



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM,
del distrito El Agustino 2019”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Bachiller en Administración

AUTORES:

Cerra Querevalú, Annie Guisel (ORCID:0000-0002-3589-1769)

Limahuaya Vilca, Cristhian Anthony (ORCID:0000-0001-9913-9472)

Solís Diaz,Diana Carolina (ORCID:0000-0002-8813-9095)

ASESOR:

Mgtr. Suasnabar Ugarte,Federico Alfredo (ORCID: 0000-0002-4976-6782)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Gracias a nuestros padres por brindarnos su apoyo en los momentos que más necesitábamos, a los docentes por forjarnos durante este proceso de enseñanza para progresar nuestras habilidades universitarias.

Agradecimiento

Agradecer a Dios por bendecirnos y cuidándonos en todo momento y darnos las fuerzas suficientes para poder lograr nuestro objetivo.

Nuestros más sinceros agradecimientos a nuestros familiares que nos motivaron a lograr nuestro objetivo.

Agradecer a nuestra universidad por otorgarnos docentes calificados que nos apoyaron en este proceso de la elaboración de nuestro Trabajo de investigación.

A nuestro grupo por apoyarnos para cumplir nuestro propósito, a nuestros padres por su apoyo incondicional, siempre motivándonos en nuestro desarrollo profesional.

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	17
2.1 Tipo, nivel y diseño de Investigación	18
2.1.1 Tipo	18
2.1.2 Nivel	18
2.1.3 Diseño	18
2.1.4 Cuadro de Operacionalización de Variables	19
2.2 Población y muestra	21
2.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, Validez y confiabilidad	22
2.4 Método de análisis de datos	23
2.5 Aspectos éticos	24
III. RESULTADOS	36
IV. DISCUSIÓN	48
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	55
REFERENCIAS	47
ANEXOS	61
ANEXO 1: Cuadro de Operacionalización de variables	51
ANEXO 2: Tabla de especificaciones de las variables Gestión Administrativa y Calidad de servicio	52
ANEXO 3: Matriz de consistencia	53
ANEXO 4: Cuestionario	55
ANEXO 5: Certificado de Validez de contenido del instrumento	59
ANEXO 6: ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA / TABLA DE FRECUENCIA	61

Pregunta N° 1: Tabla 22 y Gráfico 1	61
Pregunta N° 2: Tabla 23 y Gráfico 2	62
Pregunta N° 3: Tabla 24 y Gráfico 3	63
Pregunta N° 4: Tabla 25 y Gráfico 4	64
Pregunta N° 5: Tabla 26 y Gráfico 5	65
Pregunta N° 6: Tabla 27 y Gráfico 6	66
Pregunta N° 7: Tabla 28 y Gráfico 7	67
Pregunta N° 8: Tabla 29 y Gráfico 8	68
Pregunta N° 9: Tabla 30 y Gráfico 9	69
Pregunta N° 10: Tabla 31 y Gráfico 10	70
Pregunta N° 11: Tabla 32 y Gráfico 11	71
Pregunta N° 12: Tabla 33 y Gráfico 12	72
Pregunta N° 13: Tabla 34 y Gráfico 13	73
Pregunta N° 14: Tabla 35 y Gráfico 14	74
Pregunta N° 15: Tabla 36 y Gráfico 15	75
Pregunta N° 16: Tabla 37 y Gráfico 16	76
Pregunta N° 17: Tabla 38 y Gráfico 17	77
Pregunta N° 18: Tabla 39 y Gráfico 18	78
Pregunta N° 19: Tabla 40 y Gráfico 19	79
Pregunta N° 20: Tabla 41 y Gráfico 20	80
Pregunta N° 21: Tabla 42 y Gráfico 21	81
Pregunta N° 22: Tabla 43 y Gráfico 22	82
Pregunta N° 23: Tabla 44 y Gráfico 23	83
Pregunta N° 24: Tabla 45 y Gráfico 24	84
Pregunta N° 25: Tabla 46 y Gráfico 25	85
Pregunta N° 26: Tabla 47 y Gráfico 26	86
Pregunta N° 27: Tabla 48 y Gráfico 27	87
Pregunta N° 28: Tabla 49 y Gráfico 28	88
Pregunta N° 29: Tabla 50 y Gráfico 29	89
Pregunta N° 30: Tabla 51 y Gráfico 30	90
Pregunta N° 31: Tabla 52 y Gráfico 31	91
Pregunta N° 32: Tabla 53 y Gráfico 32	92
Pregunta N° 33: Tabla 54 y Gráfico 33	93

Pregunta N° 34: Tabla 55 y Gráfico 34	94
Pregunta N° 35: Tabla 56 y Gráfico 35	95
Pregunta N° 36: Tabla 57 y Gráfico 36	96
Pregunta N° 37: Tabla 58 y Gráfico 37	97
Pregunta N° 38: Tabla 59 y Gráfico 38	98
Pregunta N° 39: Tabla 60 y Gráfico 39	99
Pregunta N° 40: Tabla 61 y Gráfico 40	100
Pregunta N° 41: Tabla 62 y Gráfico 41	101
Pregunta N° 42: Tabla 63 y Gráfico 42	102
Pregunta N° 43: Tabla 64 y Gráfico 43	103
Pregunta N° 44: Tabla 65 y Gráfico 44	104
Pregunta N° 45: Tabla 66 y Gráfico 45	105
Pregunta N° 46: Tabla 67 y Gráfico 46	106
Pregunta N° 47: Tabla 68 y Gráfico 47	107
Pregunta N° 48: Tabla 69 y Gráfico 48	108
Pregunta N° 49: Tabla 70 y Gráfico 49	109
Pregunta N° 50: Tabla 71 y Gráfico 50	110
Pregunta N° 51: Tabla 72 y Gráfico 51	111
Pregunta N° 52: Tabla 73 y Gráfico 52	112
Pregunta N° 53: Tabla 74 y Gráfico 53	113
Pregunta N° 54: Tabla 75 y Gráfico 54	114
Pregunta N° 55: Tabla 76 y Gráfico 55	115
Pregunta N° 56: Tabla 77 y Gráfico 56	116
Pregunta N° 57: Tabla 78 y Gráfico 57	117
Pregunta N° 58: Tabla 79 y Gráfico 58	118
Pregunta N° 59: Tabla 80 y Gráfico 59	119
ANEXO 7: fotos de los representantes de la empresa Andamios RHM 2019.	121
ANEXO 8: Base de datos (Excel)	124
ANEXO 9: Solicitud para realizar Trabajo de Investigación	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de Operacionalización de la variable Gestión administrativa y la calidad de servicio.	20
Tabla 2: Análisis de fiabilidad del instrumento variable Gestión administrativa.	23
Tabla 3: Análisis de fiabilidad del instrumento variable Calidad de servicio.	23
Tabla 4: Gestión administrativa y Calidad de servicio Tabulación Cruzada	26
Tabla 5: Planear y Calidad de servicio Tabulación Cruzada	26
Tabla 6: Organizar y Calidad de servicio Tabulación Cruzada	27
Tabla 7: Integrar Personal y Calidad de servicio Tabulación Cruzada	27
Tabla 8: Dirigir y Calidad de servicio Tabulación Cruzada	28
Tabla 9: Controlar y Calidad de servicio Tabulación Cruzada	28
Tabla 10: Prueba de Normalidad de las variables principales	29
Tabla 11: Coeficiente de correlación de Spearman de las variables Gestión administrativa y Calidad de servicio.	30
Tabla 12: Prueba de Normalidad Específica 01	30
Tabla 13: Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Planear y Calidad de servicio.	31
Tabla 14: Prueba de Normalidad Específica 02	32
Tabla 15: Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Organizar y Calidad de servicio.	32
Tabla 16: Prueba de Normalidad Específica 03	33
Tabla 17: Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Integrar Personal y Calidad de servicio.	34
Tabla 18: Prueba de Normalidad Específica 04	34
Tabla 19: Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Dirigir y Calidad de servicio.	35
Tabla 20: Prueba de Normalidad Específica 05	35
Tabla 21: Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Controlar y Calidad de servicio.	36

RESUMEN

La actual investigación se planteó como objetivo decretar el vínculo que existe entre Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019. Para lograr tal propósito se empleó las teorías de Koontz, Weihrich y Cannice (2012), para la Gestión administrativa y Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), para la Calidad de servicio.

