



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley SAC - San Miguel, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Heredia Alvarado Santiago

ASESOR:

Dr. Barrutia Barreto Israel.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración de Operaciones

PERÚ

2018



ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0052-2018-DPI/UCV/DA-EP-ADM-FL-C

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, presentado en la modalidad de Desarrollo de Proyecto de Investigación.

Presentado por Don:

HEREDIA ALVARADO, SANTIAGO.

Cuyo Título es:

"GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CAJEROS VENDEDORES Y SU INFLUENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN TIENDAS RIPLEY SAC, SAN MIGUEL - 2018".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:

NÚMERO	LETRAS	CONDICIÓN
16	DIECISEIS	APROBADO POR UNANIMIDAD

DESAPROBADO 00-10 PUNTOS ()
 APROBAR POR MAYORIA 11-13 PUNTOS ()
 APROBADO POR UNANIMIDAD 14-17 PUNTOS (X)
 APROBADO POR EXCELENCIA 18-20 PUNTOS ()

PRESIDENTE : DR. LEON ESPINOZA LESSNER

SECRETARIO : DR. BARRUTIA BARRETO ISRAEL

VOCAL : MGTR. LOPEZ LANDAURO RAFAEL ARTURO

FIRMA
 FIRMA
 FIRMA

Nota: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Callao, 09 de Julio de 2018



Mgtr. Rafael López Landauro
 Coordinador de la Carrera Profesional de Administración
 UCV-Filial Callao

Somos la universidad de los que quieren salir adelante.



Dedicatoria

A mis familiares, por su aliento, a mi padre Santiago a pesar que ya partió a mejor vida aun acompaña mis pasos, a mis hermanos que cada vez me pueden conocer más y apoyar y yo aprender de ellos.

Agradecimiento

A Dios, por proveerme sabiduría e inteligencia necesarias con la finalidad de lograr mis metas, además de las duras pruebas que fortalecen mis habilidades del día a día como persona y profesional.

Al grupo Ripley, al equipo de cajas, Javier torres, Juan Carlos y Jhovana, facilitaron los horarios y gracias a su comprensión y temple fueron pieza esencial para poder realizar y concluir la investigación.

Al profesor Israel Barrutia B, y demás profesores de la universidad Cesar Vallejo que gracias a su apoyo fueron esenciales para mi formación profesión

Declaración de autenticidad

Yo, SANTIAGO HEREDIA ALVARADO con DNI N.º 47289990, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

De esta manera, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se demuestra en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 09 Julio del 2018



HEREDIA ALVARADO, SANTIAGO

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Gestión administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley SAC – San Miguel 2018”, la misma que demuestro a vuestra contemplación esperando que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

El Autor

Índice general

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Declaración de autenticidad.....	iv
Presentación	v
Resumen	x
Abstract.....	x
I. Introducción	1
1.1. Realidad problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	3
1.2.1. Internacionales.....	4
1.2.2. Nacionales.....	6
1.3. Marco teórico	8
1.3.1. Variable independiente: gestión administrativa.....	8
1.3.2. Variable 2: Atención al Cliente	14
1.4. Formulación del problema	20
1.4.1. Problema general	20
1.4.2. Problema específicos	20
1.5. Objetivos	20
1.5.1. Objetivo general.....	20
1.5.2. Objetivos específicos	20
1.6. Justificación	21
1.7. Hipótesis	22
1.7.1. Hipótesis general	22
1.7.2. Hipótesis específicos	22
II. Metodología.....	23
2.1. Diseño, método, tipo y nivel de investigación	23
2.1.1. Diseño de investigación.....	23
2.1.2. Método de investigación.....	23
2.1.3. Tipo de investigación.....	23
2.1.4. Nivel de investigación	23
2.2. Variables, Operacionalizacion	24

2.2.1. Variable X: Gestión administrativa	24
2.2.2. Variable Y: Atención al cliente	28
2.2.3. Operacionalización de variables	31
2.3. Población, unidad de muestra y muestra.....	33
2.3.1. Población	33
2.3.2. Unidad de muestra	33
2.3.3. Muestra	33
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	34
2.4.1. Técnica.....	34
2.4.2. Instrumento de recolección de datos	34
2.4.3. Validez.....	35
2.4.4. Confiabilidad	34
2.5. Método de análisis de datos	37
2.6. Aspectos éticos.....	37
III. Resultados	37
IV. Discusión	52
4.1. Discusión hipótesis general	52
4.2. Discusión hipótesis específico 1	53
4.3. Discusión hipótesis específico 2.....	53
4.4. Discusión hipótesis específico 3.....	54
4.5. Discusión hipótesis específico 4.....	55
4.6. Discusión hipótesis específico 5.....	56
V. Conclusiones.....	58
VI. Recomendaciones	59
VII. Bibliografía	61
VIII. Anexos.....	64

Índice de tablas

Tabla 1: Variable independiente - Gestión Administrativa.....	31
Tabla 2: Variable dependiente - Atención al Cliente	32
Tabla 3: Cuadro de confiabilidad	35
Tabla 4: Cuadro estadístico de fiabilidad 01	36
Tabla 5: Cuadro estadístico de fiabilidad 02	36
Tabla 6: Cuadro estadístico de fiabilidad 03	36
Tabla 7: Cuadro resumen de análisis descriptivo – frecuencia	37
Tabla 8: Interpretación del coeficiente de correlación r de Pearson	38
Tabla 9: Correlaciones de variables de Hipótesis general.....	39
Tabla 10: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la variable independiente (Gestión Administrativa) y la variable dependiente (atención al cliente).	39
Tabla 11: Prueba de ANOVA, variable independiente (Gestión Administrativa) y la variable dependiente (Atención al Cliente).	40
Tabla 12: Coeficientes, según la variable independiente (Gestión Administrativa) y la variable dependiente (Atención al cliente).	40
Tabla 13: Correlaciones de variables de Hipótesis específica.	41
Tabla 14: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 1(planificación) y la variable dependiente (atención al cliente).....	42
Tabla 15: Prueba de ANOVA, dimensión (planificación) y la variable dependiente (atención al cliente).	42
Tabla 16: Coeficientes, según la dimensión 1 (planificación) y la variable dependiente (atención al cliente).	42
Tabla 17: Correlaciones de Hipótesis específica 2.....	43
Tabla 18: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 2 (organización) y la variable dependiente (atención al cliente).	44
Tabla 19: Prueba de ANOVA, dimensión 2 (organización) y la variable dependiente (atención al cliente).	44
Tabla 20: Coeficientes, según la dimensión 2 (organización) y la variable dependiente (atención al cliente).	45
Tabla 21: Correlaciones de variables de Hipótesis específica3.	46

Tabla 22: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 3 (dirección) y la variable dependiente (atención al cliente).	46
Tabla 23: Prueba de ANOVA, dimensión 3 (dirección) y la variable dependiente (atención al cliente).	46
Tabla 24: Coeficientes, según la dimensión 3 (dirección) y la variable dependiente (atención al cliente).	47
Tabla 25: Correlaciones de variables de Hipótesis específica 4.	48
Tabla 26: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 4 (coordinar) y la variable dependiente (atención al cliente).	48
Tabla 27: Prueba de ANOVA, dimensión 4 (coordinar) y la variable dependiente (atención al cliente).	48
Tabla 28: Coeficientes, según la dimensión 4 (coordinar) y la variable dependiente (atención al cliente).	49
Tabla 29: Correlaciones de variables de Hipótesis específico 5.	50
Tabla 30: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 5 (control) y la variable dependiente (atención al cliente).	50
Tabla 31: Prueba de ANOVA, dimensión 5 (control) y la variable dependiente (atención al cliente).	51
Tabla 32: Coeficientes, según la dimensión 5 (control) y la variable dependiente (atención al cliente).	51

Resumen

El proyecto de investigación ha tenido como finalidad conocer el grado de influencia que se da entre la Gestión Administrativo y la Atención al cliente en el departamento de cajas de la organización Tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima, 2018. En el departamento de cajas la organización cuenta con 40 trabajadores siendo involucrados de muestra para la investigación. El cuestionario se aplicó para levantamiento de data, el procesamiento de la información fue mediante la aplicación SPSS, obteniendo así datos del área de cajas de la organización. Por último, esta data fue examinada por medio de las variables de correlación: Gestión Administrativa y Atención al Cliente.

Palabras clave: *Gestión Administrativa, atención al cliente.*

Abstract

The purpose of the research project was to determine the degree of influence that exists between Administrative Management and Customer Service in the department of cajas of the organization Tiendas Ripley SAC - San Miguel, Lima, 2018. In the department of boxes the organization has 40 workers being involved in a sample for research. The questionnaire was applied to data collection, the processing of the information was through the SPSS application, obtaining data from the organization's cashier area. Finally, this data was examined through the correlation variables: Administrative Management and Customer Service. Keywords: Administrative Management, customer service

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

El presente de la gestión administrativa y la atención al cliente ha determinado que son factores fundamentales que nos permiten medir la valoración de una organización y su razón de ser dentro de la sociedad.

Según el banco mundial (2017) “un entorno del descenso de la inflación ha sido factor fundamental para que la economía peruana sea beneficiada con el acelerado incremento de 5,9 por ciento en la región. El índice de pobreza se vio reducida gracias al incremento de empleo e ingresos. La indigencia tolerante (US\$4 por día con un PPA del 2005) descendió de 45.5 por ciento en el 2005 a 19.3 por ciento en el 2015. Por lo que 6.5 millones de individuos lograron salir de la indigencia durante ese etapa. La pobreza extrema (US\$2.5 por día con un PPA del 2005) se redujo de 27.6 por ciento a 9 por ciento en ese mismo periodo” (s.p).

Según INEI (2015) “La concentración empresarial en el Perú reconoce que por cada mil habitantes hay 66 empresas. Por sección de empresas, se contempla 3 pequeñas empresas por cada mil habitantes a nivel nacional y 62 microempresas por cada mil habitantes y (p.133).

Según collazos (2015) “Las operadoras retail han reconocido como uno de los mercados con mayor interés de desarrollo al Perú; así lo manifiesta el estudio del Índice de Desarrollo Global Retail 2013 (A.T. Kearney, 2013) el mismo que sitúa al estado que ocupa el N° 12 a nivel mundial y en 4° adentro de las economías de América Latina; el crecimiento económico en los últimos años de diferentes países siendo factor importante en el estudio presentado, dando relevancia al atractivo comercial, la tasa de confianza del cliente, incremento de la clase media, el grado de retribución se restableció, nivel de índice de ocupación y firme acceso al financiamiento. Chile, Colombia, Uruguay y Brasil poseen un índice de penetración más alta en lo que corresponde la creación de centros comerciales, por lo que fue considerado como un sub sector retail en el Perú. En los próximos años las condiciones competitivas serán más exigentes en el sector retail o comercio minorista moderno, ya que se

está la propensión de crecimiento de sobresalientes operadores, con know how singulares, procesamiento de información sofisticado que permitirá evaluar y otorgar financiamiento a segmentos de potenciales clientes, por consecuencia podrá presentar un mercado maduro dando señales de desarrollo y fortalecimiento.

Según Ortiz (2015) La atención al cliente debe ser agregado con un valor adicional en las [...] organizaciones [...], los clientes internos como los externos deben de ser tomados con la misma importancia, ya que son una red que permitirá la buenas atención ya que sin ellos la organización no tendría sentido. (s.p).

Según la clasificadora de riesgos Equilibrium (2017) Las tiendas exclusivas en estilo definidas como fast fashion y boutique figuran como una amenaza latente considerable para las tiendas departamentales, debido al desarrollo de los centros comerciales, a pesar que ha mostrado un crecimiento considerable el sub sección de tiendas por departamento en los últimos años, aun muestra un rango mínimo de consumo per cápita (p.6).

Podemos decir que el desarrollo de las tiendas detallista o departamentales han crecido de forma rápida teniendo mayor presencia en el mercado ya sea por la apertura de nuevo centros comerciales, sin embargo no han podido consolidarse, ya que han surgido nuevos participantes que representan un competencia en el mercado.

Lo que busca este trabajo de investigación, es determinar la influencia de la gestión administrativa en el servicio al consumidor percibido por los clientes tanto interno y externos, en busca de mejora continua del mecanismo de la gestión administrativa, ya la atención al cliente es una variable sumamente significativo en las empresas retail, ya que la competencia ofrece el mismo producto, pero no el mismo servicio, lo que conlleva a que sea diferente en función a la atención de calidad, por lo que se busca que el cliente no solo regrese, sino sea participe de la fomentación de la buena atención que se le brindo, y por consecuencia no vuelva solo.

Actualmente tiendas por departamento Ripley S.A. se dedica al comercio minorista o al detalle, de moda para Dama, infantil y caballero y también cuenta con la venta de electrodomésticos, decohogar y menaje, opera en un entorno altamente competitivo, caracterizado por retener y atraer a los clientes, brindando productos de calidad y estrategias de fidelización.

El problema actual que se da en la empresa Tiendas Ripley se debe a la poca rotación del personal lo que le ha llevado a estancar sus mejoras en la gestión administrativa, ya sea por una resistencia al cambio o porque no se adecua el personal a la nueva gestión administrativa, y de acuerdo a los resultados obtenidos, se busca plantear una nueva gestión administrativa para mejorar los procesos y la atención al cliente vuelva a ser amigable.

El otro problema que se ha generado es el malestar de los colaboradores por la aplicación de cartas de exhortación, en función a la tardanza o faltas que los colaboradores generen, lo que anteriormente no se daba, por lo que muchos de los mismos se han optado posturas como de rechazo a cumplir con sus deberes como el manual de funciones lo indica, estando lejos de sus puestos de trabajo y siendo caso omiso de lo que los supervisores indiquen.

