza informes periódicamente para evaluar los resultados	S	CS	AV	CN	N
30.	La empresa brinda oportunamente la información necesaria a los trabajadores	S	CS	AV	CN	N

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	Cuentan con protocolo de atención adecuada para dar la bienvenida a los clientes	S	CS	AV	CN	N
2.	Cuentan con una persona encargada de ubicar a los clientes en una meza de acuerdo a sus comodidades	S	CS	AV	CN	N
3.	Cuándo el cliente solicita algún pedido adicional, ¿usted escucha rápidamente	S	CS	AV	CN	N
4.	Usted muestra la carta de presentación de los productos y el cliente le escucha	S	CS	AV	CN	N
5.	Se desarrolla prácticas que generan confianza y empatía en la atención a los clientes	S	CS	AV	CN	N
6.	Usted percibe que el cliente se siente en confianza durante la atención	S	CS	AV	CN	N
7.	Se desarrolla procedimientos que facilitan la toma de pedidos	S	CS	AV	CN	N
8.	Se informa de manera explícita el tiempo de entrega del pedido	S	CS	AV	CN	N
9.	Existe procedimientos que facilitan la evaluación del seguimiento de atención al cliente	S	CS	AV	CN	N
10.	Cuentan con registros que facilitan el seguimiento al consumidor	S	CS	AV	CN	N
11.	La entrega de pedidos solicitados se da en el tiempo esperado	S	CS	AV	CN	N
12.	Las cobranzas en la empresa se realizan en forma inmediata	S	CS	AV	CN	N
13.	Se desarrolla estrategias que facilitan la atención al cliente	S	CS	AV	CN	N
14.	Usted mantiene calma cuando el cliente tiene carácter muy fuerte	S	CS	AV	CN	N
15.	El local cuenta con una sala de espera para los clientes	S	CS	AV	CN	N
16.	Mientras que los clientes esperan les ofrece algún aperitivo	S	CS	AV	CN	N
17.	Usted es empático durante la atención	S	CS	AV	CN	N
18.	Usted considera que la atención que brinda es acogedora	S	CS	AV	CN	N
19.	La atención cubre las expectativas del cliente	S	CS	AV	CN	N
20.	Cuentan con el área de atención al cliente	S	CS	AV	CN	N
21.	Usted mantiene la calma durante la atención cuando el cliente es problemático	S	CS	AV	CN	N
22.	Considera que sus compañeras (os) dan una solución inmediata antes de que el cliente proceda con el reclamo	S	CS	AV	CN	N
23.	La persona idónea resuelve rápidamente los reclamos y quejas	S	CS	AV	CN	N
24.	Su jefe resuelve eficazmente cuando el cliente se siente insatisfecho con el producto	S	CS	AV	CN	N
25.	Se realiza encuestas de satisfacción a los clientes	S	CS	AV	CN	N
26.	Los productos cumple con las expectativas del cliente	S	CS	AV	CN	N
27.	Al final de la atención la empresa brinda alguna cortesía para los clientes	S	CS	AV	CN	N
28.	Cuentan con una persona encargada en la salida para dar las gracias	S	CS	AV	CN	N
29.	Se desarrollan estrategias de recompensa para los clientes frecuentes	S	CS	AV	CN	N
30.	Cuentan con medios tecnológicos para la cobranza electrónica	S	CS	AV	CN	N

Anexo 2: Validación de los instrumentos gestión administrativa

Validación de la variable 1: Gestión administrativa



Certificado de validez de contenido del instrumento de la Gestión administrativa

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A A	M D	D A	A A	M D	D A	A A	
DIMENSIÓN 1: PLANEACION											
INDICADOR 1: ESTRETEGIAS											
1.	¿Conoce las estrategias para el desarrollo de la misión, visión de la empresa?			/			/			/	
2.	¿La estrategia planteada por el líder para el desarrollo de sus actividades se cumple con eficacia?			/			/			/	
INDICADOR 2: POLITICAS											
3.	¿Establecen programas para el desarrollo de las actividades?			/			/			/	
4.	¿Cumplen con las políticas establecidas?			/			/			/	
INDICADOR 3: OBJETIVOS											
5.	¿Se cumple con las metas de la empresa?			/			/			/	
6.	¿Apoyan el cumplimiento de las metas?			/			/			/	
INDICADOR 4: VALORES											
7.	¿Conoces los valores de la organización?			/			/			/	
8.	¿Los valores ayudan con el cumplimiento de las tareas?			/			/			/	
INDICADOR 5: PROGRAMAS											
9.	¿La empresa utiliza alguna técnica para organizar los tiempos?			/			/			/	
10.	¿Se cumple con los procesos en los periodos establecidos?			/			/			/	
DIMENSION 2: ORGANIZACION											
INDICADOR 6: COORDINACION											
11.	¿Al iniciar las actividades todos los integrantes del grupo se informan sobre las Coordinacion establecidas?			/			/			/	
12.	¿La empresa establece algún método de coordinación entre grupos?			/			/			/	
INDICADOR 7: DIVISION DEL TRABAJO											
13.	¿La empresa establece correctamente las funciones de los trabajadores por cada área?			/			/			/	
14.	¿Se cumple con el manual de funciones en el desarrollo de las actividades?			/			/			/	
INDICADOR 8: RECURSOS MATERIALES											
15.	¿La empresa cuenta con una adecuada infraestructura para la atención a los clientes?			/			/			/	
16.	¿La empresa cuenta con los insumos necesarios?			/			/			/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INDICADOR 9: INTEGRACION DE RECURSOS HUMANOS																				
17.	¿Los nuevos trabajadores reciben inducción antes de ingresar al área asignado?																			
18.	¿La empresa utiliza pruebas o examen para evaluar las competencias del postulante?																			
DIMENSION 3: DIRECCION																				
INDICADOR 10: MOTIVACION																				
19.	¿Como equipo somos importante para nuestro jefe?																			
20.	¿El líder motiva cuando no sabemos qué hacer?																			
INDICADOR 11: LIDERAZGO																				
21.	¿Para mi líder es importante mi opinión?																			
22.	¿El líder mantiene un ambiente de trabajo agradable?																			
INDICADOR 12: TOMA DE DECISIONES																				
23.	¿Las decisiones que toma el líder son democráticas?																			
24.	¿Usted se siente preparado cuando toma decisiones complejas?																			
INDICADOR 13: COMUNICACIÓN																				
25.	¿Usted mantiene buena comunicación con su jefe?																			
26.	¿La comunicación con su equipo de trabajo es eficaz?																			
DIMENSION 4: CONTROL																				
INDICADOR 14: MEDICION DE RESULTADOS																				
27.	¿Cuándo la empresa detecta algún error actúa inmediatamente para corregirlos?																			
28.	¿La evaluación es constante para medir la efectividad?																			
INDICADOR 15: REPORTES E INFORMES																				
29.	¿La empresa realiza informes periódicamente para evaluar los resultados?																			
30.	¿La empresa brinda oportunamente la información necesaria a los trabajadores?																			



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

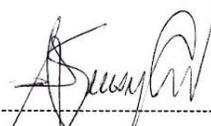
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Sobinashy Vasquez F. Alfaro DNI: 09078439

Especialidad del validador: FINANZAS - PROYECTOS

..... 24 de Oct del 2019.