El método de la investigación fue aplicada, descriptivo correlacional con diseño no experimental con corte transversal y enfoque cuantitativo. La población constituida por 188 clientes, y la muestra de 126 clientes. Se usó la encuesta y el cuestionario como instrumento para la recopilación de datos que estuvo constituido por 30 ítems para la variable Gestión administrativa y 30 ítems para la variable Calidad de servicio.

Luego, la información se procesó en el software estadístico SPSS V. 23, de tal manera, que se aplicó la estadística descriptiva obteniendo las tablas cruzadas, según lo que se planteó para los objetivos de la investigación. Se halló como resultados en base a los clientes participantes de la encuesta, que la Gestión administrativa cuenta con un 38,1% en el nivel Regular, 28,6% en la categoría Bueno y con 33,3% en la categoría Malo. Por otra parte, en calidad de servicio cuenta con 33,3% en el nivel Regular, 31% en bueno y 35,7% en el nivel Malo. Se comprobó la hipótesis planteada mediante una prueba No paramétrica que es Rho de Spearman, lo cual se llegó a una conclusión, que sí existe vínculo entre Gestión administrativa y Calidad de servicio en la empresa Andamios RHM, la hipótesis fue ratificada con un coeficiente de correlación de 0,846 con un grado de significancia de 0,000. Lo cual se negó la hipótesis nula y se confirmó la hipótesis alterna. Analizando en términos de porcentaje existe un 84.6% de correlación entre ambas variables, que se califica como un nivel de correlación muy fuerte. Es decir, a mayor nivel de Gestión administrativa mayor será el nivel en la calidad de servicio en los clientes de la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019.

Palabra clave: Planear, Organizar, Integración Personal, Dirigir, Controlar.

ABSTRACT

The current research aimed to decree the link between Administrative Management and the quality of customer service in the RHM Scaffolding company, in the district of El Agustino, 2019. To achieve this purpose, the theories of Koontz, Weihrich and Cannice (2012), for Administration Management and Zeithaml, Bitner and Gremler (2009), for Quality of service.

The research method, descriptive correlational with non-experimental design with cross-sectional and quantitative approach was applied. The population consists of 188 clients, and the sample of 126 clients. The survey and the questionnaire were used as an instrument for the collection of information consisting of 30 items for the variable Main administrative management and 30 items for the secondary variable Quality of service.

Then, the compiled information was processed in the SPSS V 23 statistical software, in such a way that the descriptive statistics were applied obtaining the crossed tables, in accordance with what was proposed for the research objectives. It was found as results based on the clients that participated in the survey, that the Administrative Administration has 38.1% in the Regular level, 28.6% in the Good category and 33.3% in the Bad category. On the other hand, in quality of service it has 33.3% at the Regular level, 31% at the good level and 35.7% at the Bad level. The hypothesis was tested using a non-parametric test that is Rho de Spearman, which concluded that there is a link between Administrative Management and Service Quality on the company's RHM scaffold, the hypothesis was ratified with a correlation coefficient of 0.846 with a degree of significance of 0.000. What denied the null hypothesis and the alternative hypothesis was confirmed. Analyzing in terms of percentage, there is a correlation of 84.6% between both variables, which is classified as a very strong correlation level. In other words, the higher the level of administrative management, the higher the level of service quality in the clients of the RHM Scaffolding company, in the district of El Agustino 2019.

Keywords: Planning, Organization, Personal integration, Management, Control.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, gran parte de las organizaciones, buscan una buena gestión administrativa para así poder subsistir en el entorno empresarial y posesionarse en el mercado competitivo, siendo la clave del éxito para el cumplimiento de sus objetivos planteados. En ese sentido, uno de los problemas es que no han sabido gestionar todos los recursos desde una administración eficaz encargada de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las labores que se desarrollan, llegando a generar la mala calidad de servicio al cliente y así muchas de estas organizaciones llegando al punto del declive. Es por ello, que muchas de las empresas requieren de la alta competitividad para satisfacer los objetivos que son elementos claves e importantes para una buena gestión administrativa que contribuyen a obtener las famosas ventajas competitivas frente a los competidores.

Según en una entrevista a la presidenta ejecutiva de INACAL Rocío Barrios mencionó lo siguiente: todo progreso de calidad en las organizaciones debe ser visto desde un punto financiero, posteriormente, se debe hallar las causas que ocasionan la baja calidad, es por ello, que se debe realizar un cambio en la organización para mejorar la gestión administrativa, una inversión en la capacitación constante al colaborador de tal manera, que la organización recupere la rentabilidad a través de una buena calidad de servicio al consumidor (Diario Gestión, 2018, diciembre 23). Por consiguiente, afirma la presidenta Rocío Barrios que la calidad es un beneficio porque proporciona a las organizaciones que sigan subsistiendo en el mercado competitivo y logren incrementar la cartera de consumidores a través de una buena calidad de servicio y la fidelización hacia la organización

A nivel local, existen numerosas micro y pequeñas empresas que buscan la manera de lograr al mundo de la competencia. La empresa Andamios RHM ubicada en la av. 1ero de mayo urb. San José – El Agustino, es una microempresa que tiene más de 3 años en el rubro de fabricación de productos metálicos para el uso estructural, se diagnosticó que la Gestión administrativa es mínima por lo que se da conocer que existe incomunicación en las áreas y un liderazgo ineficaz por ende, no existe un proceso a seguir en lo cual ocasiona una insatisfacción interna de la organización, lo cual tienden a transmitir tal insatisfacción al cliente al momento de adquirir ya sea para el arrendamiento o compra de andamios, y se genera una mala atención en el servicio. Hoy en día, la gestión administrativa, la mayoría de las organizaciones manejan diversos programas y mecanismos para una buena gestión, es muy primordial para las compañías, debido a que, por medio de estas se consiga obtener resultados excelentes y para ello, se debe utilizar de manera correcta los procesos

administrativos; lo que posibilita seguir a las organizaciones a que sean más competitivas. Un problema que surge a diario según el Diario Gestión, en un estudio realizado por JL Consultores menciona que el 71% de los usuarios frecuentemente tienen una mala experiencia de servicio al cliente en distintas empresas, de los cuales factores importantes como amabilidad, conocimientos en el producto y la rápida atención que también es considerado en los clientes y el resto de los consumidores utiliza las redes sociales para difundir experiencias deficientes.

Son factores que carecen en muchas de las empresas y esto genera pérdida de los consumidores por la mala calidad que existe en dicha organización. Al principio el cliente solo se preocupaba a que sea de buena calidad y que llegase el producto en buen estado, agregando a esto el precio al alcance del consumidor; pero a medida esto fue cambiando debido a la competencia de muchos y que también tiene que ver mucho la Globalización. Ahora las empresas y las Mypes a nivel local deben preocuparse por sus clientes ya que, existen muchas competencias a su entorno, y perder un cliente es un gran riesgo para la empresa. Es por eso que, en las empresas existen pequeños errores en las que debe de corregir, por ejemplo: un mal hábito que se observa en estas empresas son los incumplimientos de los pedidos o modificaciones en el pedido, esto genera malestar en los clientes la desconformidad debido a que, también la empresa perjudica al cliente ya que estos también tienen sus propios clientes; y si falla la empresa al cliente, el cliente falla a su consumidor; todo esto está entrelazado. De modo que, existen métodos, estrategias para poder ofrecer una excelente atención y logrando así el agrado del cliente. En la minoría de las Microempresas, pocos de ellos tienen capacitaciones al personal, se dice que la capacitación es vital en toda empresa y que por ellos son los que captarán los clientes; con una buena capacitación habrá una buena atención al cliente y mejor servicio de calidad, debido a que son los colaboradores que están frente al consumidor y depende de ellos la buena atención; llevarse bien con cliente implica que hay confianza y fidelidad y es un compromiso muy grande del colaborador tener una actitud positiva ya que son ellos quienes representan a la empresa.