Por lo que estos dos problemas han generado el malestar en el cliente en el área de cajas, ya que al no contar con personal disponible en los terminales de ventas llámese cajas, los clientes optan por cambiar de decisión de compra y optan por la competencia, y en muchos casos dejando un comentario pésimo sobre la atención al cliente, teniendo como consecuencia la pérdida de clientes y la mala imagen de tiendas Ripley.

En función a lo expuesto anteriormente el objetivo de la investigación se efectúa en qué manera la gestión administrativa influye en la atención al cliente en tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima 2018 y en consecuencia a los resultados conseguidos recomendar mejoras en la gestión administrativa de cajeros vendedores buscando renovar la percepción de la empresa, y por consecuencia incrementar la rentabilidad de la empresa.

1.2. Trabajos previos

En el progreso del estudio se halló determinadas investigaciones que guardan relación con el tema que se investiga de índole nacional e internacional, presentando las siguientes:

1.2.1. Internacionales

Garcés (2013) con su investigación “*Plan de mejoramiento de la gestión administrativa, operativa y contable del restaurante y comidas rápidas 102 perros*” desarrollada en la universidad Autónoma de occidente Facultad de Ciencias Económicas departamento administrativo programa de mercadeo y negocios internacionales, Santiago de Cali – Colombia, para obtener el título profesional en Mercadeo y Negocios internacionales para la presente investigación la metodología aplicada es descriptiva aplicada no experimental, la investigación tiene con fin proponer un modelo de gestión en mercadeo, administración, operación, contable del restaurante y comidas rápidas del restaurante 102 perros, se concluye la investigación en: La Dian implementa requisitos para la operación en el mercado la cual es manejada por la gestión administrativa del restaurante 102 perros, carecen de manual de funciones por lo que se define las funciones de los empleados, es una empresa que no se encuentra formalizada en el mercado.

Según el autor define la importancia que se debe tener al momento de gestionar una organización involucrando el proceso administrativo junto con la participación de los empleados y la definición clara del manual de funciones determinando la dirección y contando con mecanismos de control, se espera plantar mejoras en funciona a los errores detectadas para mejorar dicha irregularidades que presenta la organización.

Flores (2015) con su investigación titulada “*Procesos administrativo y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega*”, desarrollo en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua Facultad Regional Multidisciplinaria, Matagalpa para optar el título de maestría en gerencia empresarial”, para la presente investigación la metodología empleada descriptiva – aplica, teniendo como objetivo de analizar el proceso administrativo y gestión empresarial de la cooperativa de productos de alimentos básicos rl. Durante el periodo 2010 –

2013, por lo que concluye que la gestión empresarial de la organización, es deficiente, ya que los dirigentes operan de manera empírica y no cuentan con conocimientos previos sumado el poco compromiso con la organización, ya que el manejo del proceso administrativo es deficiente, se procedió a una evaluación de desempeño por medio de encuestas, y se determinó que no existe un plan de motivación para el personal, ya que es fundamental para mejorar su desempeño de forma eficiente.

Según el autor hace mención la importancia sobre el empleo de la gestión administrativa dentro de la empresa, y que es relevante para poder determinar una mejora que podría traer por consecuencia una rentabilidad y calidad, sin embargo el manejo de información limitada muchas veces es la causante de mejoras limitadas y pobres en contextos, en consecuencia tendremos personal poco motivado y poco comprometido.

Cruceira (2013) con su investigación con título "*Gestión administrativa y el servicio de hoteles de la ciudad de Tulcán*" desarrollo en la Universidad Politécnica estatal del Carchi Facultad de Comercio internacional, integración, administración y economía Escuela de administración de empresas y Marketing Tulcán – Ecuador, para obtener el título de Ingeniero en empresas y Marketing, para la presente investigación se resume en: El presente investigación la metodología aplicada es descriptiva no experimental, la presente investigaciones centra en definir la contribución de la gestión administrativa en el del servicio de los hoteles de Tulcán, con el objetivo delimitando el planteamiento de acceso al crecimiento hotelero de la misma. Dentro de la ciudad se encuentran cuatro hoteles (Azteca, Flor de los Andes, Palacio Imperial y Sara Espíndola) conocidos por el Ministerio de turismo; los cuales serán el inicio para el desarrollo de esta investigación, empezando por una evaluación de la condición presente, en lo que respecta su gestión y servicio. La investigación finaliza que el proceso administrativo que aplican los gerentes hoteleros, se basa en sus discernimientos empíricos y costumbre; ya que no se ejecuta una apropiada gestión administrativa, la que determina los puntos importantes para tener una organización eficiente, coordinada, direccionada y controlada con la finalidad de permanecer en el mercado.

En la actualidad los costos han disminuido eminentemente en cuanto innovaciones de datos y correspondencias, las organizaciones cuentan con mayor poder adquisitivo lo que ha permitido la adquisición de equipos modernos, sin embargo en los hoteles de Tulcán su uso es inadecuado ya que los beneficios y ventajas que poseen aparatos tecnológicos no son explotados; ya que sus procedimientos aún los ejecutan de manera tradicional, siendo su expansión más local que nacional.

Según el autor la gestión administrativa es fundamental para mejorar el desempeño de toda organización por lo que conocer de forma superficial no promete el éxito y aplicarlo de forma empírica mucho menos, en consecuencia se debe de contratar o capacitar para el uso eficiente de estas tecnologías, ya que se busca mejorar la administración y por ende agregaría valor al correcto uso de las mismas, pero si no es bien usado, no será más que un gasto innecesario, una buena gestión administrativa define claro las reglas de la organización y nos permite ser competitivos en el mercado que se opera.

1.2.2. Nacionales

Carpio y Durand (2014) tesis *“Influencia del clima organizacional en las gestión administrativa del área logística de ladrillera El Diamante Ladisac Arequipa 2014”* desarrollo en la Universidad Católica de Santa María Facultad de Ciencias económicas administrativas escuela profesional de administración de empresas, para optar el título profesional de Licenciadas en administración de empresas, por lo tanto en esta presenta investigación la metodología empleada fue, exploratoria correlacional aplicada donde se busca definir la influencia del clima organizacional en la gestión administrativa del área de logística de la ladrillera El Diamante ladisac, la investigación concluye que el estudio de los resultados se determina reconocer que el clima organizacional contribuye positivamente sobre la gestión administrativa de ladisac, aunque descubrimos; la primera dificultad encontrada es la deficiente organización. No cuenta con un plan de implementación de avances este factor, por lo que se examinó la cultura organizacional, descubriendo que el 80% de los trabajadores se hallan responsables, por lo que se involucran cada vez más con

los objetivos se sienten identificados por la misión y visión, profesan los valores de la empresa.

Según los autores hacen mención la importancia de la dirección una competencia de la gestión administrativa crucial al momento de ejecutar la planificación de una organización por lo que si no se tiene en claro lo que se tiene que hacer es imposible cumplir con las metas establecidos desde un inicio por lo que, delimitar muy bien los canales de comunicación debe ir de la mano quien dirige dentro de la organización, buscar mediante estrategias la llegada del mismo mensaje a todos los involucrados de la organización para que el objetivo sea uno.

Balta (2017) con su investigación titulada “*Gestión Administrativa y compromiso organizacional en la Sub Gerencia de Atención Domiciliaria de gof Essalud, Jesus Maria, 2016*” desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Administración, para obtener el título profesional de licenciada en administración, para la presente investigación se usó metodología aplicada es descriptiva de corte transversal, La finalidad de la estudio estuvo centrado a determinar la relación entre Gestión Administrativa y el Compromiso Organizacional en la Sub Gerencia de Atención Domiciliaria de la gof essalud Jesús María, Lima 2016. La población fue de 69 administrativos de la subgerencia. Para recoger la información se usaron los instrumentos de la variable gestión administrativa y compromiso organizacional; se ejecutó la confiabilidad de Alpha de Cronbach para ambas variables. El proceso de información se realizó con el software SPSS (versión 23).

Ejecutado el análisis descriptivo y la correlación a través del coeficiente de Pearson, con un resultado de $Rho=0,957$, interpretándose como alta relación entre las variables, con una $p = 0.00$ ($p < 0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula por lo tanto los resultados determinan que existe relación significativa entre la variable gestión administrativa y el compromiso organizacional.

Según el autor define cuán importante es tener una buena gestión administrativa y compromiso organizacional, ya que si se tiene una administración eficiente de podrá mejorar el desempeño de los colaboradores y por consecuencia se tendrá un cliente satisfecho en este caso un paciente bien atendido.

Guerrero (2017) en su investigación “El trabajo en equipo y su incidencia en la motivación de los docentes de la I.E N^a 86157 – Cesar Vallejo, Huarmey. 2015” desarrollado en la Universidad nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de comunicación para obtener el título profesional de licenciado en educación, para esta presente investigación la metodología aplicada fue descriptiva aplicada, la finalidad y objetivo que tiene la investigación tuvo como objetivo evidenciar la relación que se encuentra entre el trabajo en equipo y la motivación de los docentes de la I.E. N^o 86157 – César Vallejo de Huarmey en el 2015 como objetivo específico es la relación entre el trabajo en equipo y la motivación docente ha sido medida a partir de la administración de cuestionarios a los docentes, dado que los directivos de una institución educativa deberían motivar reiteradamente al trabajador docente que trabaja en la institución educativa para que desarrollen sus labores o tareas con responsabilidad al servicio de la sociedad educativa.

Por lo que el trabajo en equipo compromete un modo de trabajo en equipo, en la que las personas realizan las actividades de forma contribuida; en el caso de nuestra investigación los docentes interactúan para llegar a una meta común, y si a este proceso se une la motivación se consigue grandes resultados.

Según el autor afirma que el trabajo en equipo radica en que un equipo de individuos que trabajan de manera coordinada para la ejecución de una favorable labor, en el que es el equipo de modo conjunta, no sus integrantes de forma particular, quien responde por el resultado obtenido. Por ello, los distintos miembros del equipo están caracterizados en distintas áreas y cada uno de ellos tiene un deber del que es encargado y el que es imprescindible que realice para que la labor se ejecute con éxito.

1.3. Marco teórico

1.3.1. Variable Independiente: Gestión administrativa

Definición de Administración

Según Chiavenato (2005) define que:

La Administración es un fenómeno global del mundo. Las instituciones tienen que lograr un fin en el entorno de disputa incesantemente tiene que tomar determinación, armonizar diferentes actividades, dirigir individuos, apreciar la dedicación en función a los objetivos determinados, lograr y precisar bienes. (p. 12).

Según Amaru (2009) La Administración desarrolla las determinaciones encima de las metas y el empleo de bienes. Engloba cinco pautas primordiales de determinaciones, denominada también sucesión o competencias: planeación, organización, liderazgo, dirección y control (p.6).

Koontz, Weihrich y Cannice (2012) Administración es el desarrollo de la planificación donde se sustenta un ambiente de trabajo donde los individuos en grupo logren objetivos determinados de manera eficiente (p.4)

Según Gareth, J y Jennifer, G. (2010) afirma que:

La administración es la planeación, organización, dirección y control del talento del individuo y otras condiciones, con la objetivo de lograr de manera eficiente y eficazmente los, objetivos de la organización. Los bienes de la compañía comprenden, como los colaboradores y sus actitudes, competencias y destreza; los activos, inventarios; programas de informática, y licencias, fondos monetario y colaboradores y usuarios reales (p.5).

Henry Fayol y la Teoría clásica.

Según Amaru (2009) De conformidad con Fayol, la administración es una labor usual a todo lo que inicia la persona en su entorno y comprende (familia, empresa, autoridad) y siempre demanda algún nivel de planeación, organización, dirección, coordinación y control (p.46)

Las funciones administrativas comprende elementos de la administración que serán roles desempeñados por los administradores y son:

Planeación: estimación de la posterioridad y abastecimiento de bienes en destino de mismo

Organización: facilita las materias esenciales que pondrán en marcha la organización; se divide en material y comunitario.

Dirección: inicia el trayecto de la organización. La finalidad se define en lograr la máxima productividad de los colaboradores, en favor de los intereses generales del establecimiento.

Coordinación: concertar las labores de la organización para permitir la labor y el rendimiento. Concuerda bienes y labores en proporciones apropiadas y adecua métodos a los objetivos.

Control: comprueba que todas las fases marchen según el proyecto delimitado, las disposiciones definidas y los fundamentos constituidos. Su fin radica en determinar las inconsistencias y los fallas para corregirlos y evitar que vuelva a ocurrir.

Según Chiavenato (2005) afirma:

Para Fayol la organización comprende el sistema y el diseño; por lo tanto es fija y definido, Money agrega que la “la organización es la propiedad de toda alianza de individuos que tienen como fin usual. El método de organización puede ser definido como la forma de relacionar labores o actividades determinadas en un ambiente sincronizado (p.73).

Elton Mayo y F. Roethlisberger y los estudios de Hawthorne

Según Koontz, Weihrich y Cannice (2012) afirman:

Lo que encontraron Elton Mayo y sus colegas, iniciaron de ideas previas, individualmente de Vilfredo Pareto, poseen una consecuencia fundamental en el juicio administrativo. renovar la claridad para el grupo de prueba, cambiar las etapas de reposo, reducir los días laborables y diferentes formas de pago de incentivos no daban señales de variación en el rendimiento; Mayo y sus colegas concluyeron que diferentes causas eran responsables y en general descubrieron que la

mejora en la rendimiento era a causa de factores sociales como la moral, las correlaciones positivas entre los integrantes de un equipo de trabajo (una noción de correspondencia) y una administración positiva, esto es, un modelo de administración que valora la conducta humana, en esencia la conducta en equipo y lo contemplaba por medio de competencias interpersonales como incentivar, asesoramiento, dirección y comunicación. Este fenómeno, brota básicamente de que las personas sean sentidas, se denomina el efecto Hawthorne (p.19).