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento de la Gestión administrativa

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ^a			Relevancia ^a			Claridad ^a			Sugerencias
		M D O	D A A	A D	M D A	M D A	M D A	M D A	M D A		
DIMENSIÓN 1: PLANEACION											
INDICADOR 1: ESTRATEGIAS											
1.	¿Conoce las estrategias para el desarrollo de la misión, visión de la empresa?			✓			✓			✓	
2.	¿La estrategia planteada por el líder para el desarrollo de sus actividades se cumple con eficacia?			✓			✓			✓	
INDICADOR 2: POLITICAS											
3.	¿Establecen programas para el desarrollo de las actividades?			✓			✓			✓	
4.	¿Cumplen con las políticas establecidas?			✓			✓			✓	
INDICADOR 3: OBJETIVOS											
5.	¿Se cumple con las metas de la empresa?			✓			✓			✓	
6.	¿Apoyan el cumplimiento de las metas?			✓			✓			✓	
INDICADOR 4: VALORES											
7.	¿Conoces los valores de la organización?			✓			✓			✓	
8.	¿Los valores ayudan con el cumplimiento de las tareas?			✓			✓			✓	
INDICADOR 5: PROGRAMAS											
9.	¿La empresa utiliza alguna técnica para organizar los tiempos?			✓			✓			✓	
10.	¿Se cumple con los procesos en los periodos establecidos?			✓			✓			✓	
DIMENSION 2: ORGANIZACION											
INDICADOR 6: COORDINACION											
11.	¿Al iniciar las actividades todos los integrantes del grupo se informan sobre las Coordinación establecidas?			✓			✓			✓	
12.	¿La empresa establece algún método de coordinación entre grupos?			✓			✓			✓	
INDICADOR 7: DIVISION DEL TRABAJO											
13.	¿La empresa establece correctamente las funciones de los trabajadores por cada área?			✓			✓			✓	
14.	¿Se cumple con el manual de funciones en el desarrollo de las actividades?			✓			✓			✓	
INDICADOR 8: RECURSOS MATERIALES											
15.	¿La empresa cuenta con una adecuada infraestructura para la atención a los clientes?			✓			✓			✓	
16.	¿La empresa cuenta con los insumos necesarios?			✓			✓			✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INDICADOR 9: INTEGRACION DE RECURSOS HUMANOS										
17.	¿Los nuevos trabajadores reciben inducción antes de ingresar al área asignado?									
18.	¿La empresa utiliza pruebas o examen para evaluar las competencias del postulante?		/		/				/	
DIMENSION 3: DIRECCION										
INDICADOR 10: MOTIVACION										
19.	¿Como equipo somos importante para nuestro jefe?									
20.	¿El lider motiva cuando no sabemos qué hacer?		/		/				/	
INDICADOR 11: LIDERAZGO										
21.	¿Para mi lider es importante mi opinión?									
22.	¿El lider mantiene un ambiente de trabajo agradable?		/		/				/	
INDICADOR 12: TOMA DE DECISIONES										
23.	¿Las decisiones que toma el lider son democráticas?									
24.	¿Usted se siente preparado cuando toma decisiones complejas?		/		/				/	
INDICADOR 13: COMUNICACIÓN										
25.	¿Usted mantiene buena comunicación con su jefe?									
26.	¿La comunicación con su equipo de trabajo es eficaz?		/		/				/	
DIMENSION 4: CONTROL										
INDICADOR 14: MEDICION DE RESULTADOS										
27.	¿Cuándo la empresa detecta algún error actúa inmediatamente para corregirlos?		/		/				/	
28.	¿La evaluación es constante para medir la efectividad?		/		/				/	
INDICADOR 15: REPORTES E INFORMES										
29.	¿La empresa realiza informes periódicamente para evaluar los resultados?		/		/				/	
30.	¿La empresa brinda oportunamente la información necesaria a los trabajadores?		/		/				/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mg: Ricardo Villavicencio Ricardo Godoy DNI: 09809744

Especialidad del validador: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

25 de 04 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad:

Certificado de validez de contenido del instrumento de la Gestión administrativa

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A A	M D	M A	D A	M D	M A	D A	
DIMENSIÓN 1: PLANEACION											
INDICADOR 1: ESTRATEGIAS											
1.	¿Conoce las estrategias para el desarrollo de la misión, visión de la empresa?										
2.	¿La estrategia planteada por el líder para el desarrollo de sus actividades se cumple con eficacia?			/			/			/	
INDICADOR 2: POLITICAS											
3.	¿Establecen programas para el desarrollo de las actividades?			/			/			/	
4.	¿Cumplen con las políticas establecidas?			/			/			/	
INDICADOR 3: OBJETIVOS											
5.	¿Se cumple con las metas de la empresa?			/			/			/	
6.	¿Apoyan el cumplimiento de las metas?			/			/			/	
INDICADOR 4: VALORES											
7.	¿Conoces los valores de la organización?			/			/			/	
8.	¿Los valores ayudan con el cumplimiento de las tareas?			/			/			/	
INDICADOR 5: PROGRAMAS											
9.	¿La empresa utiliza alguna técnica para organizar los tiempos?			/			/			/	
10.	¿Se cumple con los procesos en los periodos establecidos?			/			/			/	
DIMENSION 2: ORGANIZACION											
INDICADOR 6: COORDINACION											
11.	¿Al iniciar las actividades todos los integrantes del grupo se informan sobre las Coordinación establecidas?			/			/			/	
12.	¿La empresa establece algún método de coordinación entre grupos?			/			/			/	
INDICADOR 7: DIVISION DEL TRABAJO											
13.	¿La empresa establece correctamente las funciones de los trabajadores por cada área?			/			/			/	
14.	¿Se cumple con el manual de funciones en el desarrollo de las actividades?			/			/			/	
INDICADOR 8: RECURSOS MATERIALES											
15.	¿La empresa cuenta con una adecuada infraestructura para la atención a los clientes?			/			/			/	
16.	¿La empresa cuenta con los insumos necesarios?			/			/			/	

Validación de la variable 2: Atención al cliente



Certificado de validez de contenido del instrumento de Atención al cliente

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
DIMENSIÓN 1: LA ACOGIDA					
INDICADOR 1: RECEPCION					
1	¿Cuentan con protocolo de atención adecuada para dar la bienvenida a los clientes?	/	/	/	
2	¿Cuentan con una persona encargada de ubicar a los clientes en una meza de acuerdo a sus comodidades?	/	/	/	
INDICADOR 2: ESCUCHAR					
3	Cuando el cliente solicita algún pedido adicional, ¿usted escucha rápidamente?	/	/	/	
4	¿Usted muestra la carta de presentación de los productos y el cliente le escucha?	/	/	/	
INDICADOR 3: CONFIANZA					
5	¿Se desarrolla prácticas que generan confianza y empatía en la atención a los clientes?	/	/	/	
6	¿Usted percibe que el cliente se siente en confianza durante la atención?	/	/	/	
INDICADOR 4: TOMA DE PEDIDO					
7	¿Se desarrolla procedimientos que facilitan la toma de pedidos?	/	/	/	
8	¿Se informa de manera explícita el tiempo de entrega del pedido?	/	/	/	
INDICADOR 5: SEGUIMIENTO DE SERVICIO					
9	¿Existe procedimientos que facilitan la evaluación del seguimiento de atención al cliente?	/	/	/	
10	¿Cuentan con registros que facilitan el seguimiento al consumidor?	/	/	/	
INDICADOR 6: RAPIDEZ DE SERVICIO					
11	¿La entrega de pedidos solicitados se da en el tiempo esperado?	/	/	/	
12	¿Las cobranzas en la empresa se realizan en forma inmediata?	/	/	/	
INDICADOR 7: ACTITUD POSITIVA					
13	¿Se desarrolla estrategias que facilitan la atención al cliente?	/	/	/	
14	¿Usted mantiene calma cuando el cliente tiene carácter muy fuerte?	/	/	/	
INDICADOR 8: TIEMPO DE ESPERA					
15	¿El local cuenta con una sala de espera para los clientes?	/	/	/	
16	¿Mientras que los clientes esperan les ofrece algún aperitivo?	/	/	/	
DIMENSIÓN 2: EMPATIA					