A nivel nacional, conforme el Diario Gestión (2014), el Catedrático de la Universidad de Piura, Luis García Tello, alude que: los peruanos poseen un corazón empático debido a que, se ponen en su lugar de los demás, las necesidades que requiere para satisfacerlas; claro que no se puede negar es que los peruanos son muy buenos emprendedores. Indica que las organizaciones del sector comercio y telefónico están tratando de ser cada día mejor con las

políticas de calidad, sin embargo, aún no está del todo, está en proceso. Dijo que: aún existe en mayoría experiencias negativas por parte del cliente, por otra parte, las peculiaridades que resalta a un emprendedor peruano son el aspecto personal, la presentación que brinda el servicio; como dijo al principio aún está en proceso para poder brindar una calidad de servicio excelente. Como meta mencionó el catedrático Luis García que la calidad de servicio es un tema amplio en el ámbito global y también en Latinoamérica. Los peruanos son ambiciosos están tratando de mejorar y lograr que la calidad de servicio sea la mejor de nuestro país y se deber realizar de la manera adecuada, tratar de realizar mejor las actividades, brindar cada vez un servicio excelente y positivo tomando como alusión la gastronomía aprender a resaltar experiencias positivas para el buen servicio de calidad para el consumidor.

Hoy en día, la aspiración de las empresas es prestar atención a las necesidades de los consumidores, puesto que depende de los consumidores la continuación de la organización en el mercado competitivo, da entender que los consumidores son la razón de ser de la empresa. Con el pasar de los años el término servicio se ha ido implantando de una forma minuciosa, debido a que, los clientes requieren no solo satisfacer sus necesidades, sino también favorecerse con las cualidades de los productos o también por los servicios ofrecidos, de modo que, los consumidores se sientan complacidos por la adquisición. Sin embargo, las empresas deben de saber y estudiar los gustos y las preferencias de los consumidores, puesto que cada consumidor es diferente a otro, por su hábitos, costumbres, según el lugar de donde vienen, es por ello que las organizaciones sostiene como propósito determinar el agrado del consumidor ofreciendo diversos productos, los cuales adquiriendo información real a través de estudios estadísticos, para así establecer nuevas estrategias en mejora para ofrecer un servicio apropiado y de tal manera, la fidelización de los consumidores, y solo así la subsistencia en el mercado de competencias por medio de estrategias en base a la gestión administrativas para contrarrestar a la competencia.

A nivel Internacional, conforme al Diario Portafolio (2014) las organizaciones que le toman menos importancia a la capacitación de sus colaboradores, tienden a verse perjudicados en la organización debido a que, en la actualidad el mercado requiere que las empresas luchen y se diferencien frente a los demás competidores. Seguido de esto, el secreto para triunfar en el mundo empresarial es tomar importancia una adecuada gestión administrativa logrando resultados eficientes de igual modo, que la calidad de servicio, no solo es atender mejor al cliente, sino que entender sus necesidades, satisfacerlo de la mejor manera, solucionando sus

problemas. el fundador de Microsoft Bill Gates dijo una frase muy interesante en una de sus entrevistas, mencionó lo siguiente: “tu cliente más insatisfecho es tu mejor fuente de aprendizaje”, se destaca que con la insatisfacción del cliente la empresa empieza a recurrir a nuevas estrategias que donde cada vez en este mundo competitivo se crea nuevas herramientas para poder solucionar y a tomar buenas decisiones para mantener a un cliente satisfecho y de las cuales la empresa aprende del cliente respecto a la necesidad que solicita y poder implantar esas necesidades en el mercado y ser más competitivo en su rubro comercial. Al igual como menciona el Gurú mundial el gran estratega Tschohl (2008), define que la calidad de servicio es una orientación para que todos los colaboradores y los recursos de la organización sean utilizados de manera eficiente, para obtener la satisfacción de los consumidores (p.9). dicho de otro modo, es una fortaleza imprescindible en una organización para la subsistencia en el mercado haciendo la diferencia frente a su entorno, brindando una calidad de servicio excelente.

En un canal televisivo de Honduras (2016), en una entrevista a Tschohl mencionó que “considero que el servicio al cliente es la estrategia más poderosa que una organización puede desarrollar para crecer y poder ver la rentabilidad y la ganancia de su negocio”. En otras palabras, esa gran vitalidad de poder fidelizar a los consumidores tiene una gran importancia en todas las empresas; una buena satisfacción implica mayor rentabilidad en la empresa y se convierte en mejor arma y mejor competidor frente a sus rivales. Aplicando una serie de estrategias y métodos para tener un cliente satisfecho; y gracias a este consumidor empezará a recomendar a los demás, y solo así la empresa estará desarrollándose poco a poco y maximizar su rentabilidad, generando las altas ventas gracias a los clientes y lo más importante la fidelización.

En realidad, la gestión administrativa y la calidad de servicio son primordiales en toda organización, de tal manera que, si no existiese esa gestión en cada organización pues tiende al cierre y por lo tanto, desaparece del mercado competitivo es por ello que, existen líderes, agentes de cambio que enfrentan día a día que lucha por la subsistencia, ejecutando sus conocimientos, los cuales también requiere de la colaboración de todos que integran en dicha organización para así prosperar con una buena gestión administrativa lo cual brindará una buena calidad de servicio al cliente.

Para permitir revalidar las variables de la investigación se toma como alusión 3 tesis nacionales y 3 tesis internacionales lo cual se empleará para contrastar los resultados. Según Tipián (2017), en su estudio titulado “Gestión administrativa y la calidad de servicio a

usuarios de la Dirección General de Protección de Datos Personales del Minjus 2016”. Tesis presentada para conseguir el título profesional de Maestría en Gestión Pública, La trascendental finalidad de este estudio fue conocer con exactitud cuál es la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio. En cuanto a Gestión Administrativa, esta investigación utilizó como referente a Mochon, las dimensiones en esta variable son: planear, organizar, dirigir y controlar, así mismo utilizó los conceptos de Zeithaml cuyas dimensiones fueron: Confiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía, Tangibles. La metodológica de esta tesis es, transversal, correlacional y un diseño no experimental. La muestra probalística fue conformada por 100 clientes, la herramienta de medición fue el cuestionario, el cual fue constituido de 38 preguntas y mediante una encuesta se recogieron los datos, asimismo las respuestas fueron procesadas posteriormente para obtener datos cuantificables por medio del programa SPSS V 22. Las conclusiones mostraron que el Valor de la correlación Rho Spearman fue de 0.500, cuya significancia fue de 0,000; esto significa la correlación entre ambas variables es positiva y media evidenciando que existe cierta influencia de gestión administrativa de esta organización hacia sus clientes, es decir, que entre mejor sea la gestión administrativa la empresa obtendrá mejores resultados sobre la calidad de servicio que brinden a sus usuarios.

La contribución del presente en relación con la investigación, sirvió como aporte ya que existe relación entre ambas variables, por ello, se comparte la opinión del autor de la tesis, ya que si hay una buena Gestión Administrativa habrá una excelente Calidad de Servicio al Cliente, siendo ellos lo más beneficiados y logrando fidelizarlos en favor a la organización. Por otra parte, Vásquez (2017), en su tesis denominada: “Gestión administrativa y Calidad de servicio en la empresa Modas Diversas del Perú S.A.C de San Juan de Lurigancho, 2017”. Investigación presentada para optar la certificación profesional de Licenciado en Administración. El objetivo general fue: establecer la relación existente entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa MODIPSA S.A.C de San Juan De Lurigancho, 2017. Se apoyó en la teoría de Bernal y Sierra (2013), para sustentar la variable gestión administrativa y las siguientes dimensiones fueron: planear, organizar, dirigir y controlar. Para la variable Calidad de Servicio se apoyó en la teoría de Hoffman y Bateson (2011), teniendo como dimensiones tangibles, confiabilidad, respuesta y empatía. La metodología del estudio fue descriptivo correlacional, no experimental, corte transversal y un enfoque cuantitativo. La población estuvo conformada por 500 colaboradores de la organización; lo cuales la muestra estuvo conformada por 59 colaboradores. En cuanto a los

instrumentos empleados para el cálculo de las variables, fueron sometidos a una encuesta en base a cuestionario, lo cual constó de 58 preguntas, asimismo fueron procesados para obtener la información a través de software SPSS. Los resultados del estudio estadístico mediante la correlación de Spearman indica la que si hay relación entre las variables $r=0,251$. Este valor indica la relación es positiva entre ambas variables y tiene un nivel de correlación baja. En cuanto, lo que es la significancia de $p=0,000$ muestra que p es menor a 0,05 lo que cabe señalar que, la relación es significativa, por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa. En conclusión, cuanto sea mayor el nivel de la Gestión Administrativa habrá mayor nivel de Calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Modas Diversas del Perú.