Enfoque sistemático del proceso administrativo

Según Hellriegel, etc. (2009) afirman:

Los Británicos en la segunda guerra mundial conformaron equipos altamente competitivos en matemática, físicos y diferentes profesionales para solucionar diferentes inconvenientes generados por la guerra (...) (...) británicos y estadounidenses hicieron crecer el sentido (llamado análisis de sistemas) entretanto perduro el conflicto por lo que adaptaron a diferentes conflictos en la de producción combate y logística castrense. Más delante, la investigación de sistemas fue una herramienta admitida por el Departamento de Defensa de Estados Unidos, el programa espacial y toda la industria privada (p.57).

Concepto de sistema

Según Hellriegel, et al. (2009) afirman:

Una organización se determina por la sincronía entre partes interrelacionadas e interdependientes, permitiéndole interrelacionarse con los abastecedores, clientes, socios y entes fiscalizadores. Un administrador capacitado adiestrado a las organizaciones no determina alguna decisión sin antes identificarlo y analizado las consecuencias de cómo podría perjudicar a otros administradores, departamentos, clientes y demás (p.57).

Max Weber y la administración burocrática

Según Stephen y Coulter (2010) afirman:

Max Weber especifico un modelo de estructura perfecto que nombro burocracia, una manera de estructura determinada por la segmentación de las labores, una dependencia bien clara, normas y reglas minuciosas, y vínculos interpersonales. Weber admitió que esta “burocracia ideal” no se hallaba en la actualidad, sino que la pretendía como fundamento para teorizar por encima de la forma de producir la ocupación en equipos enormes. Su teoría se transformó en el prototipo de proyecto constitutivo para muchas entidades enormes de las actuales (p.30).

Según Hellriegel, et al. (2009) sostiene que:

La administración burocrática determina el uso de normas, se determina como un forma básica de cómo tiene que intervenir una organización. Enuncia siete particularidades deseables: un organismo de normas determinadas, impersonalidad, segmentación de ocupación, organización dependiente, organización de mando minuciosa, obligación del trayecto total a lo largo de la existencia y lógica (p.43)

Según Hellriegel, et al. (2009) Las normas como condiciones responsables de la conducta del empleado en su labor se emplea para definir el orden que una entidad requiere para lograr llegar sus objetivos establecidos (p.44)

Impersonal: define que los colaboradores son apreciados usando normas y antecedentes metas, como transacciones o cantidades fabricadas.

Segmentación de labor: la división de trabajo hace referencia a segmentar las funciones en ocupaciones determinadas.

Estructura jerárquica: una entidad dependiente ordena las posiciones en función a la cantidad de responsabilidad que representa cada uno de ellos.

Estructura de autoridad: la estructura de mando hace referencia la responsabilidad de la persona que debe tomar determinación.

Mando tradicional se da en función a los hábitos, origen, índole, orden de nacimiento y sucesos semejantes

Autoridad carismática resalta cuando los colaboradores ceden a un lado su discernimiento y de modo libre realizan con un jefe, porque se percatan que este tiene la cualidad o competencias definidos especiales.

Autoridad jurídico-racional hace referencia a la jurisprudencia y el reglamento establecido las cuales son ejecutadas de forma parcial.

Compromiso de carrera para toda la vida: es decir, tanto el empleados como la entidad estiman que tiene un obligación de forma recíproca a lo largo de la vida profesional del colaborador.

Racionalidad: denota emplear los métodos más eficaces utilizables para lograr los objetivos.

Método de las contingencias

Según Stephen y Coulter (2010) afirman:

La administración no se determina ni puede determinarse en fundamentos sencillos que se adapten en todas las contextos. Según la situación y sus alteraciones, los líderes deben que aceptar diferentes modos y estrategias. En el método de las contingencias (determinada como situacional) se dice que como las entidades son opuestos y afrontan circunstancias diferentes (contingencias), requieren tácticas diferentes (p.36).

Método de las contingencias y los gerentes

Según Stephen y Coulter (2010) afirman:

El modo de gestión de las contingencias es de percepción usual, porque las entidades y aun los departamentos de la misma entidad cambian de dimensión, objetivos, labores, etc. Nos sorprenderíamos de encontrar reglas universales de administración que funcionaran en cualquier situación. Pero, desde luego, no es lo mismos afirmar que el modo de administración “depende de la circunstancia” y otra afirmación es saber qué factores perjudican la circunstancia (p.36).

Las variables más representativas del enfoque de la contingencia son:

Envergadura de la entidad: a lo largo que se incrementa la magnitud de la organización, se acrecienta las falencias de la sincronía.

Tecnologías en las labores habituales: para lograr las metas, la entidad hace el empleo de la tecnología.

Inseguridad ambiental: el nivel de inseguridad ocasionado por la variación del ambiente repercute en el desarrollo administrativo.

Disconformidad particular: las personas cambian en su anhelo de desarrollo, independencia, respeto a lo indeterminado y la expectativa

1.3.2. Variable 2: Atención al Cliente

Según Zelada (2016) afirma:

La atención al cliente envuelve las actividades realizadas por la entidad con la finalidad de incrementar el grado de complacencia de sus clientes y así multiplicar el nivel de ventas fijado. Por lo tanto no solo debe ser visto como una herramienta de marketing, dirigido a disminuir falencias y aprovechar al máximo a los potenciales clientes (p.13)

Factores que influyen en la decisión del cliente

Según Kotler y Keller (2012) afirman:

El estudio de la conducta del cliente es la investigación por el cual las personas, los conjuntos y las entidades seleccionan, adquieren, utilizan y dejan de usar los productos, prestaciones, percepciones o prácticas para complacer sus carencias y ansias (...) (...) el comportamiento del cliente se denota comprometido a causas sociales, culturales e individuales. De ellos, la que tiene mayor impacto son los factores culturales. (p.151).

Factores culturales

Según Kotler y Keller (2012) La cultura, la subcultura y las clases sociales a la que corresponde son relaciones características significativas para la conducta de adquisición del consumidor (p.151)

Grupos de referencia

Según Kotler y Keller (2012) afirman:

Las personas cuentan con dos tipos de grupos de referidos que poseen influencia directa e indirecta ya sean con postura o comportamiento, el primer grupo refiere al de pertenencia. Denominados primarios son los interactúa con mayor frecuencia en distintas circunstancias; los que pertenecen a este grupo son desde vecinos, amigos y familia (p.153).

La familia

Según Kotler y Keller (2012) afirman:

La familia es la entidad de adquisición de gasto más relevante de la comunidad, y sus miembros conforman la agrupación de relación es de suma importancia ya que tiene influencia primaria. Hay dos familias en la existencia del consumidor. La familia de instrucción, conformado por hermanos y los padres. El individuo obtiene información y aprende sobre la economía, política y adquiere orientación de religión por parte de los padres, una percepción de anhelo personal, valoración individual y afecto (p.154).

Roles y estatus

Según Kotler y Keller (2012) La mayoría tiene participación en diferentes grupos, ya sea en la familia, clubes, entidades. Los grupos terminan siendo un origen primordial de juicios que ayudaran a determinar las normas de conducta (p.155)

Factores personales

Según Kotler y Keller (2012) Las particularidades individuales con mayor influencia en la determinación del cliente comprende el rango de años la fase

del periodo de vida, la labor y las condición monetarias, el perfil y la concepción individual, la forma de vida y actitudes morales (p.155).

Edad y etapa de vida

Según Kotler y Keller (2012) nuestros satisfacción en función de alimento, vestimenta, bienes y recreación usualmente tienen correlación con nuestra edad (p.155)

Ocupación

Según Kotler y Keller (2012) La actividades laborales influyen directamente a la conducta de compra. Los estudiosos en marketing buscan investigar los conglomerados de puestos que tengan una orden sobresaliente a la mitad en sus productos y servicios, e inclusive obtén éstos para definidos conglomerados laborales” (p.156).

Auto concepto y personalidad

Según Kotler y Keller (2012) Cada ser cuenta con particularidades de identidad que determinan en el conducta de adquisición. Por identidad nos mencionamos al grupo de características psicológicos humanos diferenciados que provocan soluciones parcialmente coherentes y duraderas ante los impulsos del medio (p.156).

Administración de relaciones con los clientes

Según Armstrong y Kotler (2013) afirman:

La administración de las relaciones con los clientes lo define tan apuradamente a modo una actividad de gestión de datos de clientes (...) por lo que (...) es la fase frecuente de instaurar y sustentar correspondencia beneficiosa con el público al otorgar complacencia y valoración sobresaliente al público (p.13).

Planeación enfocada en el cliente

Según Ferrell y Hartline (2012) afirman:

Las entidades que producen están orientadas a la plaza, divulgan y responden de modo exitoso a los datos que arroja el mercado. Enfocado al estudio del cliente, competidores y en integrar los bienes de la entidad con la finalidad de proveer valoración y regocijo al consumidor, en consecuencia rentabilidad en un determinado tiempo (p.51).

Satisfacción del cliente

Según Ferrell y Hartline (2012) Para conservar y administrar el regocijo de los consumidores, los directores deben de entender su perspectiva y las semejanzas entre complacencia, calidad y valoración (p.371).

Por lo que según Ferrell y Hartline (2012) dice que aunque pueda pensar de diferentes formas, por lo general se determina como la decisión en que un bien formaliza o supere sus percepciones sobre el bien (p.371).

Satisfacción y retención del cliente

Según Ferrell y Hartline (2012) La complacencia de los usuarios es fundamental para fidelizarlos. Es factible que los clientes que sean absolutamente regocijados sean fieles a la organización, que por consecuencia sean los que trasladen el mensaje de buen servicio o producto (p.377).

Según Omachonu y Ross (2014) afirman:

Una forma obvia de determinar que satisface a los clientes consiste simplemente en preguntárselo antes de una encuesta o al mismo tiempo habrá que efectuar una auditoria sobre la administraciones la infraestructura de la calidad total. Se requiere evidentemente el punto de vista del cliente al diseñar las ofertas de productos y servicios nuevos y mejorar las actuales (p.100).

Según Omachonu y Ross (2014) afirma:

La deserción de los clientes constituye un problema, y su retención una oportunidad (...) por lo que (...) otras razones se relacionan con el tamaño y la proliferación de las industrias de servicios, así como la

importancia creciente de estos para competir de manera estratégica en el mercado (p.104).

Según Omachonu y Ross (2014) Una forma de determinar el valor de la retención consiste en asignar o estimar un valor de toda la vida ósea, o sea las ventas adicionales que se lograrían en caso de conservar al cliente (p.105).

Tipos de clientes

Según su grado de influencia

De alta influencia:

Según Thompson (2006) Este tipo de clientes tienen una particularidad por elaborar una apreciación buena o mala en una sociedad; pueda ser en el colegio, universidad, centro comercial sobre un bien o prestación. El claro ejemplo que hoy en día podemos apreciar sobre los famosos de cine o tv, deportistas, empresarios que tengan participación en la sociedad y todas las personas que tengan reconocimiento especial (p.1).

De influencia regular:

Según Escudero (2015) Son las que desempeñan un determinado grado de autoridad, prestigio o dominio en grupos pequeños de rango menor, el claro ejemplo que podemos tener son líderes de opinión en una determinada sociedad como son médicos, economistas, autoridades locales o inclusive los periodistas (p.11).

De influencia familiar:

Según Escudero (2015) Define el nivel de influir en el ambiente familiar y amistades. Para alcanzar las sugerencias basta con poseerlo regocijados con el bien o la prestación que se les ofertan (p. 11).

Según el grado de satisfacción

Insatisfechos:

Según Thompson (2015) Clientes que han logrado adquirir el producto o servicio, pero que no han logrado poder satisfacer sus necesidades quedando sus expectativas por debajo del promedio; por lo tanto debido a que no desean vivir nuevamente la experiencia nefasta logran optar por la competencia (p.1).

Satisfechos:

Según García (2015) Los clientes satisfechos percibieron el desempeño de la empresa, como coincidente de sus expectativas. Se señala como preparado a trasladarse de compañía, pero está dispuesto a cambiar solo si puede encontrar una que le brinde una mejor expectativa (p. 15).

Complacidos:

Según García (2015) Percibieron el desempeño, y han excedido sus expectativas. El estar complacido general con la marca, y da lugar a una gran lealtad de sus consumidores” (p. 14).

Según el grado del volumen de compras

De alto volumen de compras:

Conforme a Escudero (2015) afirma:

Generalmente hacen transacciones en cantidades grandes que los demás consumidores, hasta dando señal de que sus implicancia en las transacciones integras logren obtener el 50 y 80%. Generalmente, los consumidores se hallan satisfechos con la organización, el bien y la prestación, y por lo tanto es muy relevante fidelizarlos creando un conglomerado de labores que posean un elevado grado de personalidad,

de forma que transmita a cada consumidor la razón por la que es muy valioso para la organización (p. 10).

De medio volumen de compras:

Según Escudero (2015) Realizan compras que está dentro del promedio. Se determina que están totalmente satisfechos que la organización cumple con sus expectativas brindando el bien o la prestación, por lo cual ejecutan transacciones diarias” (p. 10).

De Bajo volumen de compras:

Conforme a Escudero (2015) Su dimensión de adquisición se sitúa por debajo de la media, por lo que a este modelo de consumidor corresponde a la adquisición poco habitual” (p. 10).

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema General

¿Cómo influye la gestión administrativa en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018?

1.4.2. Problemas Específicos

¿Cómo influye la planeación en la atención al cliente de la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018?

¿Cómo influye la organización en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018?

¿Cómo influye la dirección en la atención al cliente de la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018?

¿Cómo influye en la coordinación en la atención al cliente de la empresa tiendas Ripley SAC. – San Miguel, 2018?

¿Cómo influye el control en la atención al cliente de la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la gestión administrativa de cajeros vendedores en la atención al cliente en empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima 2018.