Certificado de validez de contenido del instrumento de Atención al cliente

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
DIMENSIÓN 1: LA ACOGIDA					
INDICADOR 1: RECEPCION					
1	¿Cuentan con protocolo de atención adecuada para dar la bienvenida a los clientes?		/	/	/
2	¿Cuentan con una persona encargada de ubicar a los clientes en una meza de acuerdo a sus comodidades?		/	/	/
INDICADOR 2: ESCUCHAR					
3	Cuando el cliente solicita algún pedido adicional, ¿usted escucha rápidamente?	/	/	/	
4	¿Usted muestra la carta de presentación de los productos y el cliente le escucha?	/	/	/	
INDICADOR 3: CONFIANZA					
5	¿Se desarrolla prácticas que generan confianza y empatía en la atención a los clientes?		/	/	/
6	¿Usted percibe que el cliente se siente en confianza durante la atención?	/	/	/	
INDICADOR 4: TOMA DE PEDIDO					
7	¿Se desarrolla procedimientos que facilitan la toma de pedidos?		/	/	/
8	¿Se informa de manera explícita el tiempo de entrega del pedido?		/	/	/
INDICADOR 5: SEGUIMIENTO DE SERVICIO					
9	¿Existe procedimientos que facilitan la evaluación del seguimiento de atención al cliente?		/	/	/
10	¿Cuentan con registros que facilitan el seguimiento al consumidor?		/	/	/
INDICADOR 6: RAPIDEZ DE SERVICIO					
11	¿La entrega de pedidos solicitados se da en el tiempo esperado?		/	/	/
12	¿Las cobranzas en la empresa se realizan en forma inmediata?		/	/	/
INDICADOR 7: ACTITUD POSITIVA					
13	¿Se desarrolla estrategias que facilitan la atención al cliente?	/	/	/	/
14	¿Usted mantiene calma cuando el cliente tiene carácter muy fuerte?	/	/	/	/
INDICADOR 8: TIEMPO DE ESPERA					
15	¿El local cuenta con una sala de espera para los clientes?		/	/	/
16	¿Mientras que los clientes esperan les ofrece algún aperitivo?		/	/	/
DIMENSIÓN 2: EMPATIA					



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Rive Villavicencio Ramos Edwin DNI: 09809744

Especialidad del validador: Administración de Empresas

25 de 04 del 2019

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento de Atención al cliente

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
DIMENSIÓN 1: LA ACOGIDA											
INDICADOR 1: RECEPCION											
1	¿Cuentan con protocolo de atención adecuada para dar la bienvenida a los clientes?			/			/			/	
2	¿Cuentan con una persona encargada de ubicar a los clientes en una meza de acuerdo a sus comodidades?			/			/			/	
INDICADOR 2: ESCUCHAR											
3	Cuándo el cliente solicita algún pedido adicional, ¿usted escucha rápidamente?			/			/			/	
4	¿Usted muestra la carta de presentación de los productos y el cliente le escucha?			/			/			/	
INDICADOR 3: CONFIANZA											
5	¿Se desarrolla prácticas que generan confianza y empatía en la atención a los clientes?			/			/			/	
6	¿Usted percibe que el cliente se siente en confianza durante la atención?			/			/			/	
INDICADOR 4: TOMA DE PEDIDO											
7	¿Se desarrolla procedimientos que facilitan la toma de pedidos?			/			/			/	
8	¿Se informa de manera explícita el tiempo de entrega del pedido?			/			/			/	
INDICADOR 5: SEGUIMIENTO DE SERVICIO											
9	¿Existe procedimientos que facilitan la evaluación del seguimiento de atención al cliente?			/			/			/	
10	¿Cuentan con registros que facilitan el seguimiento al consumidor?			/			/			/	
INDICADOR 6: RAPIDEZ DE SERVICIO											
11	¿La entrega de pedidos solicitados se da en el tiempo esperado?			/			/			/	
12	¿Las cobranzas en la empresa se realizan en forma inmediata?			/			/			/	
INDICADOR 7: ACTITUD POSITIVA											
13	¿Se desarrolla estrategias que facilitan la atención al cliente?			/			/			/	
14	¿Usted mantiene calma cuando el cliente tiene carácter muy fuerte?			/			/			/	
INDICADOR 8: TIEMPO DE ESPERA											
15	¿El local cuenta con una sala de espera para los clientes?			/			/			/	
16	¿Mientras que los clientes esperan les ofrece algún aperitivo?			/			/			/	
DIMENSIÓN 2: EMPATIA											

Anexo 3: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA: GESTION ADMINISTRATIVA Y ATENCION AL CLEINTE							
Identificación del Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de Medición	Diseño Metodológico
General	General						
Existe relación entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019?	Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019	Gestión administrativa	Planeación	Estrategias	1,2	Ordinal (Escala de Likert)	Población: 75 Tipo de investigación: Aplicada Nivel de Investigación: Descriptiva - Correlacional Diseño de Investigación: No experimental Método de investigación: 1. Técnicas de Obtención de Datos: La encuesta 2. Instrumento para obtener datos: Cuestionario = Escala Likert Técnica para el procesamiento de datos Programa estadístico SPSS
				Políticas	3,4		
				Objetivos	5,6		
				Valores	7,8		
				Programas	9,10		
			Organización	Coordinación	11,12		
				División del trabajo	13,14		
				Recursos materiales	15,16		
				Integración de recursos humanos	17,18		
				Motivación	19,20		
			Dirección	Liderazgo	21,22		
				Toma de decisiones	23,24		
				Comunicación	25,26		
				Medición de resultados	27,28		
			Control	Reportes e informes	29,30		
Existe relación entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, en San Juan de Lurigancho – 2019?	Identificar la relación que existe entre la planeación y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, en San Juan de Lurigancho – 2019	Atención al cliente	La acogida	Recepción	1,2	Ordinal (Escala de Likert)	
Existe relación entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019?	Identificar la relación que existe entre la organización y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019			Empatía	Escuchar		3,4
					Confianza		5,6
					Toma de pedido		7,8
					Seguimiento del servicio		9,10
			Rapidez del servicio		11,12		
Existe relación entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019?	Identificar la relación que existe entre la dirección y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019		La despedida	Actitud positiva	13,14		
				Tiempo de espera	15,16		
				Sonrisa amable	17,18		
				Buena atención	19,20		
				Reclamos	21,22		
Existe relación entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019?	Identificar la relación que existe entre el control y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019.			Respuestas claras	23,24		
				Grado de satisfacción	25,26		
				Dar las gracias	27,28		
				Forma de pago	29,30		

Anexo 4: Tabla de especificaciones

VARIABLES	DIMENSIONES	PESO	INDICADORES	CANTIDAD DE ÍTEMS
GESTION ADMINISTRATIVA	Planeación	30%	Estrategias	1 – 10
			Políticas	
			Objetivos	
			Valores	
			Programas	
	Organización	25%	Coordinación	11 – 18
			División del trabajo	
			Recursos materiales	
			Integración de recursos humanos	
	Dirección	30%	Motivación	19-26
			Liderazgo	
			Toma de decisiones	
			Comunicación	
Control	15%	Medición de resultados	27 – 30	
		Reportes e informes		
ATENCIÓN AL CLIENTE	La acogida	45%	Recepción	1 – 16
			Escuchar	
			Confianza	
			Toma de pedido	
			Seguimiento al servicio	
			Rapidez del servicio	
			Actitud positiva	
			Tiempo de espera	
	Empatía	35%	Sonrisa amable	17 – 24
			Buena atención	
			Reclamos	
			Respuestas claras	
	La despedida	20%	Grado de satisfacción	25 – 30
Dar las gracias				
Forma de pago				