El aporte de esta investigación es brindar apoyo a las organizaciones, ya que su objetivo general fue sí realmente estas dos variables tenían relación o no en la investigación. Los cuales se comprobaron que después de efectuar los análisis de esta investigación, indica la existencia de relación en ambas variables. Por ello, que el manejo de la gestión administrativa es primordial es un instrumento fundamental que debería ejecutar las compañías, ya que será de gran ayuda para la subsistencia en el mercado competitivo y también a no perder clientes por una mala atención, es por ello que también influye bastante en el servicio que se brinda y aplicando estas herramientas de administración solo así será más efectivo la organización y desarrollaran un crecimiento para el beneficio de todos los que integran en la organización como también para los consumidores.

Según Esquivel y Huamani (2016), en su investigación que lleva por título “Gestión Administrativa y calidad de servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015”. Tesis presentada para obtener el título profesional de Licenciada en Administración, su objetivo general fue determinar el grado de relación de la gestión administrativa y la calidad del servicio. En cuanto a gestión administrativa, esta investigación utilizó como referente al autor Anzola, las dimensiones en esta variable son: planificación, organización, dirección y control, por lo consiguiente, empleo los conceptos de Mortimore cuyas dimensiones fueron: elementos tangibles, empatía, seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad. Desarrolló un estudio desde el enfoque cuantitativo, descriptivo / correlacional, su diseño fue no experimental, su población estudiada consta de 45 instituciones educativas del nivel inicial, empleando como instrumento de estudio, el cuestionario y fue aplicada a toda su población. Así mismo los resultados observados reflejan que el 28.9% de los encuestados expresan que tienen una muy

buena gestión administrativa, los mismos que presentan una muy buena calidad de servicio, al 95% de confiabilidad empleando la prueba del Chi Cuadrado $X^2 = 14.081$, con estos resultados se puede definir que se evidencia una relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en las instituciones educativas del nivel inicial del distrito de San Sebastián. Por lo consiguiente, el grado de relación existente mediante el coeficiente de Spearman es del 34.8%, quiere decir que a medida que mejora la gestión administrativa también mejorará la calidad de servicio. Se concluye que en esta organización existe cierta influencia y relación de gestión administrativa y calidad de servicio hacia sus clientes o usuarios.

El presente es pertinente con la investigación aquí planteada, ya que permite entender la conducta de las variables de estudio. En ese sentido, sirvió como aporte debido que a sus resultados evidenciados que demuestran que existe una relación entre gestión administrativa y calidad de servicio de los usuarios, a medida que mejora la gestión administrativa también mejora la calidad de servicio y así los clientes podrán sentirse identificados con la organización, logrando fidelizarlos para obtener la rentabilidad y posicionamiento.

Castro (2012), en su estudio realizado “La gestión administrativa y satisfacción laboral de los trabajadores de las instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida”, esta tuvo como finalidad comprobar la relación entre la gestión administrativa y satisfacción laboral, la muestra fue conformada por 358 personas, La metodología de esta tesis es descriptiva, correlacional de enfoque cuantitativo. La conclusión más relevante es que el valor de correlación Rho Spearman fue de 0.648, con un grado de significancia de 0,000; esto significa la correlación entre ambas variables es positiva y moderada.

La contribución del presente estudio permite entender la conducta de las variables de estudio, asimismo sirve de aporte a la investigación ya que se evidencia que existe relación en ambas variables. Por ende, son aceptables para futuras investigaciones y también servirá de gran aporte a aquellas empresas que carecen de una adecuada gestión administrativa al igual que la calidad de servicio, puntos importantes en toda organización.

Loza (2016), en su Investigación titulado “La gestión administrativa y la calidad de los servicios en el gobierno autónomo descentralizado del cantón Mera”. Tesis presentada con el fin de obtener la certificación de Licenciado en Ingeniería de Administración de empresas y Negocios. Universidad Regional Autónoma de los Andes. Lo cual su objetivo general fue determinar estrategias de gestión administrativas que permita mejorar la calidad de los servicios a los usuarios del gobierno autónomo descentralizado del Cantón Mera. Cuyas

teorías de apoyo fue del autor Mora y Lazo (2012), Gestión administrativa y el autor Bon (2008), Calidad de servicio. La metodología de estudio fue descriptivo correlacional, transaccional, no experimental de enfoque cuantitativo. La población conformada por 1980 usuarios atendidos cada mes y de los cuales 333 clientes fue el tamaño de muestra. Se empleó como instrumento de medición el cuestionario para recolectar los datos. Se concluyó de la siguiente manera, el nivel de correlación es moderado, por ende, hay existencia de relación entre la variable de estudio. El nivel de correlación de Rho de Spearman fue 0,563 y su valor de significancia fue Sig.=0.000. por consiguiente, la investigación que al principio formuló estrategias para que proporcione mejorar la gestión municipal, debido a que se analiza que es un requisito estructurar de una mejor manera la empresa para obtener los objetivos de la empresa y así mejorar la apreciación de los ciudadanos en cuanto, a la calidad y también a la existencia de los servicios municipales.

Como aporte de esta investigación es proporcionar ayuda a las empresas, debido a que, su objetivo era conocer si había existencia entre ambas variables. Se pudo comprobar que después de realizar la investigación, se evidencia que guardan relación entre sí. Adicionalmente a ello, se propuso métodos para el mejoramiento de la calidad de servicio en los clientes lo cual es una gran ayuda para toda organización si le ejecutan de la manera correcta.

Basantes (2014), en su estudio que lleva por título “Modelo de Gestión Administrativa y Calidad en el servicio al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato 2014”, para la obtención del grado de Ingeniería de Empresas en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. El objetivo principal fue determinar si el Modelo de gestión administrativa tiene relación con calidad de servicio al cliente. Se apoyó de autores teóricos como Bohlander (2005) Administración de Recursos Humanos y Ivancevich (1997) Gestión administrativa calidad y competitividad. La metodología empleada fue descriptivo, correlacional de diseño no experimental. Lo cual contó con una población de 426 consumidores y se halló la muestra que arrojó de 202 consumidores, se empleó la técnica de la encuesta y se empleó el instrumento como el cuestionario. En cuanto al resultado la correlación de Rho Spearman es $r = 0,683$ y el nivel de significancia arrojó $= ,000$, se observó que el nivel de correlación es alto, por ende, se acepta la hipótesis alterna que si existe relación entre las variables de estudio que es la Gestión Administrativa y la Calidad de servicio al cliente. En conclusión, se alude que la gran mayoría de los usuarios de la Municipal de Ambato, tienen en cuenta, que el servicio que percibieron fue regular, lo cual,

manifestaron en las encuestas que aun esta por mejorar la calidad de servicio y que también no cuentan con esa capacidad de atender al usuario. Este trabajo de investigación se comenzó a determinar que, si los usuarios no perciben un interés adecuado, es porque la organización tiene una deficiencia por mejorar en la calidad de servicio. Por ende, se concluye lo que explican otros autores, cuando mencionan que la calidad de servicio es un grupo de acciones programadas y sistematizadas necesariamente, para otorgar confianza ya sea de un producto o un servicio de calidad.

La contribución del presente estudio permite entender que, si existe relación entre las variables, sin embargo, sirvió como aporte a la investigación dado que nos permitirá entender que falta mejorar la calidad de servicio hacia sus consumidores. En este sentido, deberán utilizar técnicas de mejora, estrategias con el colaborador como la capacitación y la reducción de tiempos en los trámites para lograr que los usuarios se sientan satisfechos en cada uno de sus procesos.