1.5.2. Específicos

Determinar la influencia de la planeación en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018

Determinar la influencia de la organización en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018

Determinar la influencia de la dirección en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018

Determinar la influencia de la coordinación en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018

Determinar la influencia del control en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018

1.6. Justificación

El motivo de la investigación tiene como finalidad determinar la influencia que tienen los principios administrativos con la atención al cliente; interviene el empleo de teorías que guardan vínculo con el tema y de los conceptos fundamentales de ambas variables, y demás con esto daremos explicación lo que busca dicha investigación, por lo que nos permitirá contrastar en la realidad que se encuentra tiendas Ripley SAC – San Miguel.

La presente investigación se busca lograr con los objetivos trazados, y demás estas serán de gran aporte para la mejora continua del departamento de cajas, ya que si se suscita un nueva problemática se podrá tener como un antecedente la investigación realizada y así poder tener una solución lo antes posible y entender mejor al entorno.

Por medio de la investigación se pretende entregar información que puedan ser usados y adaptado a la gestión administrativa de las organizaciones, la cual faculta a Tiendas

Ripley, brindar una mejor atención al cliente y contar con el personal involucrado con el proceso administrativo.

La presente investigación es relevante porque la finalidad de la empresa tiendas Ripley es distribuir, vender y dar atención de calidad, por lo que es fundamental contar con un proceso administrativo bien definido que involucre a todos los departamentos, ya que esto facilitara a los consumidores a tomar decisiones acertadas y ser fieles a la marca.

La presente investigación busca dar explicación y solución a la relación que podría darse entre las variables que son; gestión administrativa y atención al cliente, permitiendo dar solución de problemas administrativos, y minimizando la insatisfacción por parte de los clientes, ya sea mejorando los procesos e involucrando a los colaboradores.

La presente investigación tendrá un impacto social y económico; ya que como organización es integrante de la sociedad que provee puestos de trabajo a los colaboradores, quienes serán la imagen de la empresa para la sociedad, brindándoles remuneraciones y oportunidades laborales, ya que la empresa es participe del ejercicio fiscal, siendo aportante al PBI nacional en función al consumo interno.

1.7. Hipótesis

1.7.1. Hipótesis General

La gestión administrativa si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC. – San Miguel, Lima 2018.

1.7.2. Especifico

La planeación si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima 2018.

La organización si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima 2018.

La Dirección si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima 2018.

La coordinación influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima 2018.

El control si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas Ripley SAC – San Miguel, Lima 2018.

II. Metodología

2.1. Diseño, método, tipo y nivel de investigación

2.1.1. Diseño de la investigación

La investigación opta por el diseño no experimental – transversal. Se investigara hechos reales en la cual el investigador no podrá alterar el resultado de las variables que se encuentran en el estudio para que estén tengan mayor veracidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) Los planteamientos del estudio Transceccional o transversal recogen información de un solo momentos, en un periodo determinado. Su determinación es detallar variables y examinar la reincidencia e interrelación en su instante determinado (p.154).

2.1.2. Método de Investigación

El método de investigación que se ejecuto es el hipotético deductivo; conforme a Cegarra (2012) Se basa en manifestar hipótesis sobre las posibles correcciones a la problemática propuesto y en corroborar con la información disponible verificando si tienen coincidencia o guardan relación con la misma (p.82).

2.1.3. Tipo de Investigación

El tipo de estudio empleado es aplicado conforme a Ponce y Pasco (2015) “se ejecuta un trabajo considerable de investigación académica con la finalidad de contratar empíricamente las metas y/o conjeturas de estudio (p.22)

2.1.4. Nivel de Investigación

Explicativa – causal

Conforme a Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestas que Las investigaciones explicativas conllevan más allá de la especificación de concepciones o movimientos del asentamiento de correlación entre juicios; es decir, van direccionados a contestar por el origen de los sucesos fenómenos reales o comunitarios (p.95).

El enfoque de la investigación fue cuantitativa, por lo que conforme a Gómez, Deslauriers y álzate (2010) El inicio de arranque del análisis cuantitativo determina la correcta dirección para entender ls relaciones y pautas básicas es investigar los fenómenos, pudiéndose ser visibles en diferentes situaciones (p.99).

Según Ponce y Pasco (2015) afirma:

En función a esta perspectiva, los niveles de estudio se evolucionan en modo secuencial y se presta peculiar atención a una firme comprobación preliminar de la literatura, la formulación de conjeturar, el estudio con muestras grandes, el empleo de herramientas de evaluación numérica y el estudio descriptivo de los datos (p.45)

2.2. Variables, Operacionalizacion

El desarrollo del proyecto de investigación presenta dos variables siendo X: Gestión administrativa; Variable Y: Atención al Cliente.

2.2.1. Variable X: Gestión Administrativa

Definición Conceptual

Según Amaru (2009) “De conformidad con Fayol, la administración es una labor usual a todo lo que inicia la persona en su entorno y comprende (familia, empresa,

autoridad) y siempre demanda algún nivel de planeación, organización, dirección, coordinación y control” (p.46)

Dimensión: planeación

Según Robbins y Coulter (2010) “La planeación implica determinar las metas de la entidad, constituir estrategias para alcanzar definidos objetivos y crear planes para unificar y sincronizar tareas de ocupación” (p.144)

Indicador: Estrategias

Según Amaru (2009) define que:

La percepción singular de táctica se adapta a circunstancias de rivalidad, a manera de los conflictos, los entretenimientos y los comercios. En el presente, las entidades disputan y contribuyen al mismo momento. Asimismo la percepción de táctica se extendió para comprender cualquiera fuera postura que comprenda la determinación de objetivo y la selección de los métodos para lograrlos (p.183)

Indicador: Objetivos

Según Robbins y Coulter (2010) son el resultado o propósito anhelado. Estos dirigen las determinaciones de la administración y conforman los principios contra los cuales se evalúan rendimientos (p.146).

Indicador: Planes

Según Robbins y Coulter (2010) Son documentos que detallan como se logran llegar a los objetivos establecidos. Por lo general introducen asignaciones de recursos, programas y otras labores imprescindibles para finalizar con los objetivos (p.146).

Dimensión: organización

Según Amaru (2009) define que: Organizar es, como el resto de competencias de la administración, desde los procesos de tomar decisiones, dividir el trabajo, asignar deberes a los individuos, constituir articulaciones con mensajes armonizados que determinen el esquema de la organización (p.122)

Indicador: Toma de decisiones

Según Louffat (2012) define que la toma de decisiones es el desarrollo de elección, en medio de distintas probabilidades, de una disyuntiva de hecho a consecuencia de lograr solucionar una dificultad o posición que lo requiera (p.215).

Indicador: División de trabajo

Según Amaru (2009) la división de ocupación es el procedimiento mediante el cual las labores se distribuyen en fracciones de las cuales se asignan a los individuos o agrupación de individuos (p.225)

Dimensión: dirección

Según Louffat (2012) define que:

La dirección es fundamental porque se pacta de realizar, y de poner en práctica, por completo lo que se ha planeado y organizado precedentemente, con la ayuda de los colaboradores quienes terminan siendo los actores primordiales de toda organización. Administrar colaboradores conlleva tratar de entender su conducta personal y grupal/ equipo. En este ambiente, poseer conocimientos acerca de técnicas de liderazgo, motivación, comunicación, negociación de clima y cultura organizacional (p.172).

Indicador: Liderazgo

Según Louffat (2012) La influencia que tiene el liderazgo se genera entre el líder y sus simpatizantes, llegando a una integración plena por ambas partes en la búsqueda de conseguir los objetivos establecidos. El líder obtiene facultades y mando para representar a sus seguidores, se debe a ellos, pero no es propietario de ellos (p.249).

Indicador: Motivación

Según Louffat (2012) define que:

La motivación es la acción de influir de forma intrínseca o extrínseca en las personas en la forma de proceder de una modo o de otra en pretender de lograr un grado de regocijo que le admita poseer la estabilidad mental en su vida, tanto profesional y personal. Laboralmente dialogando, el lograr comprender las motivaciones de cada colaborador o grupo de

trabajo, autoriza que le líder conozca cómo sostener motivado a cada uno de sus labores, es decir se crea una especie de pacto fidelizado – personalizado, ya que los intereses y preferencias de uno y otro, no siempre son los mismos, iniciando de la base que cada persona es un mundo diferente (p.265).

Indicador: Comunicación

Según Louffat (2012) determina que la comunicación, en fines generales, es el desarrollo por el cual el emisor transfiere un mensaje codificado mediante un canal el cual es aceptado y decodificado por un receptor quien luego de entender, en parte o en total, determina a contestar (p.279).

Indicador: cultura Organizacional

Según Louffat (2012) La cultura organizacional, se ocupa de suministrar los fundamentos o valores a largo tiempo que generan identidad y sustentabilidad a la organización y que guía la conducta organizacional de todos los individuos que corresponden a ella (p.301).

Indicador: Clima organizacional

Según Louffat (2012) El clima organizacional se ocupa valorar el grado de complacencia o desagrado ante los estados laborales que propone la organización en oportunidades o fases establecidas (p.301).

Dimensión: coordinar

Según Chiavenato (2005) Fayol define que la coordinación es la aglomeración, unión y armonización de toda labor o función y sacrificio (p.74).

Indicador: Trabajo en equipo

Según Amaru (2012) Los equipos son conjunto de individuos que tienen habilidades diferenciadas que se conforman de modo interdependiente, constante y con compromiso unánime con el fin de alcanzar objetivos colectivos y absolutamente reconocidos con medidores de rendimientos (p.231)

Indicador: Armonización

Según Boada y Ficapal (2012) Determinan que la relación de las personas y la tecnología laboren en integra armonía, proyectando y conservando los bienes, cargos de responsabilidad, labores, activos, etc. En conformidad con las particularidades exigencias y restricciones de las personas (p.26).

Dimensión: controlar

Según Louffat (2012) el control puede ser descrito como el componente del procedimiento administrativo, siendo responsable de comprobar el grado de eficiencia y eficacia de la planeación, organización y dirección, que se ejecutan a los diferentes bienes organizacionales de la entidad (p.333)

Indicador: Eficacia

Conforme a Pérez (2010) define que por eficacia entendemos el grado de participación al desempeño de los objetivos de la empresa o del plan. Diremos que una acción es eficaz cuando se logra los objetivos pertinentes (p.157).

Indicador: Eficiencia

Según Pérez (2010) Por eficiencia podemos comprender que la fabricación u output por unidad de input; se establece como rendimiento de los bienes ya que es semejante a la correlación entre numero fabricado y bienes utilizados (p.157).

2.2.2. Variable Y: atención al cliente

Definición conceptual

Según Zelada (2016) define que:

La atención al cliente envuelve todas las actividades que efectúa la entidad para incrementar el grado de complacencia de sus clientes y así multiplicar el nivel de ventas fijado. Por lo tanto no solo debe ser visto como una herramienta de marketing, dirigido a disminuir los falencias y desaprovechar el mínimo clientes (p.13).

Dimensión: Nivel de Ventas

Según Kotler y Armstrong (2013) determina que es Todas las actividad involucradas en la transacción de bienes o prestaciones en dirección a los clientes (p.324).

Indicador: Producto

Según Ferrell y Hartline (2012) Son los bienes terminados que brindan regocijo sobre las carencias que pueden tener el comprador que las pueda adquirir en función a un intercambio (p.12).

Indicador: Servicio

Según Ferrell y Hartline (2012) las prestaciones o mejor llamados servicios son de carácter intangible a diferencia de los productos (p.196).

Dimensión: Herramientas de Marketing

Según Lamb, Hair y McDaniel (2011) define que El marketing comprende el desarrollo que se consideran en suministrar a los consumidores regocijos y valoración, y no solo en adquirir productos, prestaciones e ideas. Usa estrategia de comunicación, distribución y precio para suministrar a los consumidores, y a otros conglomerados de interés, los bienes, servicios, ideas, valores y beneficios que deseen, en el momento y lugar deseado (p.3).

Indicador: Estrategias de comunicación

Según Lamb, Hair y McDaniel (2011) es la táctica y el desarrollo por medio se da un intercambio o compartimiento de diferentes mensajes mediante conjunto de símbolos” (p.526).

Indicador: Distribución

Según Lamb, Hair y McDaniel (2011) define que:

La distribución física que abarca todas las acciones de comercio que se establece de reservar y trasladar la materia prima o bienes finalizados. La finalidad es garantizar de que los bienes arriben en buen estado de uso a los sitios establecidos constantemente que se requiera (p.48).

Indicador: Precio

Según Lamb, Hair y McDaniel (2011) El precio determina el valor por el cual será intercambiado con la finalidad de adquirir un bien o una prestación. El precio ejerce dos roles en la valoración de disyuntiva del bien: tanto una valoración del sacrificio como una aviso de la información (p.629).

Dimensión: satisfacción del cliente

Según Kotler y Armstrong (2013) los consumidores crean posibilidades acerca del valor y satisfacción que les otorgan las diferentes propuestas de plaza y ejecutan sus adquisición en función a ellas (p.7).

Indicador: Valor

Según Kotler y Armstrong (2013) La proposición de valoración de una determinada marca es el conglomerado de beneficios y valoración que plantea ofrecer a los clientes con la finalidad de complacer sus carencias (p.9).

Indicador: Satisfacción

Según Kotler y Armstrong (2013) La complacencia del consumidor va en función del benéfico distinguido de un bien en correlación de las posibilidades del comprador (p.14).