Anexo 5: Detalle de confiabilidad de instrumento (Alpha de Cronbach)

Alpha de Cronbach para la variable gestión administrativa

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,839	30

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Conoce las estrategias para el desarrollo de la misión, visión de la empresa	91,27	174,333	,256	,837
La estrategia planteada por el líder para el desarrollo de sus actividades se cumple con eficacia	91,61	172,403	,334	,835
Establecen programas para el desarrollo de las actividades	92,01	175,473	,193	,840
Cumplen con las políticas establecidas	91,72	172,150	,320	,836
Se cumple con las metas de la empresa	91,73	176,198	,184	,840
Apoyan el cumplimiento de las metas	92,15	170,803	,414	,833
Conoces los valores de la organización	91,65	173,554	,240	,838
Los valores ayudan con el cumplimiento de las tareas	91,72	176,366	,161	,841
La empresa utiliza alguna técnica para organizar los tiempos	91,99	173,581	,284	,837
Se cumple con los procesos en los periodos establecidos	91,75	166,084	,482	,830
Al iniciar las actividades todos los integrantes del grupo se informan sobre las Coordinación establecidas	92,00	165,297	,490	,830
La empresa establece algún método de coordinación entre grupos	91,79	169,116	,410	,833
La empresa establece correctamente las funciones de los trabajadores por cada área	91,44	173,547	,300	,836
Se cumple con el manual de funciones en el desarrollo de las actividades	91,83	164,821	,534	,828
La empresa cuenta con una adecuada infraestructura para la atención a los clientes	91,68	165,356	,584	,827
La empresa cuenta con los insumos necesarios	91,32	168,707	,445	,832
Los nuevos trabajadores reciben inducción antes de ingresar al área asignado	91,71	168,318	,437	,832
La empresa utiliza pruebas o examen para evaluar las competencias del postulante	91,59	169,651	,408	,833
Como equipo somos importante para nuestro jefe	91,48	172,604	,307	,836
El líder motiva cuando no sabemos qué hacer	91,75	168,624	,432	,832
Para mi líder es importante mi opinión	91,88	172,621	,360	,834
El líder mantiene un ambiente de trabajo agradable	91,60	170,784	,410	,833
Las decisiones que toma el líder son democráticas	91,71	166,534	,514	,829
Usted se siente preparado cuando toma decisiones complejas	91,71	172,967	,265	,838
Usted mantiene buena comunicación con su jefe	91,24	173,266	,293	,836
La comunicación con su equipo de trabajo es eficaz	91,69	173,648	,267	,837
Cuando la empresa detecta algún error actúa inmediatamente para corregirlos	91,85	174,992	,241	,838
La evaluación es constante para medir la efectividad	91,65	170,878	,340	,835
La empresa realiza informes periódicamente para evaluar los resultados	91,89	170,637	,375	,834
La empresa brinda oportunamente la información necesaria a los trabajadores	91,73	172,631	,275	,837

Alpha de Cronbach para la variable atención al cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,780	30

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Cuentan con protocolo de atención adecuada para dar la bienvenida a los clientes	90,25	120,219	,276	,775
Cuentan con una persona encargada de ubicar a los clientes en una meza de acuerdo a sus comodidades	90,09	119,113	,353	,771
Cuando el cliente solicita algún pedido adicional, ¿usted escucha rápidamente	90,01	118,689	,329	,772
Usted muestra la carta de presentación de los productos y el cliente le escucha	90,47	122,171	,140	,782
Se desarrolla prácticas que generan confianza y empatía en la atención a los clientes	90,11	118,367	,324	,772
Usted percibe que el cliente se siente en confianza durante la atención	90,45	121,494	,272	,775
Se desarrolla procedimientos que facilitan la toma de pedidos	90,64	122,098	,196	,778
Se informa de manera explícita el tiempo de entrega del pedido	90,28	121,204	,203	,778
Existe procedimientos que facilitan la evaluación del seguimiento de atención al cliente	90,03	124,188	,101	,782
Cuentan con registros que facilitan el seguimiento al consumidor	90,65	117,392	,419	,768
La entrega de pedidos solicitados se da en el tiempo esperado	90,35	109,338	,619	,755
Las cobranzas en la empresa se realizan en forma inmediata	90,67	115,225	,392	,768
Se desarrolla estrategias que facilitan la atención al cliente	90,25	121,273	,187	,779
Usted mantiene calma cuando el cliente tiene carácter muy fuerte	90,44	115,655	,596	,762
El local cuenta con una sala de espera para los clientes	90,35	113,986	,451	,765
Mientras que los clientes esperan les ofrece algún aperitivo	90,13	118,198	,329	,772
Usted es empático durante la atención	89,64	119,990	,316	,773
Usted considera que la atención que brinda es acogedora	90,28	121,691	,188	,779
La atención cubre las expectativas del cliente	90,25	119,354	,360	,771
Cuentan con el área de atención al cliente	90,00	120,081	,290	,774
Usted mantiene la calma durante la atención cuando el cliente es problemático	90,09	122,707	,122	,783
Considera que sus compañeras (os) dan una solución inmediata antes de que el	89,89	120,124	,273	,775
La persona idónea resuelve rápidamente los reclamos y quejas	90,57	117,707	,386	,770
Su jefe resuelve eficazmente cuando el cliente se siente insatisfecho con el producto	90,75	122,732	,125	,782
Se realiza encuestas de satisfacción a los clientes	89,75	122,030	,144	,782
Los productos cumple con las expectativas del cliente	90,36	119,828	,242	,777
Al final de la atención la empresa brinda alguna cortesía para los clientes	90,11	122,015	,196	,778
Cuentan con una persona encargada en la salida para dar las gracias	90,13	122,144	,216	,777
Se desarrollan estrategias de recompensa para los clientes frecuentes	90,47	118,063	,344	,771
Cuentan con medios tecnológicos para la cobranza electrónica	90,36	118,450	,284	,774

Coefficiente de Aiken de la variable Gestión administrativa

Nº Items		□	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 2	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 3	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 4	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 5	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 6	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 7	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 8	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 9	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 10	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 11	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 12	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 13	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 14	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 15	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 16	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 17	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 18	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 19	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 20	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 21	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 22	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 23	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 24	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 25	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 26	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 27	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 28	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 29	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 30	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
		352.67	10.39	87.56

Coeficiente de Aiken de la variable atención al cliente

Nº Items		X	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 2	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 3	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 4	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 5	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 6	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 7	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 8	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 9	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 10	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 11	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 12	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 13	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 14	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 15	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 16	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 17	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 18	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3	0.00	0.67
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 19	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 20	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 21	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 22	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 23	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 24	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 25	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 26	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 27	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 28	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 29	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 30	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
		353.67	6.93	87.89