Con respecto al marco teórico de esta investigación se define la variable Gestión Administrativa y Calidad de Servicio; por lo cual, se recurrió a 6 autores para obtener mayor información. A continuación, se definirá la variable de Gestión Administrativa y sus respectivas dimensiones; como primer autor Koontz, Weihrich y Cannice (2012) determinan que: es una fase mediante el cual se plantea y permanece en un entorno en el que los colaboradores que laboran en equipo realizan metas específicas de manera eficaz. Los directores desarrollan las siguientes competencias: planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar.

La gestión administrativa es elemental en toda organización debido a que, se hace uso de los recursos de forma eficiente, para así poder obtener las metas que tiene la compañía; de las cuales siguiendo una serie de procesos y cumpliendo cada función para que de esa manera todos en grupo alcancen un solo propósito en común. Las dimensiones planteadas según los autores citados son los siguientes:

Planear; es la columna de toda actividad gerencial que se basa en escoger misión y los objetivos y plantear las acciones indispensables para llegar a la obtención de estas. A través de buenas tomas de decisiones, que se elige varias opciones para proporcionar un sentido lógico para alcanzar tales objetivos de la empresa. Es indispensable la planeación, será de gran aporte para la empresa Andamios RHM, debido a que, facilitará tener claro cuál es su misión de la empresa, por ende, un buen planteamiento de objetivos ya sea a corto, mediano y largo plazo será fundamental para iniciar una buena gestión administrativa.

Organizar; se precisa en cómo es la estructura de la empresa, que funciones cumplen cada área de la empresa ya sea desde la parte de la gerencia hasta la última área o puesto, visualizado en el organigrama, las cuales son los colaboradores que integran esta parte y cumplen ciertas funciones con una buena comunicación entre ellos, logrando la eficiencia que beneficia a la organización. De acuerdo con lo que manifiesta el autor, la estructura organizacional es fundamental, ya que se reconoce las funciones que realiza cada área organizativa y es por eso, que la empresa Andamios RHM debe de conocer muy bien su estructura debido a que, en esta parte del proceso administrativo permitirá que conozca las distintas áreas, que funciones tienen para tener una coordinación eficaz, manteniendo un liderazgo óptimo entre las áreas de la empresa.

Integrar Personal; considerado también Staffing lo que sucede en este proceso administrativo es identificar la escasez de la fuerza laboral, por ende, situando talentos que disponen para luego incorporarlos para que cumplan ciertas funciones en un puesto de trabajo. Es por eso que, se cubre ciertos puestos para que no se genere un cuello de botella dentro de la organización. Respecto al autor da entender que integrar personal se dedica al reclutamiento y a la selección del personal, buscando los mejores talentos para cubrir ciertos puestos que se requieren. Para la empresa Andamios RHM, esto servirá como un paso más, para identificar fallas dentro de la organización, reclutando a los mejores talentos que tengan capacidades y habilidades para la rápida solución de problema y más que todo el trabajo en equipo.

Dirigir; se entiende que es un proceso de la administración, debido a que influye mucho en las personas para que cooperen y que se dirijan solo a un objetivo de la organización. En la empresa Andamios RHM, este proceso facilitará en visualizar llegar a un solo objetivo, con la colaboración de los que integran la empresa, bajo un liderazgo democrático, para que todos lleguen a una sola meta en común, el beneficio de todos.

Controlar; la función que cumple este proceso es que evalúe y corrija el cargo para respaldar los propósitos proyectados de la organización para obtener que la relación sea fuerte de acuerdo con la función de planeación. De acuerdo al autor menciona que, cada proceso cumple una función primordial en este caso del proceso de control, la función es evaluar y enmendar el desempeño para poder llegar a los objetivos, es por eso que, la empresa Andamios RHM, en este proceso es una evaluación interna para saber que como va la empresa, lo cual, necesita de este proceso para poder evaluar fallas que surgen dentro de la

organización para luego corregir y poder llegar a los objetivos planteados y que todos los que integran en dicha organización se beneficien

A continuación, se definirá la variable de Gestión Administrativa y sus respectivas dimensiones; como primer autor Koontz, Weihrich y Cannice (2012) determinaron que: es una fase mediante el cual se plantea y permanece en un entorno en el que los colaboradores que laboran en equipo realizan metas específicas de manera eficaz. Los directores desarrollan las siguientes competencias: planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar.

La gestión administrativa es elemental en toda organización debido a que, se hace uso de los recursos de forma eficiente, para así poder obtener las metas que tiene la compañía; de las cuales siguiendo una serie de procesos y cumpliendo cada función para que de esa manera todos en grupo alcancen un solo propósito en común. Las dimensiones planteadas según los autores citados son los siguientes:

Planear; es la columna de toda actividad gerencial que se basa en escoger misión y los objetivos y plantear las acciones indispensables para llegar a la obtención de estas. A través de buenas tomas de decisiones, que se elige varias opciones para proporcionar un sentido lógico para alcanzar tales objetivos de la empresa. Es indispensable la planeación, será de gran aporte para la empresa Andamios RHM, debido a que, facilitará tener claro cuál es su misión de la empresa, por ende, un buen planteamiento de objetivos ya sea a corto, mediano y largo plazo será fundamental para iniciar una buena gestión administrativa.

Organizar; se precisa en cómo es la estructura de la empresa, que funciones cumplen cada área de la empresa ya sea desde la parte de la gerencia hasta la última área o puesto, visualizado en el organigrama, las cuales son los colaboradores que integran esta parte y cumplen ciertas funciones con una buena comunicación entre ellos, logrando la eficiencia que beneficia a la organización. De acuerdo con lo que manifiesta el autor, la estructura organizacional es fundamental, ya que sé reconoce las funciones que realiza cada área organizativa y es por eso, que la empresa Andamios RHM debe de conocer muy bien su estructura debido a que, en esta parte del proceso administrativo permitirá que conozca las distintas áreas, que funciones tienen para tener una coordinación eficaz, manteniendo un liderazgo óptimo entre las áreas de la empresa.

Integrar Personal; considerado también Staffing lo que sucede en este proceso administrativo es identificar la escasez de la fuerza laboral, por ende, situando talentos que disponen para luego incorporarlos para que cumplan ciertas funciones en un puesto de trabajo. Es por eso

que, se cubre ciertos puestos para que no se genere un cuello de botella dentro de la organización. Respecto al autor da entender que integrar personal se dedica al reclutamiento y a la selección del personal, buscando los mejores talentos para cubrir ciertos puestos que se requieren. Para la empresa Andamios RHM, esto servirá como un paso más, para identificar fallas dentro de la organización, reclutando a los mejores talentos que tengan capacidades y habilidades para la rápida solución de problema y más que todo el trabajo en equipo.

Dirigir; se entiende que es un proceso de la administración, debido a que influye mucho en las personas para que cooperen y que se dirijan solo a un objetivo de la organización. En la empresa Andamios RHM, este proceso facilitará en visualizar llegar a un solo objetivo, con la colaboración de los que integran la empresa, bajo un liderazgo democrático, para que todos lleguen a una sola meta en común, el beneficio de todos.

Controlar; la función que cumple este proceso es que evalúe y corrija el cargo para respaldar los propósitos proyectados de la organización para obtener que la relación sea fuerte de acuerdo con la función de planeación. De acuerdo al autor menciona que, cada proceso cumple una función primordial en este caso del proceso de control, la función es evaluar y enmendar el desempeño para poder llegar a los objetivos, es por eso que, la empresa Andamios RHM, en este proceso es una evaluación interna para saber que como va la empresa, lo cual, necesita de este proceso para poder evaluar fallas que surgen dentro de la organización para luego corregir y poder llegar a los objetivos planteados y que todos los que integran en dicha organización se beneficien

Como segunda definición, Pizzo (2013), detalló: La calidad de servicio es lo primordial para las organizaciones, estas lo vienen desarrollando, practicando y mejorando a medida que transcurre el tiempo. Es la satisfacción que debe de sentir todo cliente al adquirir un producto o servicio siendo este servicio óptimo, seguro, útil aun en situaciones que se puedan presentar en el momento. En este sentido el cliente deberá ser atendido y comprendido, la solución deberá ser instantánea y eficiente, proporcionando ingresos favorables y una buena rentabilidad para la empresa.