2.2.3. Operacionalización de variables

Tabla 1: Variable independiente - Gestión Administrativa

Variable 1	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión administrativa (independiente)	Conforme a Amaru (2009) “De conformidad con Fayol, la administración es una labor usual a todo lo que inicia la persona en su entorno y comprende (familia, empresa, autoridad) y siempre demanda algún nivel de planeación, organización, dirección, coordinación y control” (p.46)	La variable de gestión administrativa se calcula por medio de un temario que incluyen ítems, en el cual se posee en cuenta los indicadores para ejecución de ello.	planificación	Estrategias	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). <u>Ordinal</u> Tiene un orden de superior a inferior categoría (p.215). <u>Razón</u> Tiene intervalos idénticos en medio de las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario (p.216).
			Organización	Objetivos	
				Planes	
			Dirección	Toma de decisiones	
				División de trabajo	
				Liderazgo	
			Coordinar	Motivación	
				Comunicación	
				Cultura organizacional	
				Clima laboral	
Controlar	Trabajo en equipo				
	Armonización				
				Eficacia	
				Eficiencia	

Tabla 2: Variable dependiente - Atención al Cliente

Variable 2	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medicion
Atención al cliente (dependiente)	Conforme a Zelada (2016) (p.13)	La variable de atención al cliente se calcula por medio de un cuestionario que incluyen ítems, donde se tiene en cuenta los indicadores para realización de ello.	Niveles de ventas Herramientas de Marketing Satisfacción del cliente	Producto Servicio Estrategias de comunicación Distribución Valor Satisfacción	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de superior a inferior categoría (p.215). <u>Razón</u> Tiene intervalos idénticos en medio de las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario (p.216).

2.3. Población y Muestra

2.3.1. Población

Tomas (2009) afirma:

Grupo que conforman las personas y cuentan con determinadas características y de quienes pretendemos investigar determinados caracteres. Podemos comprender que un poblamiento comprende íntegramente el grupo de componentes que serán objeto de estudio para conseguir datos, comprendiendo que son identificables (p.21).

Por defecto del presente proyecto de investigación, la población está conformada por los trabajadores cajeros vendedores del departamento de cajas de la organización Tiendas Ripley, que laboran las 48 horas semanales en la sede San Miguel, está constituida por 40 colaboradores de horario full time.

2.3.2. Unidad de muestra

Conforme a Hernández, Fernández y Baptista (2014), ratifican que es el modelo de suceso que se escoge con la finalidad de ser investigado. Comúnmente termina siendo igual a la unidad de estudio, pero con la variación en casos particulares (p. 172).

El sujeto de muestra del presente estudio está constituida por los cajeros vendedores de la empresa Tiendas Ripley - San Miguel, 2018.

2.3.3. Muestra

Conforme a Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirma que la muestra pertenece a un subgrupo de la población acerca del cual se reúnen información, por lo que determina o define previamente con exigencia, esta deberá ser representativa de la población (p.173).

Para la estimación de la muestra se usó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 P * Q * N}{(e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q)}$$

Donde:

N: Representa la magnitud de la población o universo siendo 40

K: Representa a una insistente que necesita del grado de confianza que fijemos. Siendo	1.96
e: Representa el error muestral deseado. Siendo	5%
p: relación de personas que tienen las particularidades De la investigación	0.50
q: relación de personas que poseen esas particularidades	0.50

Por lo tanto reemplazamos los datos obtenidos en la formula y obtendremos lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 40}{(0.05^2 * (40 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5)} = 36$$

El total de muestra para el estudio está constituido por 36 trabajadores de la organización empresarial tiendas por departamento Ripley SAC de San Miguel, 2018.

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

2.4.1. Técnica

La técnica que se aplicó con la finalidad de recolectar la información generada por la investigación es el sondeo, por lo que nos faculta levantar datos por medio de respuestas planteadas en función a las preguntas generadas por el indagador.

Según Kuznik, Hurtado y Espinal (2010), la encuesta es un procedimiento de levantamiento de información, o sea una manera precisa, especifica y práctica de un técnica de investigación (p.317).

2.4.2. Instrumento de recolección de datos

La herramienta que se utilizó con la finalidad de recaudar y el levantamiento de información es el cuestionario, por lo que permitirá evaluar y examinar el nivel de la influencia entre la variables independiente con la dependiente.

Conforme a Hernández, Fernández y Baptista (2014) Un instrumento de valoración apropiado es el que inventaría información visible que reproduce verazmente lo concepción o las variables que el experto tiene en entendimiento (p.199).

La herramienta de evaluación cuenta con 20 preguntas; de las cuales 14 preguntas para la variable 1 (Gestión Administrativa) y 6 para la variable 2 (Atención al cliente), el

cuestionario está dirigido a los trabajadores de la empresa maestro Tiendas Ripley San Miguel, 2018.

2.4.3. Validez

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) define que la validez, en conclusiones generales, hace referencia al nivel en la una herramienta valora efectivamente la variable que intenta valorar (p.200).

La herramienta de medición que se aplicó para la investigación fue sometida a discernimiento de expertos, de la facultad de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, los cuales son:

Dr. Israel Barrutia Barreto

Dr. Lessner Augusto León Espinoza

Mg. Rafael López Landauro

2.4.4. Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen la Confiabilidad de una herramienta de valoración hace referencia al nivel en que su empleo repetido la misma persona u elemento crea resultados semejantes (p.200).

Tabla 3: Cuadro de confiabilidad

Coefficiente	Relación
0	Nula Confiabilidad
0.70	Aceptable Confiabilidad
0.90	Elevada Confiabilidad
1.00	Máxima confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se ejecutó con uso del método de Alfa de Crombach incorporando la información obtenida al estadístico SPSS 23, realizado a la muestra piloto, que compete a 36 colaboradores de la empresa tiendas Ripley S.A – San Miguel 2018; con un total de 20 preguntas.

Tablas de fiabilidad general

Tabla 4: Cuadro estadístico de fiabilidad 01

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	36	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,975	20

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

En el cuadro 2: El estadístico de fiabilidad para la variable 1 y 2 indica que la prueba es confiable por que dio un valor de 0.975; es decir el grado de fiabilidad del instrumento de los ítems en general es muy alto.

Variable 1: Gestión administrativa

Tabla 5: Cuadro estadístico de fiabilidad 02

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	36	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,960	14

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

En el cuadro 4: El estadístico de fiabilidad para la variable 1 indica que la prueba es confiable por que dio 0.960; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera alto.

Variable2: Atención al cliente

Tabla 6: Cuadro estadístico de fiabilidad 03

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	36	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,960	6

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

En el cuadro 6: El estadístico de la fiabilidad para la variable 2 indica que la prueba es confiable porque dio un valor de 0.960; es decir que el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera muy alto.

2.5. Método de análisis de datos

En el actual estudio de indagación se utilizó el programa estadístico SPSS 23. Las pruebas estadísticas realizadas para esta investigación fueron: Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad del instrumento y el juicio de expertos para la validez del instrumento que es el cuestionario.

2.6. Aspectos éticos

Utilización de la información: se mantuvo total reserva con la identidad de los encuestados dando uso objetivo a la información obtenida.

Valor social: Las personas que fueron parte de la investigación tuvieron plena disposición para ser parte de, sin poner en riesgo la integridad de cada uno de ellos.

Validez Científica: La información externa que se ha obtenido, cumple con las fuentes correspondientes, por lo que la validez teórica es correcta, sin cambiar datos correspondientes del autor original

III. Resultados

3.1. Análisis descriptivo

Tabla 7: Cuadro resumen de análisis descriptivo – frecuencia

Cuadro resumen de análisis descriptivo / frecuencias	Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo		TOTAL, ENCUESTADOS
	1	2	3	4	5	6	7				
VARIABLES	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%	
Variable 1	1	2.8	27	75	7	19.4			1	2.8	36
Variable 2	3	8.3	27	75	5	13.9			1	2.8	36
Dimensiones											
Planificación	4	11.1	26	72.2	6	16.7			1	2.8	36
Organización	4	11.1	25	69.4	6	16.7			1	2.8	36
Dirección	1	2.8	26	72.2	8	22.2			1	2.8	36
Coordinar	8	22.2	22	61.1	5	13.9			1	2.8	36
Controlar	3	8.3	27	75	5	13.9			1	2.8	36

Tabla 8: Interpretación del coeficiente de correlación r de Pearson

Coeficiente	Tipo de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Prueba de influencia.

Hipótesis general.

HG: La Gestión Administrativa influye significativamente en la atención de clientes en la empresa tiendas Ripley SAC – Limas 2018.

H_0 : **NO** existe influencia entre la gestión administrativa y la atención de clientes en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_1 : Existe influencia entre la gestión administrativa y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Considerando que:

- Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .

➤ Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0 .

Tabla 9: Correlaciones de variables de Hipótesis general.

		Correlaciones	
		GESTIÓN ADMINISTRATIVA (agrupado)	ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
GESTIÓN ADMINISTRATIVA (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,898**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)	Correlación de Pearson	,898**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

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

Interpretación: Podemos concluir que la correlación entre la gestión administrativa y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según el valor de 0.898. Así mismo, la significancia hallada de 0,000 es menor que la significancia de trabajo fijada de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la H_0 es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, se ha demostrado la hipótesis de trabajo HG como verdadera, es decir la gestión administrativa influye positiva y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 10: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la variable independiente (Gestión Administrativa) y la variable dependiente (atención al cliente).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,887 ^a	,786	,780	,320

a. Predictores: (Constante), GESTIÓN ADMINISTRATIVA (agrupado)

Tabla 11: Prueba de ANOVA, variable independiente (Gestión Administrativa) y la variable dependiente (Atención al Cliente).

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	12,818	1	12,818	124,953	,000 ^b
	Residuo	3,488	34	,103		
	Total	16,306	35			

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
b. Predictores: (Constante), GESTIÓN ADMINISTRATIVA (agrupado)

Interpretación: En la tabla N° 10 se obtuvo una correlación (R) positiva considerable de 0.887 entre la gestión administrativa y la atención al cliente. Además, se precisa que el 78,6% de la variación de la atención al cliente se encuentra explicada por la gestión administrativa según el coeficiente de determinación (R²).

Finalmente, en la prueba Anova se obtuvo un nivel de significancia de 0.000 (menor al de 0.05), lo que implica que se debe rechazar la hipótesis H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente sea demostrado la hipótesis de trabajo HG como verdadera, es decir la gestión administrativa influye positiva y significativamente en la atención al cliente en la empresa Tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 12: Coeficientes, según la variable independiente (Gestión Administrativa) y la variable dependiente (Atención al cliente).

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	,041	,195		,212	,833
	GESTIÓN ADMINISTRATIVA (agrupado)	,932	,083	,887	11,178	,000

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

Interpretación: de acuerdo al análisis de coeficiente el grado de significancia obtenida fue de 0.000 (menos de 0.05), lo que compromete a rechazar la hipótesis H_0 , por lo tanto se acepta la hipótesis alterna H_1 , en consecuencia se ha evidenciado la hipótesis de estudio

HG como verídico, es decir la gestión administrativa influye positiva y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Hipótesis específica 1.

HG: La planificación influye significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_0 : NO Existe influencia entre la planificación y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_1 : Existe influencia entre la planificación y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Considerando que:

- Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 13: Correlaciones de variables de Hipótesis específica.

Correlaciones			
		Planificación (agrupado)	ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
Planificación (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,825**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)	Correlación de Pearson	,825**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

** . En el nivel 0,01 la correlación es significativa (bilateral).

Interpretación: Podemos concluir que la correlación entre la planificación y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según el valor de 0.825. así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la planificación influye

positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima, 2018.

Tabla 14: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 1 (planificación) y la variable dependiente (atención al cliente).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,791 ^a	,625	,614	,424

a. Predictores: (Constante), Planificación (agrupado)

Tabla 15: Prueba de ANOVA, dimensión (planificación) y la variable dependiente (atención al cliente).

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	10,198	1	10,198	56,767	,000 ^b
	Residuo	6,108	34	,180		
	Total	16,306	35			

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

b. Predictores: (Constante), Planificación (agrupado)

Interpretación: en la tabla N 14 se obtuvo una correlación (R) positiva considerable de un 0.791 entre la planificación y la atención al cliente. Además, se precisa que el 62.5% de la variación de la atención al cliente se encuentra explicada por la planificación según el coeficiente de determinación (R^2).

Finalmente, en la prueba de Anova se obtuvo un nivel significativo de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe rechazar la hipótesis H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la planificación influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 16: Coeficientes, según la dimensión 1 (planificación) y la variable dependiente (atención al cliente).

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	,461	,234		1,972	,057
	Planificación (agrupado)	,775	,103	,791	7,534	,000

Interpretación: De acuerdo al análisis de coeficiente el nivel de significancia obtenida fue de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la planificación influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Hipótesis específica 2.

Hg: La organización influye significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_0 : NO existe influencia entre la organización y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_1 : Existe influencia entre la organización y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Considerando que:

- Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 17: Correlaciones de Hipótesis específica 2.

Correlaciones		Organización (agrupado)	ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
Organización (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,857**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)	Correlación de Pearson	,857**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

**.

**.

Interpretación: Podemos concluir que la correlación entre la organización y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según el valor de 0.857. así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la organización influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 18: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 2 (organización) y la variable dependiente (atención al cliente).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,770 ^a	,593	,581	,442

a. Predictores: (Constante), Organización (agrupado)

Tabla 19: Prueba de ANOVA, dimensión 2 (organización) y la variable dependiente (atención al cliente).

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	9,671	1	9,671	49,564	,000 ^b
	Residuo	6,634	34	,195		
	Total	16,306	35			

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

b. Predictores: (Constante), Organización (agrupado)

Interpretación: en la tabla N 18 se obtuvo una correlación (R) positiva considerable de un 0.770 entre la organización y la atención al cliente. Además, se precisa que el 59.3% de la variación de la atención al cliente se encuentra explicada por la organización según el coeficiente de determinación (R^2).

Finalmente, en la prueba de Anova se obtuvo un nivel significativo de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la organización influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 20: Coeficientes, según la dimensión 2 (organización) y la variable dependiente (atención al cliente).

		Coeficientes ^a				
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Error estándar	Beta	t	
1	(Constante)	,584	,233		2,510	,017
	Organización (agrupado)	,727	,103	,770	7,040	,000

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

Interpretación: De acuerdo al análisis de coeficiente el nivel de significancia obtenida fue de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la organización influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Hipótesis específica 3.

HG: La dirección influye significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_0 : NO existe influencia entre la dirección y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_1 : Existe influencia entre la dirección y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Considerando que:

- Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .

➤ Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 21: Correlaciones de variables de Hipótesis específica3.

		Correlaciones	
		Dirección (agrupado)	ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
Dirección (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,812**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)	Correlación de Pearson	,812**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

** . En el nivel 0,01 la correlación es significativa (bilateral).

Interpretación: Podemos concluir que la correlación entre la dirección y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según el valor de 0.812. así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la dirección influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Limas 2018.

Tabla 22: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 3 (dirección) y la variable dependiente (atención al cliente).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,864 ^a	,746	,739	,349

a. Predictores: (Constante), Dirección (agrupado)

Tabla 23: Prueba de ANOVA, dimensión 3 (dirección) y la variable dependiente (atención al cliente).

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	12,171	1	12,171	100,071	,000 ^b
	Residuo	4,135	34	,122		
	Total	16,306	35			

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

b. Predictores: (Constante), Dirección (agrupado)

Interpretación: en la tabla N 22 se obtuvo una correlación (R) positiva considerable de un 0.864 entre la dirección y la atención al cliente. Además, se precisa que el 74.6% de la variación de la atención al cliente se encuentra explicada por la dirección según el coeficiente de determinación (R^2).

Finalmente, en la prueba de Anova se obtuvo un nivel significativo de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la dirección influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 24: Coeficientes, según la dimensión 3 (dirección) y la variable dependiente (atención al cliente).

Modelo		Coeficientes ^a				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,102	,212		,483	,000
	Dirección (agrupado)	,894	,089	,864	10,004	,000

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

Interpretación: De acuerdo al análisis de coeficiente el nivel de significancia obtenida fue de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la dirección influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Hipótesis específica 4.

HG: La coordinación influye significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_0 : NO existe influencia entre la coordinación y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_1 : Existe influencia entre la coordinación y la atención al cliente en la empresa tiendas

Ripley SAC – Lima 2018.

Considerando que:

- Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 25: Correlaciones de variables de Hipótesis específica 4.

Correlaciones		Coordinar (agrupado)	ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
Coordinar (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,789**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)	Correlación de Pearson	,789**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

** En el nivel 0,01 la correlación es significativa (bilateral).

Interpretación: Podemos concluir que la correlación entre la dimensión 4 (coordinar) y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según el valor de 0.789. así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la coordinación influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 26: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 4 (coordinar) y la variable dependiente (atención al cliente).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,792 ^a	,627	,616	,423

a. Predictores: (Constante), Coordinar (agrupado)

Tabla 27: Prueba de ANOVA, dimensión 4 (coordinar) y la variable dependiente (atención al cliente).

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.

1	Regresión	10,227	1	10,227	57,208	,000 ^b
	Residuo	6,078	34	,179		
	Total	16,306	35			

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
b. Predictores: (Constante), Coordinar (agrupado)

Interpretación: en la tabla N 26 se obtuvo una correlación (R) positiva considerable de un 0.792 entre la dimensión 4 (coordinar) y la atención al cliente. Además, se precisa que el 62.7% de la variación de la atención al cliente se encuentra explicada por la dimensión 4 (coordinar) según el coeficiente de determinación (R²).

Finalmente, en la prueba de Anova se obtuvo un nivel significativo de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la coordinación influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 28: Coeficientes, según la dimensión 4 (coordinar) y la variable dependiente (atención al cliente).

		Coeficientes ^a				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
Modelo		B	Error estándar	Beta	T	Sig.
1	(Constante)	,775	,194		4,005	,000
	Coordinar (agrupado)	,682	,090	,792	7,564	,000

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

Interpretación: De acuerdo al análisis de coeficiente el nivel de significancia obtenida fue de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la coordinación influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Hipótesis específica 5.

He: El control influye significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_0 : NO existe influencia entre el control y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

H_1 : Existe influencia entre el control y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Considerando que:

- Sig. < 0.05, se rechaza la H_0 .
- Sig. > 0.05, no se rechaza la H_0

Tabla 29: Correlaciones de variables de Hipótesis específico 5.

Correlaciones		Controlar (agrupado)	ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
Controlar (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,783**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)	Correlación de Pearson	,783**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

** . En el nivel 0,01 la correlación es significativa (bilateral).

Interpretación: Podemos concluir que la correlación entre la dimensión 5 (control) y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según el valor de 0.783. así mismo, la significancia hallada de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, el control influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 30: Resumen del modelo – Regresión Lineal y R^2 , según la dimensión 5 (control) y la variable dependiente (atención al cliente).

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,816 ^a	,666	,656	,400

a. Predictores: (Constante), Controlar (agrupado)

Tabla 31: Prueba de ANOVA, dimensión 5 (control) y la variable dependiente (atención al cliente).

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	10,858	1	10,858	67,759	,000 ^b
	Residuo	5,448	34	,160		
	Total	16,306	35			

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)
b. Predictores: (Constante), Controlar (agrupado)

Interpretación: En la tabla N 30 se obtuvo una correlación (R) positiva considerable de un 0.816 entre la dimensión 5 (control) y la atención al cliente. Además, se precisa que el 66.6% de la variación de la atención al cliente se encuentra explicada por la dimensión 5 (control) según el coeficiente de determinación (R²).

Finalmente, en la prueba de Anova se obtuvo un nivel significativo de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, el control influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Tabla 32: Coeficientes, según la dimensión 5 (control) y la variable dependiente (atención al cliente).

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
		B	Error estándar	Beta	T	Sig.
1	(Constante)	,394	,222		1,770	,086
	Controlar (agrupado)	,816	,099	,816	8,232	,000

a. Variable dependiente: ATENCIÓN AL CLIENTE (agrupado)

Interpretación: De acuerdo al análisis de coeficiente el nivel de significancia obtenida fue de 0.000 (menos a 0.05), lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, el control influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

IV. Discusión

4.1. Discusión hipótesis general

En la investigación se planteó como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión administrativa de cajeros vendedores en la atención al cliente en empresa tiendas Ripley S.A. – San Miguel, Lima 2018, en la cual se lograron los resultados: la correlación entre la gestión administrativa y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.898. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05 lo que compromete que se debe de rechazar la H_0 es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, se ha demostrado la hipótesis de trabajo HG como verdadera, es decir la gestión administrativa influye positiva y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Según Balta (2017), en su investigación gestión administrativa y compromiso organizacional en la sub gerencia de atención domiciliar de la gof Essalud, Jesús María, 2016, obtuvo resultado similar a la investigación donde: el coeficiente de correlación de Pearson= 0.957 lo que se interpreta al 99.99% que la correlación es significativa al nivel 0,01, interpretándose como alta relación positiva entre las variables, con una $\rho = 0.00$ ($\rho < 0.05$); por lo que se rechaza la hipótesis nula, por ello teniendo en cuenta los aportes obtenidos de Balta , señalados anteriormente, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.898. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la

investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

Asimismo, de acuerdo a la teoría mencionado por Amaru (2009), y teniendo en cuenta los resultados conseguidos por medio de estudio de las variables independiente y la dependiente, queda conforme que la Gestión administrativa de cajeros y vendedores es muy relevante para la atención al cliente, debido al proceso que se debe de dar antes durante y después del trabajo diario en la organización planificando, organizando, dirigiendo, coordinando y controlando las actividades para lograr las metas establecidas y el buen desempeño de los colaboradores. Ya que se demuestra, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.898. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo que se afirma que guarda relación altamente positiva.

4.2. Discusión hipótesis específico 1

En la investigación se planteó como objetivo específico: Determinar la influencia de la planeación en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC. – San Miguel, 2018 en la cual se lograron los resultados: la correlación entre la organización y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.857. así mismo, la significancia resultante de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la organización influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Según Balta (2017), en su investigación gestión administrativa y compromiso organizacional en la sub gerencia de atención domiciliar de la gof Essalud, Jesús María, 2016, obtuvo resultado similar a la investigación donde: El coeficiente de correlación de Pearson = 0.949 lo que se interpreta al 99.99% la correlación es significativa al nivel 0,05 bilateral, interpretándose como alta relación positiva entre las variables, con una $\rho = 0.00$ ($\rho < 0.05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula. Por ello teniendo en cuenta los aportes obtenidos de Balta, señalados anteriormente, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según el valor de 0.857. Así mismo, la significancia hallada de 0,000 es menor que la significancia de trabajo fijada de 0.05, por lo que se afirma que guarda relación altamente positiva.

Asimismo, de acuerdo a lo mencionado por Robbins y Coulter (2010), y teniendo en cuenta los resultados obtenidos por medio de estudio de la dimensión 1 de la variable independiente y la variable dependiente, queda conforme que la planificación de cajeros y vendedores es muy relevante para la atención al cliente,, debido que el planteamiento de objetivos se llegan a concretar por medio de estrategias que y con la ayuda de planes. Ya que se demuestra, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.857. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

4.3. Discusión hipótesis específico 2

En la investigación se planteó como objetivo específico: Determinar la influencia de la organización en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC. – San Miguel, 2018, en la cual se lograron los resultados: la organización y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.857. así mismo, la significancia resultante de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se admite la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la organización influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Según Balta (2017), en su investigación gestión administrativa y compromiso organizacional en la sub gerencia de atención domiciliar de la gof Essalud, Jesús María, 2016, obtuvo resultado similar a la investigación donde: El coeficiente de correlación de Pearson = 0.951 lo que se interpreta al 99.99% la correlación es significativa al nivel 0,01 bilateral, interpretándose como alta relación positiva entre las variables, con una $\rho = 0.00$ ($\rho < 0.05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula. Por ello teniendo en cuenta los aportes obtenidos de Balta, señalados anteriormente, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.857. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

Asimismo, de acuerdo a la teoría señalada por Amaru (2009), y teniendo en cuenta los resultados obtenidos por medio de estudio de la dimensión 2 y la variable dependiente, queda conforme que la organización de cajeros y vendedores es muy relevante para la

atención al cliente, ya que las personas que se sitúen en la zona táctica deberán de tomar decisiones de diferente índole, como la división de trabajo teniendo en cuenta las habilidades y capacidades del colaborador, así como el correcto uso de los recursos que cuenta la organización, ya que se demuestra, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.857. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

4.4. Discusión hipótesis específico 3

En la investigación se planteó como objetivo específico: Determinar la influencia de la dirección en la atención al cliente en la empresa tiendas por departamento Ripley SAC – San Miguel, 2018, por lo que se lograron los resultados: la correlación entre la dirección y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.812. así mismo, la significancia resultante de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se admite la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la dirección influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Limas 2018.

Según Balta (2017), en su investigación gestión administrativa y compromiso organizacional en la sub gerencia de atención domiciliar de la gof Essalud, Jesús María, 2016, obtuvo resultado similar a la investigación donde: Coeficiente de correlación de Pearson = 0.756 lo que se interpreta al 99.99% la correlación es significativa al nivel 0,01 bilateral, interpretándose como alta relación positiva entre las variables, con una $\rho = 0.00$ ($\rho < 0.05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula. Por ello teniendo en cuenta los aportes obtenidos de Balta, señalados anteriormente, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.812. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

Asimismo, de acuerdo a la teoría señalado por Louffat (2012), y teniendo en cuenta los resultados obtenidos por medio de estudio de la dimensión 3 de la variable independiente y la variable dependiente, queda conforme que la dirección de cajeros y vendedores es muy relevante para la atención al cliente, ya que los indicadores que conforman la dirección

(liderazgo, motivación, comunicación, cultura organizacional y clima organizacional), es importante para la ejecución todo lo ya planificado y organizado mediante los colaboradores siendo fundamentales en la organización, ya que se demuestra conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.812. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

4.5. Discusión hipótesis específico 4

En la investigación se planteó como objetivo específico: Determinar la influencia de la coordinación en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018, en la cual se lograron los resultados: la correlación entre la dimensión 4 (coordinar) y la atención al cliente de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.789. así mismo, la significancia resultante de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que conlleva que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se admite la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, la coordinación influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Según Guerrero (2017), en su investigación: El trabajo en equipo y su incidencia en la motivación de los docentes de la I.E. N° 86157 – “Cesar Vallejo” – Huarney – 2015, obtuvo resultados similares a la investigación donde: la dimensión evaluación del desempeño del trabajo en equipo y los tipos de motivación, donde se observa una relación directa y positiva entre las variables, pues al realizar el análisis de correlación, obtenemos una correlación de 0,887, significativa al 0,01, lo que nos indica que estas variables están relacionadas significativamente, demostrándose así la hipótesis específica N° 01. Por lo tanto teniendo en cuenta los aportes obtenidos de Guerrero, señalados anteriormente, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.789. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

Asimismo, de acuerdo a la teoría señalada por Chiavenato (2005), y teniendo en cuenta los resultados obtenidos por medio de estudio de la dimensión 4 independiente y la variable dependiente, queda conforme que la coordinación de cajeros y vendedores es muy relevante para la atención al cliente, ya que los indicadores de la dimensión 4 (trabajo en

equipo y armonización) es importante para el desarrollo de actividades y el esfuerzo en conjunto, ya que se demuestra conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.789. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

4.6. Discusión hipótesis específico 5

En la investigación se planteó como objetivo específico: determinar la influencia del control en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – San Miguel, 2018, en la cual se lograron los resultados: la correlación entre la dimensión 5 (control) y la atención al cliente conforme a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable según la valoración de 0.783. así mismo, la significancia resultate de 0.000 es menor que la significancia de trabajado fijado de 0.05 lo que implica que se debe de rechazar la hipótesis nula H_0 , es decir que se acepta la hipótesis alterna H_1 , por consiguiente, el control influye positivamente y significativamente en la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC – Lima 2018.