Anexo 6: Base de datos

Y D I	VARIABLE 1: GESTION ADMINISTRATIVA																												SUMA DE DIMENSIONES	SUMA										
	D1: PLANEACION							D2: ORGANIZACION							D3: DIRECCION					D4: CONTROL																				
	ESTRATEGIAS	POLITICAS	OBJETIVOS	VALORES	PROGRAMAS	COORD	DIV. DEL TRAJ	REC. MAT	T. REC. HU	MOTIVACION	LIDERAZGO	T. DE DECIS	COMUNICAC	HEC. RESULTA	REPORTES	D1	D2	D3	D4	VX																				
ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5																
E1	5	4	4	3	4	4	3	2	2	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	1	3	4	4	4	5	3	2	1	3	4	4	4	4	3	3					
E2	4	5	4	4	2	2	5	3	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	2	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4				
E3	4	4	2	3	4	4	3	3	2	3	5	2	3	3	4	5	2	3	2	2	2	4	3	4	5	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3				
E4	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	5	5	5	3	3	3	2	3	2	5	5	5	3	3	3	5	3	4	4	4	4	3				
E5	3	3	2	3	5	4	2	3	2	4	3	3	3	2	2	3	1	5	3	2	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3				
E6	3	4	2	5	4	3	5	3	2	3	2	3	2	4	4	4	3	2	1	2	3	2	4	4	4	3	2	1	2	4	3	3	3	2	3	2	3			
E7	5	3	1	4	3	3	4	5	3	5	3	2	4	5	5	5	4	4	5	5	2	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4			
E8	2	3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4			
E9	4	5	5	5	5	2	2	4	2	4	2	3	3	2	4	5	3	2	3	2	3	4	2	4	5	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3			
E10	1	1	1	2	3	2	1	2	4	5	4	1	3	3	4	3	1	3	5	4	1	4	3	4	3	1	3	5	5	4	2	3	3	4	4	3	4			
E11	4	5	1	1	1	3	1	4	5	5	1	5	5	2	5	4	1	5	4	5	5	2	5	4	1	5	4	2	5	4	2	5	4	4	4	3	4			
E12	5	3	1	3	2	1	1	3	2	1	2	2	5	1	1	4	3	2	3	1	2	2	1	1	4	3	2	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2			
E13	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	1	3	3	4	4	3	3	2	1	3	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2		
E14	1	2	3	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	3	3	3	3	1	4	2	4	3	4	4	5	3	2	1	1	4	2	2	4	2	4	2	2			
E15	4	5	3	5	4	2	3	2	3	5	3	3	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	2	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4			
E16	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	3	3	2	2	3	3	4	5	2	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3			
E17	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	2	3	2	5	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	3			
E18	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	1	2	3	2	3	5	2	3	2	5	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3		
E19	5	5	3	4	3	1	1	5	1	3	5	5	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	1	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3		
E20	4	3	4	2	3	2	2	4	2	1	1	2	2	5	3	4	3	3	3	2	4	3	5	3	2	4	3	2	4	3	5	3	3	4	3	4	3	3		
E21	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	2	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3		
E22	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
E23	3	4	3	4	5	2	3	4	3	3	5	2	3	4	3	5	2	3	4	3	3	5	1	4	3	3	1	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3		
E24	4	4	5	3	3	1	4	4	2	3	3	1	4	4	2	3	3	1	4	4	2	3	3	2	3	1	2	1	1	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	
E25	3	1	2	1	1	2	3	1	2	1	1	2	3	1	2	1	1	2	4	1	2	1	1	4	5	3	2	1	1	4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	
E26	5	3	2	1	1	4	5	3	2	1	1	4	5	3	2	1	1	4	5	3	2	1	1	2	4	5	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3		
E27	4	5	4	3	3	2	5	5	4	3	3	2	5	5	4	3	3	2	4	5	4	3	3	4	5	2	3	2	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	
E28	5	2	3	2	4	5	2	3	2	2	4	5	2	3	2	2	4	5	2	3	4	2	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	
E29	5	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	2	3	1	2	3	2	2	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3
E30	3	1	4	3	4	2	3	1	2	3	2	3	1	2	3	2	3	1	2	3	2	4	4	3	2	1	2	4	3	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3
E31	4	3	2	1	2	4	4	3	2	1	2	4	4	3	2	1	2	4	4	3	2	1	2	5	5	4	4	2	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	
E32	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Y D I	VARIABLE 2: ATENCION AL CLIENTE																												SUMA DE DIMENS	SUMA									
	D1: LA ACOGIDA														D2: EMPATIA							D3: LA DESPEDIDA																	
	RECEPCION	ESCUCHAR	CONFIANZA	T. PEDID	E.G. SERVIC	AP. SERVIC	CT. POSITV	T. ESPERA	FRISA AMAB	ATENCION	RECLAMOS	R. CLARAS	GRADO DE SAT	LAS GRAC	F. PAGO	D1	D2	D3	VY																				
ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5															
103	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	5	3	4	3	5	3	3	4	4	2	4	2	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	
111	5	4	5	4	2	2	2	5	3	5	4	3	4	4	3	2	5	5	4	4	3	2	2	3	5	2	3	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
95	2	4	4	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	5	2	3	2	2	3	3	5	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
99	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
91	3	2	3	4	3	5	4	2	5	2	4	3	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	2	4	3	3	
90	2	3	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2	3	2	4	4	4	3	2	1	2	3	1	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	
122	3	5	3	1	4	3	3	4	5	3	5	3	2	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	2	5	4	5	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
93	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	
99	4	4	5	5	5	5	2	2	4	2	4	3	3	2	4	5	3	2	3	2	2	3	1	3	1	4	4	1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	
86	3	1	1	1	2	2	2	1	2	4	1	1	1	3	3	4	3	1	3	5	5	4	2	3	4	1	1	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	
105	1	4	5	1	1	1	3	1	4	5	5	1	5	5	5	2	5	4	5	4	4	2	1	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
66	3	5	3	3	3	1	1	1	3	2	1	2	2	2	1	1	4	3	2	3	1	2	1	1	4	3	5	4	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	
72	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	3	3	4	2	4	3	3	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	4	2	2	3	3	2
73	1	1	1	2	3	1	2	1	2	3	2	1	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2
107	3	4	5	3	5	2	2	3	2	3	5	3	3	3	5	3	4	3	3	3	5	4	4	2	5	2													

Anexo 7: Autorización de la empresa



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 24 de abril de 2019

SOLICITO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR ENCUESTA

Sr.: José Guillermo Mendoza
Gerente General

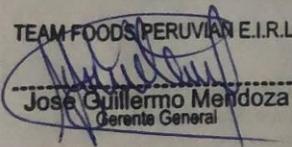
Mediante el presente, reciba usted un cálido y afectuoso saludo y al mismo tiempo permítame exponerle lo siguiente:

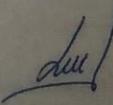
Yo Vilma Leonila Cucho Carbajal, siendo estudiante de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede de San Juan de Lurigancho, identificada con DNI N°48371825, que por motivos académicos, es necesario recoger información mediante la aplicación de Encuestas, las mismas que permitirán el desarrollo del proyecto de investigación titulado: “ Gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian E.I.R.L., en San Juan de Lurigancho, 2018”, para optar el título profesional de Licenciada en Administración.

Por tal motivo, siendo este requisito indispensable para la sustentación del proyecto de Investigación mencionada líneas arriba. Solicito a su persona autorización para realizar dichas encuestas, las cuales serán aplicadas durante el presente año.

Por tanto, agradeceré a usted acceda a mi solicitud.

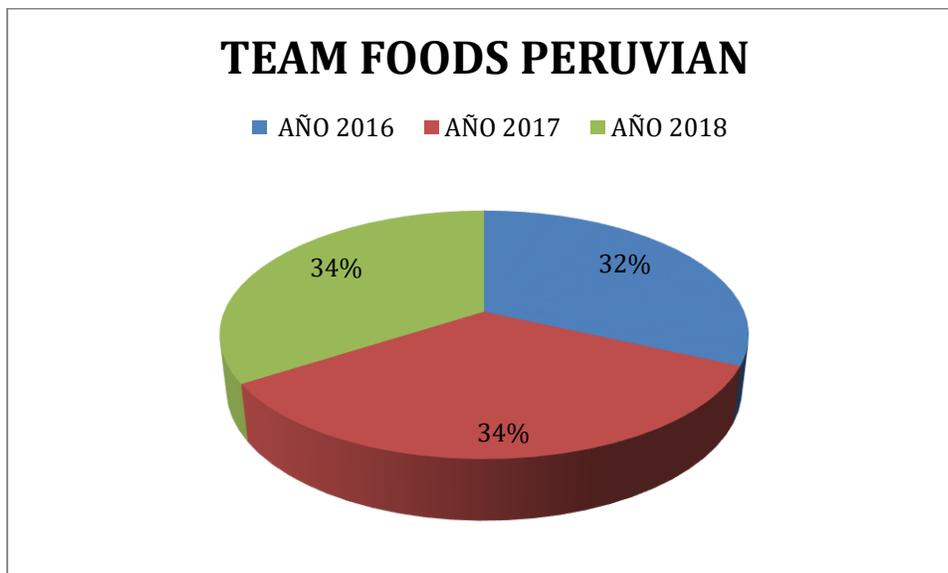
TEAM FOODS PERUVIAN E.I.R.L.