En la empresa Andamios RHM, se investigará si la calidad del servicio brindado al cliente es totalmente eficaz, como se sabe el cliente es la fuente principal de toda organización es por ello, que siempre tiene que estar satisfecho al adquirir el bien o servicio. Las dimensiones citadas por los autores son cinco, detalladas a continuación: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Como tercera definición Lovelock y Wirtz (2009), definieron que: es el producto de un proceso de evaluación donde los consumidores mediante las experiencias comparan sus apreciaciones de la prestación de servicio y el resultado con las expectativas. Dicho de otra manera, la calidad de servicio se sobrentiende cubrir esas necesidades de manera firme para mantener las expectativas del consumidor. Acorde con los autores sobre la calidad de servicio es la acción y fortaleza que toda organización requiere para subsistir en el mercado competitivo, por ende, son los consumidores los que calificarán si tiene o no un buen servicio de calidad los cuales captarán a través de las atenciones personales y las experiencias vividas de día a día. Las dimensiones según el autor citado son: Tangibles, Confiabilidad, Respuesta y Certidumbre.

Prosiguiendo con la enunciación del problema, se propondrá la siguiente pregunta general: (a) ¿Cuál es la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019? Asimismo, se plantean las siguientes interrogantes como problemas específicos: (b) ¿Cuál es la relación que existe entre planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019? (c) ¿Cuál es la relación que existe entre organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019?(d) ¿Cuál es la relación que existe entre integrar personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019?. (e) ¿Cuál es la relación que existe entre dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019? (f) ¿Cuál es la relación que existe entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019?

Como justificación de la presente investigación la gestión administrativa desarrolla un papel primordial en toda empresa, ya que existen herramientas para la buena gestión los cuales son los procesos administrativos, siendo en estos casos que en la mayoría de las empresas no ponen en marcha esos procesos es por ello, que existe una inadecuada gestión administrativa y de este modo, influye en gran parte en la calidad de servicio que se brinda al consumidor. De tal manera, se evidencia que se genera problemas a partir de ello, siendo esto los motivos que impulsan a la realización de esta investigación. Esta indagación es importante porque ayudará a futuras investigaciones para los empresarios que tienen negocios del mismo rubro, ellos conocerán la importancia de aplicar los procesos de gestión administrativa que le permitirá brindar un servicio excelente a los consumidores, mediante las estrategias necesarias para poder fidelizar al consumidor.

La investigación como justificación teórica indaga ofrecer conocimientos a los presentes investigadores con los resultados conseguidos, a través del buen manejo de la gestión administrativa para avalorar las participaciones de los servicios ofrecidos, tomando como referencia información sobre la calidad percibida del bien o servicio y las expectativas del consumidor. En la justificación metodológica se evaluará la gestión administrativa en relación a la calidad de servicio al cliente del bien o producto brindado. En el presente estudio se utilizará como técnicas de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Así mismo, se utilizará el software SPSS (coeficiente de correlación de Spearman), se aplicará el Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de la encuesta. Con finalidad de lograr los resultados del estudio de las variables de la investigación y lograr los objetivos planteado. Dicho de otro modo, este estudio servirá de alusión para próximas investigaciones relacionadas al tema de investigación.

En la justificación social, la presente investigación beneficiará a la empresa Andamios RHM, los colaboradores y clientes, a la vez no solo busca obtener una óptima Gestión Administrativa, sino también mejorar la imagen de la organización, como consecuencia de un mejor servicio. En este sentido, tendrá un gran impacto social, ya que le otorga al cliente la principal prioridad y una óptima atención, como se sabe, los clientes son la fuente de toda organización para poder mantenerse activa en el mercado y así poder diferenciarse de la competencia.

Para la justificación práctica, el estudio de la gestión administrativa con relación al servicio de calidad al cliente tiene un enfoque principal y primordial en los últimos años en grandes organizaciones como también en las Mypes, lo cual, se busca contar con las herramientas primordiales en la administración para un mejor desarrollo de actividades interna y externa, debido a que influye en la parte externa de la organización, siendo el servicio brindado hacia el consumidor. El presente trabajo indaga ofrecer los procesos más adecuados para potenciar la gestión administrativa con la finalidad de que existe una comunicación clara, concisa y eficaz las distintas áreas, evitando el cuello de botella en los procesos, y logrando obtener los objetivos planteados, de tal manera ser más competitivos en el mercado, los cuales logrando un posicionamiento y la subsistencia de la empresa.

A continuación, se procederá a plantear la Hipótesis general: (a) H0: No existe un vínculo entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. Del mismo modo,

se procederá a realizar las Hipótesis específicas: (b) H0: No existe un vínculo entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (c) H0: No existe un vínculo entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (d) H0: No existe un vínculo entre Integrar Personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre Integral Personar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (e) H0: No existe un vínculo entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (f) H0: No existe un vínculo entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

Después de analizar la problemática de estudio y las diferentes teorías relacionadas a las dos variables, el objetivo general del presente estudio es: (a) establecer la relación que existe entre Gestión Administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. Del mismo modo, se proponen los siguientes objetivos específicos: (b) establecer la relación que existe entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (c) establecer la relación que existe entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (d) Establecer la relación que existe entre Integrar Personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (e) establecer la relación que existe entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. (d) establecer la relación que existe entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo, nivel y diseño de Investigación

2.1.1 Tipo

La presente investigación es aplicada, debido a que, se apoya en autores teóricos los cuales se evidencian en el cuadro de operacionalización con el propósito de justificar el vínculo entre las variables de estudio. Este estudio es de tipo aplicado, porque se estudia un determinado problema enfocado a la acción, asimismo existe la posibilidad de llevar a cabo las teorías para resolver las necesidades que requiera la sociedad. (Baena, 2014)

2.1.2 Nivel

La investigación es descriptiva debido a que, indaga analizar las particularidades de las variables de estudio y el vínculo existente entre la variable Gestión administrativa y la variable Calidad de servicio. Conforme los autores Palella y Martins (2012), aluden que: el nivel de estudio es descriptiva debido que, posee como finalidad de este estudio es interpretar la existencia de un suceso lo cual, comprende la descripción de fenómenos, individuos con el fin de enfatizar el comportamiento.

2.1.3 Diseño

El diseño del presente estudio, es no experimental, correlacional y de corte transversal, debido a que, no se alteran las variables; correlacional es para conocer si hay existencia de relación entre ambas variables de estudio y respecto a su evento, es transversal, de tal manera, que se recogen información en un tiempo definido, su propósito es analizar las variables de estudio y comprobar su influencia de acuerdo a los procesos de investigación. Para los autores Palella y Martins (2012), manifiestan que el diseño no experimental se elabora sin manipular de manera intencionada cualquiera de las variables de estudio. En este caso el investigador no reemplaza a la variable, de tal manera que se estudia tal como se muestra los hechos en un momento específico.

Correlacional

Según los teóricos Hernández, Fernández y baptista (2014), aluden que: Este estudio posee como objetivo comprender el vínculo que existe de dos o más variables en un entorno característico. El objetivo de la medición de las variables, lo cual importa si existe un vínculo entre Gestión administrativa y la variable calidad de servicio en la empresa Andamios RHM, busca si algunos de los procesos administrativos influyen en la satisfacción del consumidor. Por otra parte, los autores Palella y Martins (2012), mencionan que: transeccional o transversal en este tipo de estudio se dedica a la recolección de información en un momento

determinado que tiene como propósito detallar las variables de estudio y detallar el alcance e interacción en una situación dada sin manipular las variables.

Enfoque:

El enfoque empleado es cuantitativo con el interés de recoger información para el análisis estadístico. Según los autores, Palella y Martins (2012), aluden que un estudio cuantitativo solicita el empleo de herramientas de medición y a la comparación cuyos datos son aportados a través de la aplicación de estadísticas. Se dice que el estudio descriptivo indicado, diseño no experimental transversal, correlacional son fundamentales en una investigación del enfoque cuantitativo ya que, estos datos se obtendrán a través de la recolección de información que proporcionará la empresa Andamios RHM a través de sus clientes que son la base de estudio; lo cual ayudará a llegar a la conclusión si existe un vínculo entre las variables de estudio.