Según Balta (2017), en su investigación gestión administrativa y compromiso organizacional en la sub gerencia de atención domiciliar de la gof Essalud, Jesús María, 2016, obtuvo resultado similar a la investigación donde: El coeficiente de correlación de Pearson = 0.941 lo que se interpreta al 99.99% que la correlación es significativa al nivel 0,01, analizándose como alta relación positiva entre las variables, con una $\rho = 0.00$ ($\rho < 0.05$); por lo que se rechaza la hipótesis nula, Por ello teniendo en cuenta los aportes obtenidos de Balta, señalados en los párrafos precursores, conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a la valoración de 0.783. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignado de 0.05, por lo tanto se afirma que guarda relación altamente positiva.

Asimismo, de acuerdo a la teoría señalado por Louffat (2012), y teniendo en cuenta los resultados obtenidos por medio de la investigación de la dimensión 5 independiente y la variable dependiente, queda conforme que el control de cajeros y vendedores es muy relevante para la atención al cliente, ya que los indicadores de la dimensión 5 (eficacia y eficiencia) es importante para poder detectar alguna falencia dentro del proceso administrativo ya sea operativa o táctica, lo que nos permitirá mejorar lo ya planificado, ya

que se demuestra conjuntamente con el resultado obtenido de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a la valoración de 0.783. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación asignada de 0.05, por lo tanto se afirma que hay relación altamente positiva.

V. Conclusiones

- 5.1. Conforme a la demostración estadística, se determinó la correlación entre la gestión administrativa y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018. Se genera correlación significativa entre la gestión administrativa y atención al cliente en la en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018, por lo que el grado de significancia computada es $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Pearson tiene una valoración de 0,898.
- 5.2. Conforme a la demostración estadística, se determinó la correlación de la planificación y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018. Se genera correlación significativa entre la planificación y atención al cliente en la en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018, puesto que el nivel de significancia computada es $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Pearson tiene una valoración de 0,825.

- 5.3. Conforme a la demostración estadística, se determinó la correlación entre la organización y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018. Se genera correlación significativa entre la organización y atención al cliente en la en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018, por lo que el grado de significancia computada es $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Pearson tiene una valoración de 0,857.
- 5.4. Conforme a la demostración estadística, se determinó la correlación entre la dirección y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018. Se genera correlación significativa entre la dirección y atención al cliente en la en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018, por lo que el grado de significancia computada es $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Pearson tiene una valoración de 0,812.
- 5.5. Conforme a la demostración estadística, se determinó la correlación entre la coordinación y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018. Se genera correlación significativa entre la coordinación y atención al cliente en la en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018, por lo que el grado de significancia computada es $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Pearson tiene una valoración de 0,789.
- 5.6. Conforme a la demostración estadística, se determinó la correlación entre el control y la atención al cliente en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018. Se genera correlación significativa entre el control y atención al cliente en la en la empresa tiendas Ripley SAC - Lima 2018, por lo que el grado de significancia computada es $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Pearson tiene una valoración de 0,783.
- 5.7. Conforme a la investigación realizada donde los resultados han sido altamente positivos y demostrados párrafos antes, podemos concluir que la gestión administrativa es fundamental en la empresa Tiendas Ripley, ya que el manejo óptimo de la gestión administrativa tendrá por consecuencia alta rentabilidad en temas económicos y mejora la fidelidad del cliente.

VI. Recomendaciones

- 6.1. Se recomienda al jefe supervisor del área comercial de cajas y precios de la empresa tiendas Ripley SAC. San miguel que supervise de forma constante la gestión administrativa para el desarrollo óptimo del departamento y por

consecuencia la correcta atención al cliente, puesto que el resultado que arroja la investigación es de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a el valor de 0.898. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación determinada de 0.05, en consecuencia se demuestra una relación altamente positiva.

- 6.2. Se recomienda al jefe supervisor del área comercial de cajas y precios de la empresa tiendas Ripley SAC. San Miguel que realice una revisión gestión administrativa en la planificación, específicamente en la visión, los objetivos, las estrategias, reajustes en los cronogramas y revisión de presupuestos, con el de dejar en claro lo que se quiere alcanzar y como se debe realizar, puesto que el resultado que arroja la investigación es de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a el valor de 0.857. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación determinada de 0.05, en consecuencia se demuestra una relación altamente positiva.
- 6.3. Se recomienda al jefe supervisor del área comercial de cajas y precios de la empresa tiendas Ripley SAC. San Miguel que realice una revisión de la gestión administrativa en la organización, específicamente en la delegación de funciones, toma de decisiones en los subordinados que tiene a cargo, puesto que el resultado que arroja la investigación es de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a el valor de 0.857. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación determinada de 0.05, en consecuencia se demuestra una relación altamente positiva.
- 6.4. Se recomienda al jefe supervisor del área comercial de cajas y precios de la empresa tiendas Ripley SAC. San Miguel que realice una revisión a la gestión administrativa en la dirección, específicamente en el correcto liderazgo al equipo de trabajo y motivándolos constantemente frente a los indicadores que el departamento tiene como meta, puesto que el resultado que arroja la investigación es de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a el valor de 0.812. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación

determinado de 0.05, en consecuencia se demuestra una relación altamente positiva.

- 6.5. Se recomienda al jefe supervisor del área comercial de cajas y precios de la empresa tiendas Ripley SAC. San Miguel que realice una revisión a la gestión administrativa en la coordinación, específicamente en el trabajo con la finalidad de que los esfuerzos realizados sean objetivos en equipo. Puesto que el resultado que arroja la investigación es de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a el valor de 0.789. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación determinado de 0.05, en consecuencia se demuestra una relación altamente positiva.
- 6.6. Se recomienda al jefe supervisor del área comercial de cajas y precios de la empresa tiendas Ripley SAC. San Miguel que se realice un revisión a la gestión administrativa en el control, específicamente en el análisis de los resultados y viendo el grado de eficacia y eficiencia, puesto que el resultado que arroja la investigación es de acuerdo a la muestra estadística de Pearson es positiva considerable conforme a el valor de 0.783. Así mismo, la significancia resultante de 0,000 es menor que la significancia de la investigación determinado de 0.05, en consecuencia se demuestra una relación altamente positiva.

VII. Bibliografía.

- Amaru, A. (2009), *Fundamentos de la administración teoría general y procesos administrativos* (1 ° ed.).México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Boada, J y Ficapal, P. (2012), *Salud y trabajo los nuevos y emergentes riesgos psicosociales* (1.ª ed.). Barcelona: UOC
- Carpio, C. Durand, L. (2014) *Influencia del clima organizacional en la gestión administrativa del área de logística de ladrillera El Diamante Ladisac Arequipa*

- 2014 (tesis de pregrado, Universidad católica de Santa María). (Acceso octubre 2017)
- Cegarra, J. (2012), *Metodología de investigación científica y tecnológica*. (2.ª ed.). Madrid: Díaz Santos.
- Collazos, F. (2015), *Propuesta de mejora de la estrategia comercial del centro comercial open plaza Chiclayo* (tesis de pregrado, Universidad católica Santo Toribio de Modrovejo). (Acceso octubre 2017)
- Cruceira, J (2013) *Gestión administrativa y el servicios en los hoteles de la ciudad de Tulcán*. Recuperado de: <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/116/1/042%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20Y%20EL%20SERVICIO%20EN%20LOS%20HOTELES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20TULC%C3%81N%20-%20CRUCERIRA%2C%20JACKELINE%20ELIZABETH.pdf>
- Chiavenato, I. (2006), *Introducción a la teoría general de la administración* (7º ed.). México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA.
- Equilibrium (julio, 2017) *Análisis de sector retail: Supermercados, tiendas por departamento y mejoramiento de hogar* Julio 201, 11(6), 4-6.
- Escudero, M. (2015). *Servicio de atención comercial*. (3.ª ed.). España: EDITEX
- Ferrell, C. Hartline, M. (2012), *Estrategias de Marketing* (5º ed.). México: Cengage Learning.
- Flores, S. (2015) *Proceso administrativo y gestión empresarial en Coprobas, Jinoteca*. Recuperado de: <http://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>
- Garcés, J. (2013) *Plan de mejoramiento de la gestión administrativa, operativa y contable del restaurantes y comidas rápidas 102 perros*. Recuperado de: <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5210/1/TMD01595.pdf>
- Hellriegel, D. Jackson, S. Slocum, J. (2009), *Administración. Un enfoque basado en competencias* (11º ed.). México: Cengage Learning.

- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, M. (2010), *Metodología de la investigación* (5° ed.).México: McGraw-Hill/ INTERAMERICANA EDITORES.
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, M. (2014), *Metodología de la investigación* (6° ed.).México: McGraw-Hill/ INTERAMERICANA EDITORES.
- Gareth, J. Jennifer, G. (2010), *Administración contemporánea* (6° ed.).México: McGraw-Hill EDUCACIÓN
- Gómez, M. Deslauriers, J y Alzate, M. (2010), *Como hacer una tesis de maestría y doctorado Investigación, escritura y publicación* (1° ed.).Bogotá: Eco Ediciones
- INEI (2015), *Análisis de la densidad empresarial* Recuperado de: http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1382/cap06.pdf
- Kotler, P. Armstrong, G. (2013), *Fundamentos del Marketing* (11° ed.).México: PERSON EDUCACIÓN.
- Kotler, P. Keller, K. (2012), *Dirección de Marketing* (14° ed.).México: PERSON EDUCACIÓN.
- Kuznik, A. Hurtado, A y Espinal, A. (2010), El uso de la encuesta de tipo social en traductología. Características metodológicas. MonTI. Monografías de traducción e interpretación, 2 (1), 315-344.
- Lamb, C. Hair, J & McDaniel, C. (2011).*Marketing*. (11° ed.).México: Cengage Learning.
- Louffat, E (2012), *Fundamentos del proceso administrativo* (3° ed.).Argentina: Cengage Learning.
- Omachonu, V. Ross, J. (2014), *Principios de calidad total* (1° ed.).México: Trillas.
- Ortiz, L. (2015), *Propuesta de mejora del servicio al cliente en las entidades financieras*
Recuperado de: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13647/2/TRABAJO%20DE%20GRADO%20FINAL%20ORTIZ%20HERRERA%20LUZ%20AYDA.pdf>
- Pérez, J. (2010), *Gestión por procesos* (4ª. ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL

Ponce, M. Pasco, M. (2015), *Guía de investigación* (1° ed.).Perú: Vicerrectorado de Investigación.

Robbins, S. Coulter, M. (2010), *Administración* (10° ed.).México: PERARSON EDUCACIÓN.

Thompson, I. (2006). Tipos de clientes. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/clientes>

1= Muy de acuerdo	2= Algo de acuerdo	3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
-------------------	--------------------	-----------------------------------

Tomas, J. (2009), *Fundamento de bioestadística y análisis de datos para enfermería* (1ª. Ed). España: Universidad Autonoma

Wehrich, H. Koontz, H. Cannice, Mark. (2012), *Administración una perspectiva global y empresarial* (14° ed.).México: McGraw-Hill/ INTERAMERICANA EDITORES.

Zelada, L. (2016), *Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la ferretería Solano E.I.R.L. En el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo* (tesis pregrado, Universidad Nacional de Trujillo). (Acceso octubre 2017)

Guerrero, F. (2017), *El trabajo en equipo y su incidencia en la motivación de los docentes de I.E N° 86157 – “Cesar Vallejo” – Huarmey -2015”* (tesis de pregrado, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo). (Acceso octubre 2017)

VIII. Anexos

Anexo 1

Cuestionario

Estimado(a) colaborador(a):

4= Algo en desacuerdo

5= Muy en desacuerdo

El presente instrumento tiene como finalidad entender de qué manera influye la Gestión administrativa de cajeros vendedores en la atención al cliente en Tiendas Ripley S.A. – San Miguel, Lima 2018. Por ello se le solicita contestes las interrogantes con sinceridad. Agradeciéndole previamente por tu colaboración.

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la apropiada.

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como finalidad entender de qué manera influye la Gestión administrativa de cajeros vendedores en la atención al cliente en Tiendas Ripley S.A. – San

VARIABLE 1: GESTION ADMINISTRATIVA						
DIMENSION 1: PLANEACION		1	2	3	4	5
1	¿Usted considera que el planeamiento estratégico de la organización facilita las actividades diarias?					
2	¿Los objetivos de la organización involucran a los colaboradores?					
3	¿Los planes de la organización se reflejan a los objetivos que persigue y realiza?					
DIMENSION 2: ORGANIZACION		1	2	3	4	5
4	¿Los jefes inmediatos realizan una adecuada toma de decisiones sin afectar a ningún colaborador?					
5	¿La división de trabajo en la organización refleja las capacidades de los colaboradores?					
DIMENSION 3: DIRECCION		1	2	3	4	5
6	¿Los jefes inmediatos reflejan un liderazgo idóneo dentro de la organización?					
7	¿Usted considera que la organización motiva constantemente a los colaboradores?					
8	¿Usted Cree que la comunicación dentro de la organización es adecuada para todos?					
9	¿Los valores que caracteriza a la organización se reflejan en el comportamiento de los colaboradores?					
10	¿Cree usted que las instalaciones son los adecuados para el desarrollo de las actividades diarias?					
DIMENSION 4: COORDINAR		1	2	3	4	5
11	¿Cree usted que el trabajo en equipo en la organización es el adecuado?					
12	¿Cree usted que dentro de la organización hay armonización entre los distintos departamentos?					
DIMENSION 5: CONTROLAR		1	2	3	4	5
13	¿Usted cree que la organización realiza supervisión a las metas establecidas?					
14	¿Usted cree que la organización hace controles para medir las pérdidas de insumos?					

Miguel, Lima 2018. Por ello se le pide contestes las interrogantes con sinceridad. Agradeciéndole previamente por tu colaboración.