José Guillermo Mendoza
Gerente General

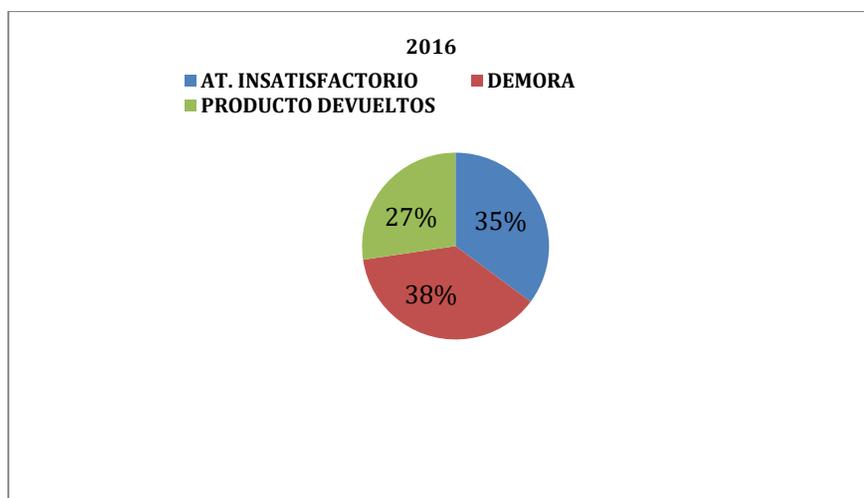


Vilma Leonila Cucho Carbajal
DNI N° 48371825

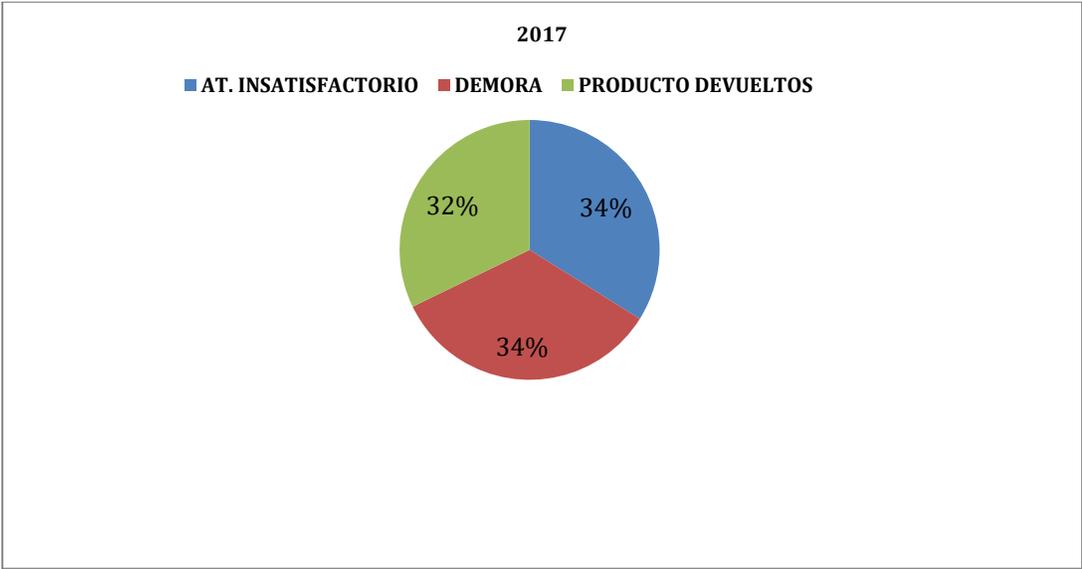
Anexo 8: Evidencia: Gráfico de ventas y atención al cliente de la empresa “Team Foods Peruvian”



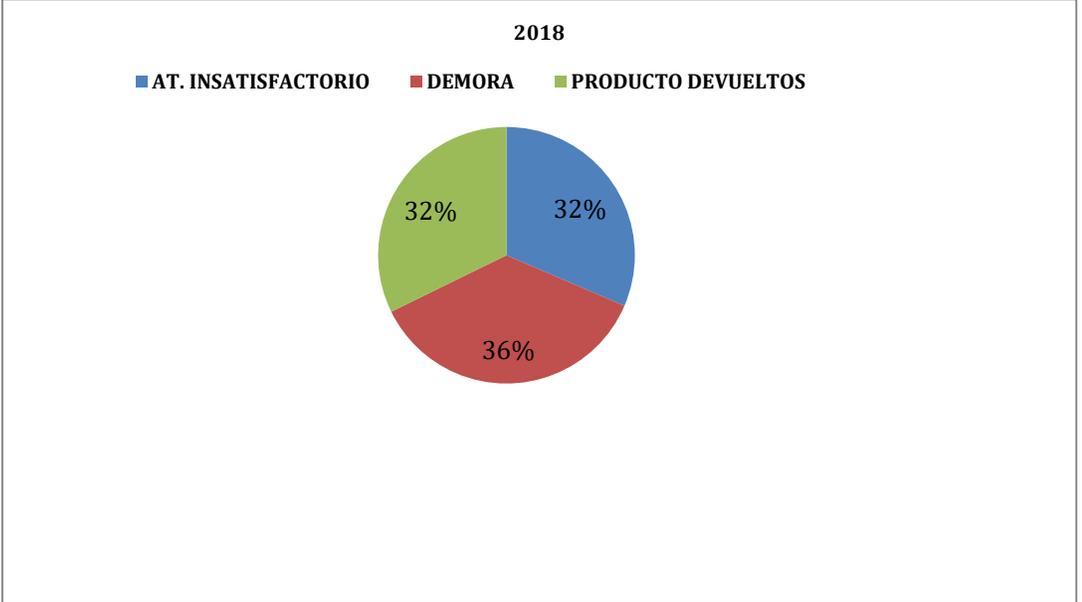
VENTAS EN SOLES TEAM FOODS PERUVIAN		
AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
S/. 210,153.80	S/. 224,154.50	S/. 225,127.40



2016		
AT. INSATISFACTORIO	DEMORA	PRODUCTO DEVUELTOS
45 clientes	48 veces	35 veces



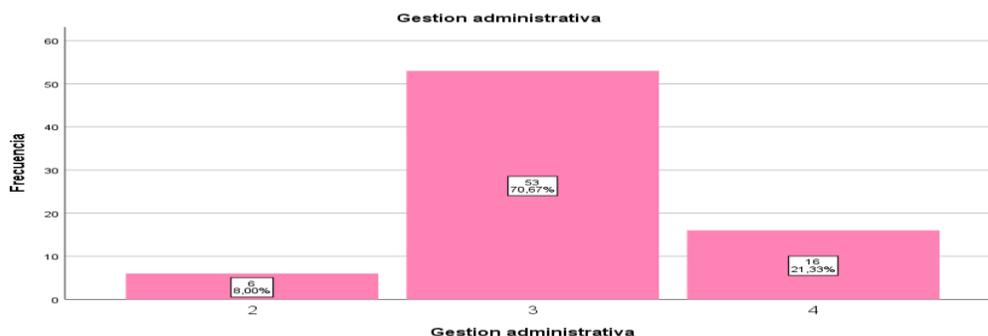
2017		
AT. INSATISFACTORIO	DEMORA	PRODUCTO DEVUELTOS
40 clientes	40 veces	38 veces