2.1.4 Cuadro de Operacionalización de Variables

Seguidamente, se evalúa la problemática de la organización Andamios RHM, lo cual se constituyen las variables de estudio para argumentar dicho acontecimiento.

Variable 1: Gestión administrativa

Variable 2: Calidad de servicio

Tabla 1: Cuadro de Operacionalización de la variable Gestión administrativa y la calidad de servicio.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Koontz, Wehrich y Cannice (2012) determinan que: La gestión administrativa es un proceso mediante el cual se diseña y mantiene un entorno en el que los colaboradores laboran en equipo realizando metas específicas de manera eficaz. Los Gerentes desarrollan las siguientes funciones: Planear, Organizar, Integrar Personal, Dirigir y Controlar.	Conforme a Gestión Administrativa serán evaluados por sus dimensiones junto con sus indicadores, las cuales se construirá el cuestionario tipo Likert, después de obtener la información a través de la encuesta, de las cuales estas serán estudiadas mediante el programa estadístico SPPS.	PLANEAR	MISIÓN	1,2	ORDINAL
				METAS	3,4	
				POLÍTICAS	5,6	
				ESTRATEGIAS	7	
			ORGANIZAR	ESTRUCTURA	9,9	
				FUNCIONES	10,11	
				GRUPOS DE TRABAJO	12,13	
				RECURSOS HUMANOS	14,15	
			INTEGRAR PERSONAL	RECURSOS MATERIALES	16,	
				PROCESO DE CAPACITACIÓN	17,18	
				MOTIVACIÓN	19,20	
				EQUIPO	21,22	
DIRIGIR	COMUNICACIÓN	23				
	RESULTADOS	24,25				
	PROPÓSITO	26,27				
	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO	28,29 30				
CALIDAD DE SERVICIO	Zeithaml, Bitner y Gremler de servicio mencionan que: La calidad de servicio es un elemento fundamental en toda empresa y que varía según las percepciones del cliente (2009). Por lo tanto, los clientes al recibir un servicio o comprar un producto, lo juzgan de acuerdo a sus expectativas. Las dimensiones según los autores son los siguientes: Confiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía y Tangibles.	Conforme a calidad de servicio serán evaluados por sus dimensiones junto con sus indicadores, las cuales se construirá el cuestionario tipo Likert, después de obtener la información a través de la encuesta, de las cuales estas serán estudiadas mediante el programa estadístico SPPS.	CONFIABILIDAD	COMPROMISO	1,2	ORDINAL
				CONFIANZA	3,4	
				RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	5,6	
				PERSONAL DESEO DE AYUDAR	7,8	
			SENSIBILIDAD	PERSONAL PROACTIVO	9,10	
				PERSONAL GUÍA	11	
				EDUCACIÓN	12,13	
				CORTESÍA	14,15	
			SEGURIDAD	CONOCIMIENTOS	16,17	
				ATENCIÓN INDIVIDUAL	18,19	
				HORARIOS FLEXIBLES	20,21	
				INTERÉS	22,23	
TANGIBLES	INSTALACIONES	24,25				
	EQUIPAMIENTO MODERNO	26,27				
	ASPECTO PERSONAL MATERIAL DE COMUNICACIÓN	28,29 30				

Fuente: Elaboración propia

2.2 Población y muestra

Población

Con aportes de Levin y Rubin (2004), mencionan que: Una población es un grupo que conforman todos sujeto, individuo que se está estudiando de modo que, se intenta llegar a una conclusión. La población del actual estudio está constituida por 188 usuarios de la empresa Andamios RHM que están registrados en la base de datos, lo cual se brindó la siguiente información.

Muestra

Para el autor Gómez, (2006) Define la muestra debe ser en esencia, un subgrupo que representa de la población, es un subgrupo definido por las características de la población.

Para iniciar a evaluar el tamaño de muestra se usará la fórmula probabilística, el cual proporcionará conseguir el total de clientes para la recolección de información a través de la encuesta. Para los autores, Palella y Martins (2012), indican que: para el cálculo del tamaño muestral de una población conocida (finita) se realiza aplicando con la siguiente fórmula probabilística.

n= Muestra

N = 188

p = 0,50

q = 0,50

e = 0,05

Z = 1,96

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

$$n = \frac{188 * 1.96^2 * (0.5) * (0.5)}{(188 - 1) * (0.05)^2 + 1.96^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 126.44 \cong 126$$

$$n = 126 \text{ personas}$$

Se tomará como muestra a los clientes que realizaron en comprar y alquilar (estructuras metálicas andamios) durante el año 2019; y estos están registrados en la base de datos de compra y venta, por lo cual, la empresa Andamios RHM otorgó tal información para la presente investigación.

2.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, Validez y confiabilidad

Técnica: Encuesta

Para el autor Fidias (2012), alude que: la encuesta como técnica desea la obtención de datos que proporciona a través de una muestra de personas a través de ello, ponerlos en relación al tema de estudio.

El método que se manejó para recolectar los datos del presente estudio es la encuesta, de modo que, estuvo constituida con 30 preguntas para la variable gestión administrativa y 30 preguntas para la variable Calidad de servicio, por ende, la encuesta consistió de 60 preguntas en total para los clientes de la empresa Andamios RHM, lo cual el método usado es la escala de tipo Likert.

Instrumento: Cuestionario

Con el aporte de Gómez (2012), El cuestionario es un instrumento de gran valor en una investigación debido a que, establece preguntas en relación a las variables y proporciona estudiar ciertos problemas que son de gran interés en el estudio.

Para la utilización para el presente trabajo fue el cuestionario debido a que, contienen preguntas que fueron realizadas con la finalidad de la medición de las variables. Para ambas variables fueron realizadas por los autores de la investigación.

Validez

Carrasco (2005), manifiesta que es una característica del instrumento de estudio que se basa en medir con ecuanimidad, exactitud y claridad todo aquello que se anhela comprobar de las variables de estudio.

Por lo indicado, para demostrar la validez del instrumento de la presente investigación fue aprobado mediante los juicios de expertos, lo cual fue apoyado por un asesor metodológico el Magister Federico Alfredo Suasnabar Ugarte y una asesora temática de especialidad en Gestión del Talento Humano, la docente Débora Cabrera Guillén de la Escuela de Administración de la universidad César Vallejo.

Confiabilidad

Carrasco (2005), alude que la confiabilidad es una característica o atributo del instrumento, que le proporciona conseguir los resultados, al estudiar varias veces a un grupo de individuos en diferentes tiempos.

Para la medición de la confiabilidad del instrumento cuestionario se empleó el software estadístico SPSS v. 23 realizando el Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de la siguiente manera.

Tabla 2: *Análisis de fiabilidad del instrumento variable Gestión administrativa.*

V1: Gestión Administrativa

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,810	30

Fuente: Elaboración propia

El resultado estadístico de prueba de confiabilidad fue 0.810, una cifra que demuestra que el instrumento de recolección de datos es confiable, ya que supera el valor mínimo de confiabilidad de 0.7, de esta manera, se observa un alto grado de confiabilidad.

Tabla 3: *Análisis de fiabilidad del instrumento variable Calidad de servicio.*

V2: Calidad de servicio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,821	30

Fuente: Elaboración propia

El resultado estadístico de prueba de confiabilidad fue 0.821, una cifra que demuestra que el instrumento de recolección de datos es confiable, ya que supera el valor mínimo de confiabilidad de 0.7, de esta manera, se observa un alto grado de confiabilidad.

2.4 Método de análisis de datos

Análisis Descriptivos:

Para el análisis descriptivo se utilizará el software estadístico SPSS V. 23 para los resultados de las tablas cruzadas por Dimensiones y variables y prueba de normalidad para las variables y las dimensiones.