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la apropiada

1= Muy de acuerdo	2= Algo de acuerdo	3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4= Algo en desacuerdo	5= Muy en desacuerdo	

VARIABLE 2: ATENCION AL CLIENTE						
	DIMENSION 1: NIVEL DE VENTAS	1	2	3	4	5
1	¿Usted percibe que los productos ofrecidos por la organización son los adecuados?					
2	¿Usted considera que el servicio brindado por la empresa es satisfactorio?					
	DIMENSION 2: HERRAMIENTAS DE MARKETING	1	2	3	4	5
3	¿Usted cree que la empresa difunde sus mensajes al cliente de forma clara?					
4	¿Cree usted que la distribución de mercadería en tienda es la adecuada?					
	DIMENSION 3: SATISFACCION DEL CLIENTE	1	2	3	4	5
5	¿Usted cree que los clientes perciben el valor de marca adicional a sus compras?					
6	¿Usted cree que los clientes se sienten satisfechos por la compras realizadas?					

Anexo 2

Feedback Studio - Google Chrome
 https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?student_user=1&lang=es&u=1069067370&cs=&o=888392158

feedback studio Santiago Heredia | Gestión administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley SAC, San Miguel, 2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley SAC - San Miguel, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Heredia Alvarado Santiago

Resumen de coincidencias

29 %

- 1 repositorio.ucv.edu.pe 16 % >
- 2 Entregado a Universida... 8 % >
- 3 repositorio.unasam.ed... 1 % >
- 4 docplayer.es 1 % >
- 5 tesis.usat.edu.pe <1 % >
- 6 repositorio.lupao.edu.pe <1 % >
- 7 Entregado a Infile <1 % >
- 8 theibfr.com <1 % >
- 9 dspace.utpl.edu.ec <1 % >
- 10 repositorio.uss.edu.pe <1 % >
- 11 repositorio.unajma.edu... <1 % >

Página: 1 de 81 | Número de palabras: 18361 | Text-only Report | Turnitin Classic | High Resolution | Activado

Anexo 3

SANTIAGO HEREDIA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda


14:	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	item13	item14	item15	item16	item17	item18	item19	item20	var	var
1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3		
3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2		
4	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1		
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1		
6	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1		
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2		
8	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1		
9	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1		
10	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1		
11	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2		
12	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1		
13	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2		
14	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2		
15	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
16	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2		
17	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
19	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
20	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2		
21	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2		
22	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1		
23	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3		
24	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1		
25	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1		
26	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2		
27	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3		
28	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2		
29	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2		

Anexo 4

Matriz de Consistencia:

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES/ INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cómo influye la gestión administrativa con la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cómo influye la planeación con la atención al cliente de la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017?</p> <p>¿Cómo influye la organización con la atención al cliente de la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017?</p> <p>¿Cómo influye la dirección con la atención al cliente de la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017?</p> <p>¿Cómo influye en la coordinación con la atención al cliente de la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017?</p> <p>¿Cómo influye el control en la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la influencia de la gestión administrativa de cajeros vendedores en la atención al cliente en empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, Lima 2017.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la influencia de la planeación en la atención al cliente en la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017</p> <p>Determinar la influencia de la organización en la atención al cliente en la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017</p> <p>Determinar la influencia de la dirección en la atención al cliente en la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017</p> <p>Determinar la influencia de la coordinación en la atención al cliente en la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017</p> <p>Determinar la influencia del control en la atención al cliente en la empresa Tiendas por departamento Ripley S.A.C – San Miguel, 2017</p>	<p>Hipótesis general: La Gestión Administrativa si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, Lima 2017.</p> <p>Hipótesis específicas: La planeación si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, Lima 2017.</p> <p>La organización si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, Lima 2017.</p> <p>La Dirección si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, Lima 2017.</p> <p>La coordinación influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, Lima 2017.</p> <p>El control si influye en la atención al cliente de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A.C – San Miguel, Lima 2017</p>	<p>Gestión administrativa</p>	<p>Planificación estrategias Objetivos Planes Organización Toma de Decisiones División de Trabajo Dirección Liderazgo Motivación Comunicación Cultura organización clima laboral Coordinación Trabajo en Equipo Armonización Control Eficiencia y Eficacia</p> <p>Nivel de Ventas Producto Servicio</p> <p>Herramientas de Marketing Estrategias de comunicación Distribución</p> <p>Satisfacción del Cliente Valor Satisfacción</p>	<p><u>Diseño de la Investigación</u> No experimental – Transversal <u>Tipo de Investigación</u> Aplicada Nivel de Investigación Correlacional - Descriptivo <u>Población</u> 40 trabajadores <u>Muestra</u> 36 trabajadores <u>Técnica de procesamiento de la información</u> Programa estadístico SPSS 20</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión Administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley S.A.C - San Miguel, 2018		Apellidos y nombres del investigador: Heredia Alvarado Santiago		Apellidos y nombres del experto: <u>Sousa,ta. Roberto Israel</u>	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO
			ITEM /PREGUNTA	ESCALA	
Gestión Administrativa	Planeación	estrategias	¿Usted considera que el planeamiento estratégico de la organización facilita las actividades diarias?		
		objetivos	¿Los objetivos de la organización involucran a los colaboradores?		
	Organización	planes	¿Los planes de la organización se reflejan a los objetivos que persigue y realiza?		
		toma de decisiones	¿Los jefes inmediatos realizan una adecuada toma de decisiones sin afectar a ningún colaborador?	Según Hernández & Fernández & Baptista (2014).	
		división de trabajo	¿La división de trabajo en la organización refleja las capacidades de los colaboradores?	Ordinal	
		liderazgo	¿Los jefes inmediatos reflejan un liderazgo idóneo dentro de la organización?	Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pág. 215).	
	Dirección	motivación	¿Usted considera que la organización motiva constantemente a los colaboradores?		
		comunicación	¿Usted Cree que la comunicación dentro de la organización es adecuada para todos?		
		cultura organizacional	¿Los valores que caracteriza a la organización se refleja en el comportamiento de los colaboradores?		
		clima laboral	¿Cree usted que las instalaciones son los adecuados para el desarrollo de las actividades diarias?		
Coordinar	trabajo en equipo	¿Cree usted que el trabajo en equipo en la organización es el adecuado?			
	armonización	¿Cree usted que dentro de la organización hay armonización entre los distintos departamentos?	Razón		
control	eficiencia	¿Usted cree que la organización realiza supervisión a las metas establecidas?	Tiene intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto. (pág. 216).		
	eficiencia	¿Usted cree que la organización hace controles para medir las pérdidas de insumos?			
Atención al Cliente	Nivel de ventas	producto	¿Usted percibe que los productos ofrecidos por la organización son los adecuados?		
		servicio	¿Usted considera que el servicio brindado por la empresa es satisfactorio?		
	Herramientas de Marketing	estrategias de comunicación	¿Usted cree que la empresa difunde sus mensajes al cliente de forma clara?		
		distribución	¿Cree usted que la distribución de mercadería en tienda es la adecuada?		
		valor	¿Usted cree que los clientes perciben el valor de marca adicional a sus compras?		
satisfacción del cliente	satisfacción	¿Usted cree que los clientes se sienten satisfechos por la compras realizadas?			
Firma del experto			Fecha <u>24/11/17</u>		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión Administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley S.A.C. - San Miguel, 2018		Apellidos y nombres del investigador: Heredia Alvarado Santiago		Apellidos y nombres del experto: <i>Leon Espinoza Leonel D.</i>		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO	
			ITEM / PREGUNTA	ESCALA		
Gestión Administrativa	Planeación	estrategias	¿Usted considera que el planeamiento estratégico de la organización facilita las actividades diarias?			
		objetivos	¿Los objetivos de la organización involucran a los colaboradores?			
		planes	¿Los planes de la organización se reflejan a los objetivos que persigue y realiza?			
	Organización	toma de decisiones	¿Los jefes inmediatos realizan una adecuada toma de decisiones sin afectar a ningún colaborador?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014),		
		división de trabajo	¿La división de trabajo en la organización refleja las capacidades de los colaboradores?	Baptista (2014),		
		liderazgo	¿Los jefes inmediatos reflejan un liderazgo idóneo dentro de la organización?	Ordinal		
	Dirección	motivación	¿Usted considera que la organización motiva constantemente a los colaboradores?	Tiene un orden de		
		comunicación	¿Usted cree que la comunicación dentro de la organización es adecuada para todos?	menor a mayor		
		cultura organizacional	¿Los valores que caracteriza a la organización se reflejan en el comportamiento de los colaboradores?	jerarquía. (pág. 215).		
	Coordinar	clima laboral	¿Cree usted que las instalaciones son los adecuados para el desarrollo de las actividades diarias?	Razón		
		trabajo en equipo	¿Cree usted que el trabajo en equipo en la organización es el adecuado?	Tiene intervalos		
		armonización	¿Cree usted que dentro de la organización hay armonización entre los distintos departamentos?	iguales entre las		
controlar	eficacia	¿Usted cree que la organización realiza supervisión a las metas establecidas?	categorías, el cero			
	eficiencia	¿Usted cree que la organización hace controles para medir las pérdidas de insumos?	es real y absoluto.			
	producto	¿Usted cree que los productos ofrecidos por la organización son los adecuados?	(pág. 216).			
Atención al Cliente	Nivel de ventas	servicio	¿Usted percibe que el servicio brindado por la empresa es satisfactorio?			
	Herramientas de Marketing	estrategias de comunicación	¿Usted considera que el servicio brindado por la empresa es satisfactorio?			
	distribución	valor	¿Usted cree que la empresa difunde sus mensajes al cliente de forma clara?			
satisfacción del cliente	satisfacción	valor	¿Cree usted que la distribución de mercadería en tienda es la adecuada?			
		satisfacción	¿Usted cree que los clientes perciben el valor de marca adicional a sus compras?			
Firma del experto			¿Usted cree que los clientes se sienten satisfechos por la compras realizadas?			
			Fecha <i>20/11/17</i>			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión Administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley S.A.C. - San Miguel, 2018


Apellidos y nombres del investigador: Heredia Alvarado Santiago

Apellidos y nombres del experto: Lorey Embauer Koppel

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	CUMPO CUMPI	OPINIÓN DEL EXPERTO	
			ITEM /PREGUNTA	OBSERACIONES / SUGERENCIAS				
Gestión Administrativa	Planeación	estrategias	¿Usted considera que el planeamiento estratégico de la organización facilita las actividades diarias?					
		objetivos	¿Los objetivos de la organización involucran a los colaboradores?					
	Organización	planes	¿Los planes de la organización se reflejan a los objetivos que persigue y realiza?					
		toma de decisiones	¿Los jefes inmediatos realizan una adecuada toma de decisiones sin afectar a ningún colaborador?					
	Dirección	división de trabajo	¿La división de trabajo en la organización refleja las capacidades de los colaboradores?					
		liderazgo	¿Los jefes inmediatos reflejan un liderazgo idóneo dentro de la organización?					
	Coordinar	motivación	¿Usted considera que la organización motiva constantemente a los colaboradores?					
		comunicación	¿Usted Cree que la comunicación dentro de la organización es adecuada para todos?					
	controlar	cultura organizacional	¿Los valores que caracteriza a la organización se refleja en el comportamiento de los colaboradores?					
		clima laboral	¿Cree usted que las instalaciones son los adecuados para el desarrollo de las actividades diarias?					
Atención al Cliente	Nivel de ventas	trabajo en equipo	¿Cree usted que el trabajo en equipo en la organización es el adecuado?					
		armonización	¿Cree usted que dentro de la organización hay armonización entre los distintos departamentos?					
	Herramientas de Marketing	eficacia	¿Usted cree que la organización realiza supervisión a las metas establecidas?					
		eficiencia	¿Usted cree que la organización hace controles para medir las pérdidas de insumos?					
	satisfacción del cliente	producto	¿Usted percibe que los productos ofrecidos por la organización son los adecuados?					
		servicio	¿Usted considera que el servicio brindado por la empresa es satisfactorio?					
	Firma del experto	estrategias de comunicación	¿Usted cree que la empresa difunde sus mensajes al cliente de forma clara?					
		distribución	¿Cree usted que la distribución de mercadería en tienda es la adecuada?					
				¿Usted cree que los clientes perciben el valor de marca adicional a sus compras?				
				¿Usted cree que los clientes se sienten satisfechos por la compras realizadas?				
			Fecha --/--					

04/11/19

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : FO6-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo, Israel Benito Barreto
 docente de la Facultad Pequeños Emprendedores y
 Escuela Profesional Administración de la Universidad César Vallejo Callao
 (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

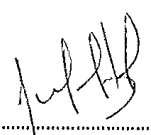
"Gestión Administrativa de los Vendedores y su influencia en la atención al cliente en tienda Ripley SAC, San Miguel, 2018"

del (de la) estudiante Santiago Heredia Aranda

, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/La sucrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha Callao 09 de Julio del 2018



Firma
 Nombres y apellidos del (de la) docente
 DNI: 10614088

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

Yo Santiago Heredia Alvarado, identificado con DNI N° 47289990, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "GESTION ADMINISTRATIVA DE CAJEROS VENDEDORES Y SU INFLUENCIA EN LA ATENCION AL CLIENTE EN TIENDAS RIPLEY SAC, SAN MIGUEL - 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:



FIRMA

Santiago Heredia Alvarado

DNI: 47289990

FECHA: 26 de noviembre de 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Gestión administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la atención al cliente en tiendas Ripley SAC - San Miguel, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Heredia Alvarado Santiago

29 %

1	Introducción	16 %
2	Antecedentes	8 %
3	Objetivos	1 %
4	Metodología	1 %
5	Marco teórico	<1 %
6	Marco conceptual	<1 %
7	Marco legal	<1 %
8	Marco de referencia	<1 %
9	Marco de aplicación	<1 %
10	Marco de análisis	<1 %
11	Marco de síntesis	<1 %

[Handwritten signature]
Dr. Israel Barrios



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
La Facultad de Ciencias Empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Santiago Heredia Alvarado

INFORME TÍTULADO:

Gestión administrativa de cajeros vendedores y su influencia en la
atención al cliente en tiendas Ripley SAC, San Miguel – 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 09/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 16 Diez y seis


Mg. Samanta Hilda Calle Ruiz