2018		
AT. INSATISFACTORIO	DEMORA	PRODUCTO DEVUELTOS
39 clientes	45 veces	40 veces

Anexo 9: Análisis de las variables y su relación con las dimensiones

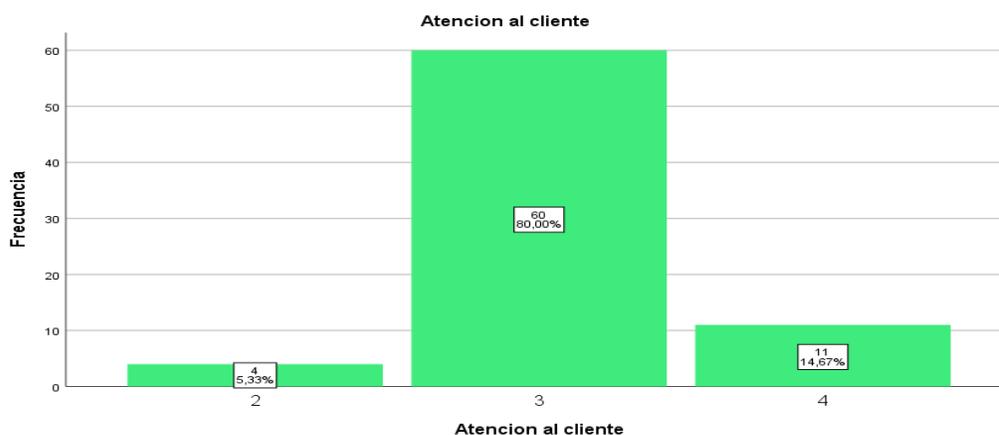
Gráfico 1: Gestión administrativa



Interpretación:

De acuerdo a la tabla 8 y el gráfico 1, para el análisis descriptivo de la variable gestión administrativa, se puede observar de acuerdo a la escala Likert, el nivel *a veces* obtuvo 70,67% de las respuestas encuestadas, representada por 53 colaboradores. También el 8% de ellos manifiestan *casi nunca* aplican la gestión administrativa en la atención al cliente.

Gráfico 2: Atención al cliente



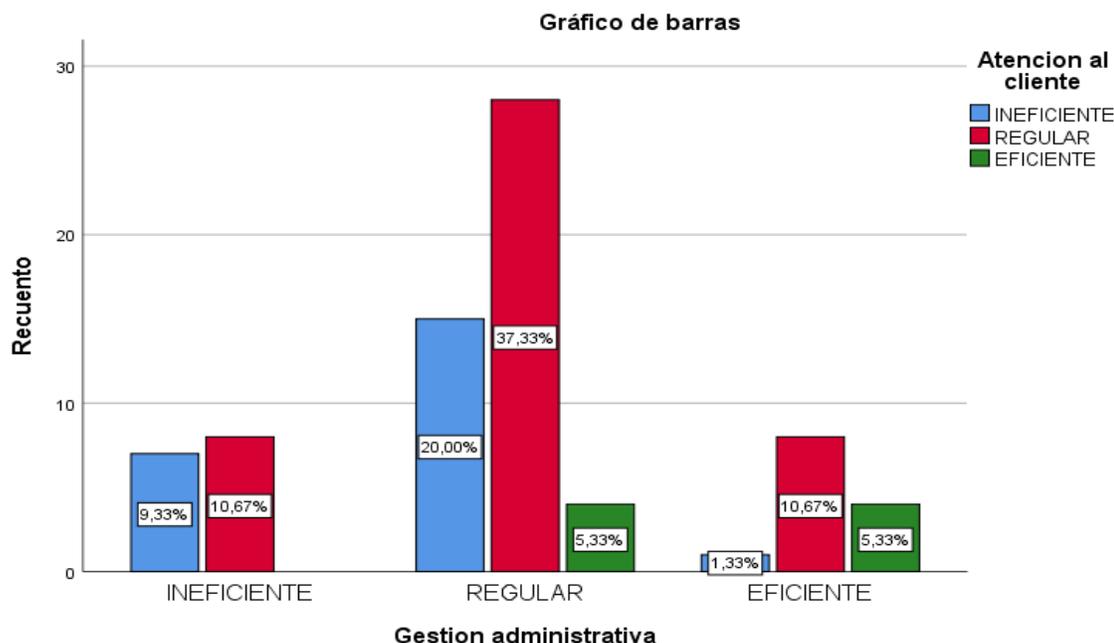
Interpretación:

De acuerdo a la tabla 10 y el gráfico 2, para el análisis descriptivo de la variable atención al cliente, se puede observar de acuerdo a la escala Likert, el nivel *a veces* obtuvo 80% de las

respuestas encuestadas, representada por 60 colaboradores. También el 5,33% de ellos manifiestan que *casi nunca* aplican la atención al cliente en la empresa.

Gráfico 3

Tablas cruzadas para la variable gestión administrativa y atención al cliente

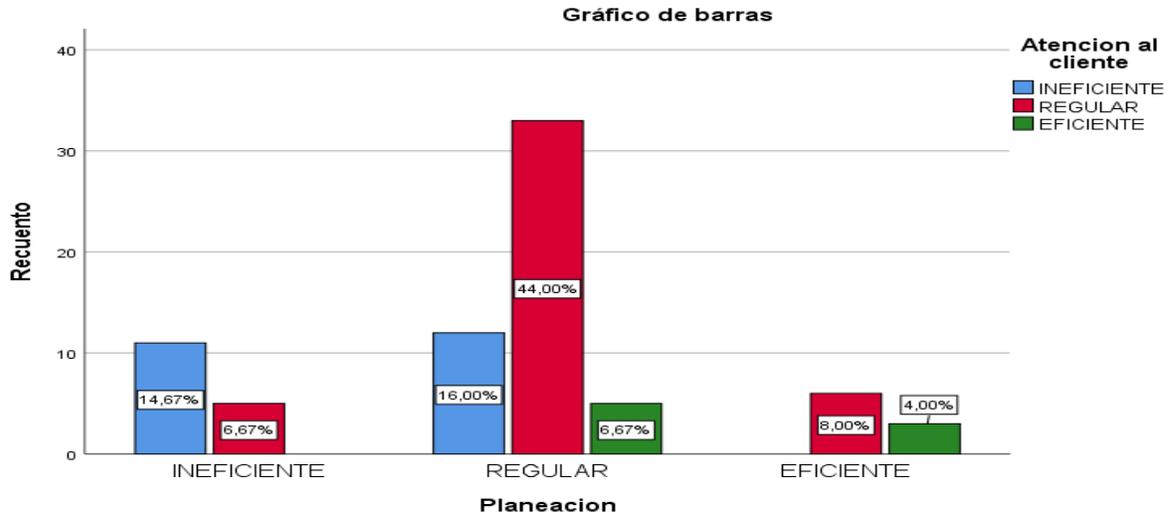


Interpretación:

Del 100% de los encuestados de la empresa Team Foods Peruvian, manifiestan que es regular en un 37,3% la atención al cliente basado en una gestión administrativa. Por otro lado, los encuestados también consideran que la atención al cliente y la gestión administrativa alcanzo el nivel de ineficiente y eficiente en un 1,3%, por ello, se afirma que ambas variables van en una misma dirección.

Gráfico 4

Tablas cruzadas para la dimensión planeación y atención al cliente

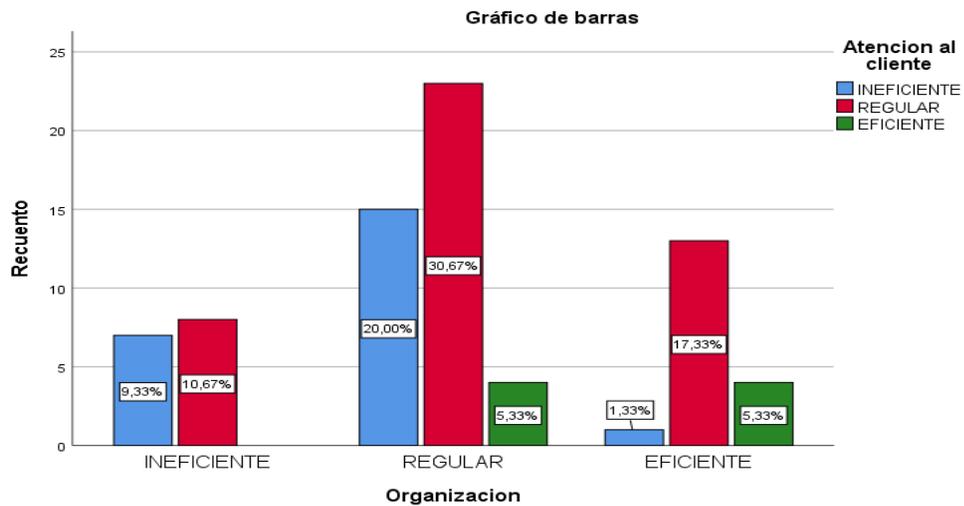


Interpretación:

Del 100% de los encuestados manifiestan que la atención al cliente de la empresa Team Foods Peruvian, es regular con un 44% basado en una planeación, pero también, consideran que alcanzaron un nivel 4% ineficiente entre la atención al cliente y planeación.

Gráfico 5

Tablas cruzadas para la dimensión organización y atención al cliente

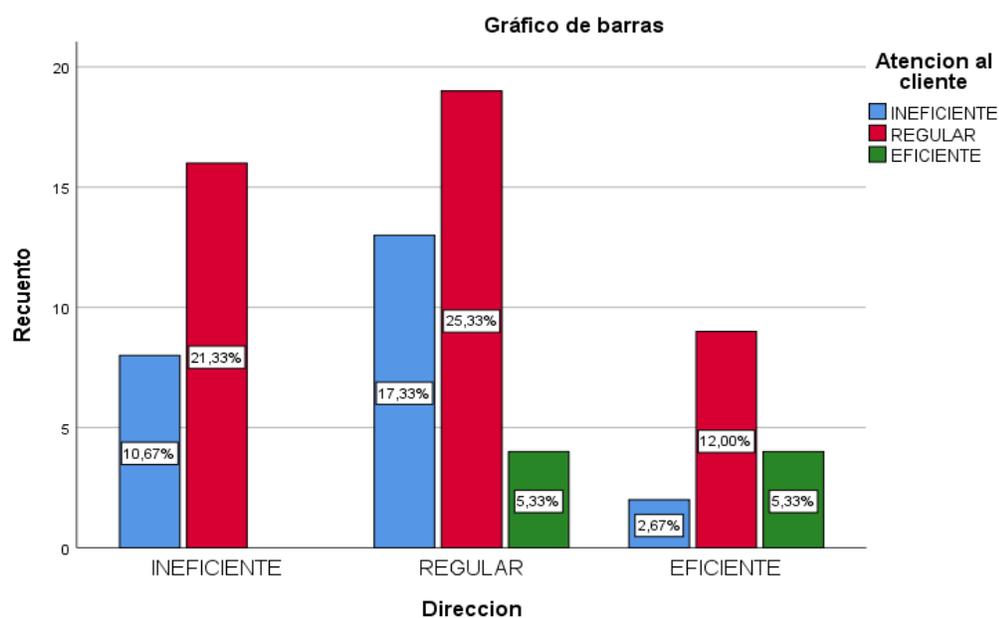


Interpretación:

De acuerdo al 100% de los encuestados de la empresa Team Foods Peruvian manifiestan que el 30,67% es regular la atención al cliente basado en una organización. Por otro lado, También alcanzo el nivel de 1,3% de eficiente e ineficiente respecto a lo mencionado.

Gráfico 6

Tablas cruzadas para la dimensión dirección y atención al cliente

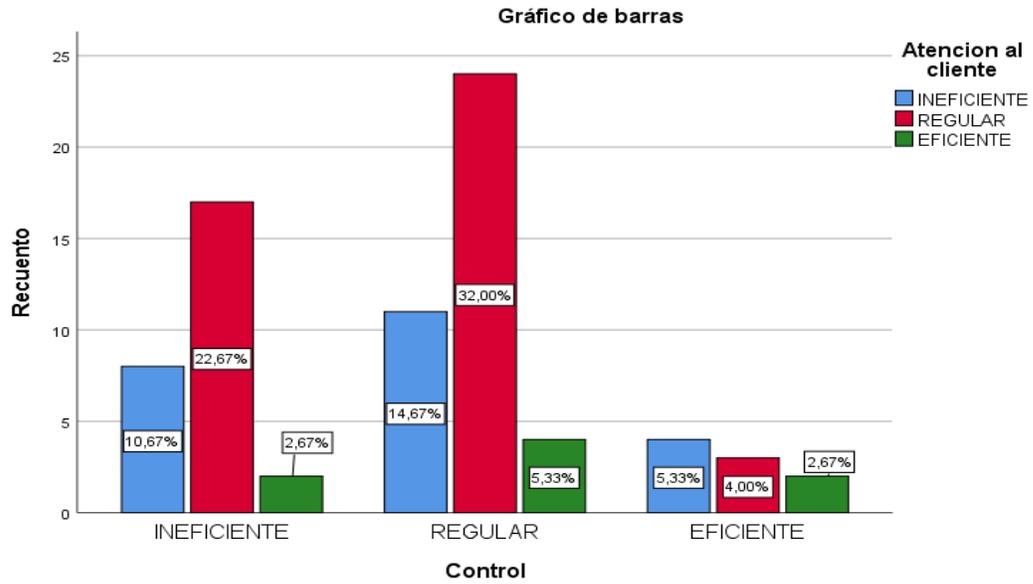


Interpretación:

Del 100% de los encuestados de la empresa manifiestan que el 25,33% es regular la atención al cliente basado en la dirección. Por otro lado, alcanzó el nivel de ineficiente y eficiente con un 2,67% de acuerdo a la atención al cliente y dirección. Por lo tanto, ninguno ha considerado que la atención al cliente es eficiente y a su vez que la gestión administrativa es ineficiente.

Gráfico 7

Tablas cruzadas para la dimensión control y atención al cliente



Interpretación:

Del 100% de los encuestados de la empresa Team Foods Peruvian, manifiestan que el 32% es regular la atención al cliente basado en el control, por otro lado, también alcanzó el nivel de eficiente con un 2,67% respecto a la atención al cliente y el control.



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CUCHO CARBAJAL VILMA LEONILA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado: " Análisis de la gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Team Foods Peruvian, San Juan de Lurigancho – 2019 ", es de mi autoría, por lo tanto, declaro (declaramos) que el Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Apellidos y Nombres del Autor	Firma
CUCHO CARBAJAL VILMA LEONILA DNI: 48371825 ORCID: 0000-0003-4434-7033	