Análisis Inferencial:

Para el análisis inferencial se realizará a través de la correlación Rho de Spearman. Mediante el programa estadístico SPSS V. 23

2.5 Aspectos éticos

Este trabajo fue desarrollado bajo los principios de la ética profesional, de manera que todo material bibliográfico nombrado cuenta con sus respectivas citas, respetando los derechos de autor, así mismo se contó con la autorización de la empresa Andamios RHM para poder brindar la información de los clientes y realizar una encuesta virtual para la recolección de datos. Finalmente, los datos recolectados fueron de manera libre y con el respectivo consentimiento informado del participante encuestado.

III. RESULTADOS

TABLAS CRUZADAS

Tabla 4: *Gestión administrativa y Calidad de servicio Tabulación Cruzada*

			Calidad de servicio			
			MALO	REGULAR	BUENO	Total
Gestión administrativa	MALO	Recuento	35	6	1	42
		% del total	27,8%	4,8%	0,8%	33,3%
	REGULAR	Recuento	8	33	7	48
		% del total	6,3%	26,2%	5,6%	38,1%
	BUENO	Recuento	2	3	31	36
		% del total	1,6%	2,4%	24,6%	28,6%
Total	Recuento	45	42	39	126	
	% del total	35,7%	33,3%	31,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En el análisis de la Gestión administrativa y Calidad de servicio en la siguiente tabla cruzada indicó de forma independiente que los clientes señalaron sobre la Gestión administrativa en la empresa es Malo con 33.3%, Regular con 38,1% y bueno con 28,6%, mientras que por otro lado de la calidad de servicio es Malo 35,7%, Regular con 33,3% y Bueno con 31%.

Tabla 5: *Planear y Calidad de servicio Tabulación Cruzada*

			Calidad de servicio			
			MALO	REGULAR	BUENO	Total
Planear	MALO	Recuento	32	9	7	48
		% del total	25,4%	7,1%	5,6%	38,1%
	REGULAR	Recuento	7	24	18	49
		% del total	5,6%	19,0%	14,3%	38,9%
	BUENO	Recuento	6	9	14	29
		% del total	4,8%	7,1%	11,1%	23,0%
Total	Recuento	45	42	39	126	
	% del total	35,7%	33,3%	31,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En el análisis de la dimensión Planear y Calidad de servicio en la siguiente tabla cruzada indicó de forma independiente que los clientes señalaron sobre la Planeación en la empresa es Malo con 38,1%, Regular con 38,9% y bueno con 23%, mientras que, por otro lado, la Calidad de servicio es Malo 35,7%, Regular con 33,3% y Bueno con 31%.

Tabla 6: Organizar y Calidad de servicio Tabulación Cruzada

			Calidad de servicio			
			MALO	REGULAR	BUENO	Total
Organizar	MALO	Recuento	34	13	13	60
		% del total	27,0%	10,3%	10,3%	47,6%
	REGULAR	Recuento	5	12	12	29
		% del total	4,0%	9,5%	9,5%	23,0%
	BUENO	Recuento	6	17	14	37
		% del total	4,8%	13,5%	11,1%	29,4%
Total	Recuento		45	42	39	126
	% del total		35,7%	33,3%	31,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En el análisis de la dimensión Organizar y Calidad de servicio en la siguiente tabla cruzada indicó de forma independiente que los clientes señalaron sobre la Organización en la empresa es Malo con 47,6%, Regular con 23% y bueno con 29,4%, mientras que por otro lado de la calidad de servicio es Malo 35,7%, Regular con 33,3% y Bueno con 31%.

Tabla 7: Integrar Personal y Calidad de servicio Tabulación Cruzada

			Calidad de servicio			
			MALO	REGULAR	BUENO	Total
Integrar Personal	MALO	Recuento	28	10	5	43
		% del total	22,2%	7,9%	4,0%	34,1%
	REGULAR	Recuento	14	26	18	58
		% del total	11,1%	20,6%	14,3%	46,0%
	BUENO	Recuento	3	6	16	25
		% del total	2,4%	4,8%	12,7%	19,8%
Total	Recuento		45	42	39	126
	% del total		35,7%	33,3%	31,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En el análisis de la dimensión Integrar Personal y Calidad de servicio en la siguiente tabla cruzada indicó de forma independiente que los clientes señalaron sobre la Integración Personal en la empresa es Malo con 34,1%, Regular con 46% y bueno con 19,8%, mientras

que por otro lado de la calidad de servicio es Malo 35,7%, Regular con 33,3% y Bueno con 31%.

Tabla 8: *Dirigir y Calidad de servicio Tabulación Cruzada*

			Calidad de servicio			
			MALO	REGULAR	BUENO	Total
Dirigir	MALO	Recuento	34	31	8	73
		% del total	27,0%	24,6%	6,3%	57,9%
	REGULAR	Recuento	6	9	14	29
		% del total	4,8%	7,1%	11,1%	23,0%
	BUENO	Recuento	5	2	17	24
		% del total	4,0%	1,6%	13,5%	19,0%
Total	Recuento		45	42	39	126
	% del total		35,7%	33,3%	31,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En el análisis de la dimensión Dirigir y Calidad de servicio en la siguiente tabla cruzada indicó de forma independiente que los clientes señalaron sobre la Dirección en la empresa es Malo con 57,9%, Regular con 23% y bueno con 19%, mientras que, por otro lado, de la calidad de servicio es Malo 35,7%, Regular con 33,3% y Bueno con 31%.

Tabla 9: *Controlar y Calidad de servicio Tabulación Cruzada*

			CALIDAD DE SERVICIO			
			MALO	REGULAR	BUENO	Total
CONTROLAR	MALO	Recuento	38	17	2	57
		% del total	30,2%	13,5%	1,6%	45,2%
	REGULAR	Recuento	7	16	16	39
		% del total	5,6%	12,7%	12,7%	31,0%
	BUENO	Recuento	0	9	21	30
		% del total	0,0%	7,1%	16,7%	23,8%
Total	Recuento		45	42	39	126
	% del total		35,7%	33,3%	31,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En el análisis de la dimensión Controlar y Calidad de servicio en la siguiente tabla cruzada indicó de forma independiente que los clientes señalaron sobre el Control en la empresa es Malo con 45,2%, Regular con 31% y bueno con 23,8%, mientras que por otro lado de la calidad de servicio es Malo 35,7%, Regular con 33,3% y Bueno con 31%.

PRUEBA DE NORMALIDAD DE LAS VARIABLES:

H0: Los datos tienen una distribución normal

H1: los datos no tienen una distribución normal

Tabla 10: *Prueba de Normalidad de las variables principales*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión administrativa	,146	126	,000	,942	126	,000
Calidad de servicio	,119	126	,000	,917	126	,000

Fuente: Elaboración propia.

La prueba de normalidad muestra que, la Variable Gestión administrativa y la variable Calidad de servicio, cuenta con una distribución por debajo a 0.05 al nivel de significancia, es decir “0.000 < 0.05”; “0.000 < 0.05”; por ende, no existe una distribución normal. De los cuales, se empleará una prueba no paramétrica, el Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis General:

H0 = No existe un vínculo entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

H1 = Existe un vínculo entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

Nivel de Significancia:

$\alpha = 0.05$

PRUEBA ESTADÍSTICA: CORRELACIÓN DE SPEARMAN

Tabla 11: *Coefficiente de correlación de Spearman de las variables Gestión administrativa y Calidad de servicio.*

Correlaciones				
			Gestión administrativa	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coefficiente de correlación	1,000	,846**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	126	126
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,846**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	126	126

Fuente: Elaboración propia.

Decisión:

Como $P=0.00 < \alpha=0.05$, entonces se rechaza H_0

El valor de significancia es 0.00, siendo menor a 0.05, lo que demuestra que existe suficiente evidencia estadística para negar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Además, el coeficiente de correlación de Spearman arrojó, 0.846. Lo que explica que hay una correlación positiva muy fuerte. En ese sentido, la Gestión administrativa si predomina en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM 2019.

Prueba de Normalidad Específica 01:

Tabla 12: *Prueba de Normalidad Específica 01*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Planear	,163	126	,000	,933	126	,000
Calidad de servicio	,119	126	,000	,917	126	,000

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La prueba de normalidad muestra que, la dimensión Planear y la variable Calidad de servicio, cuenta con una distribución por debajo a 0.05 al nivel de significancia, es decir “ $0.000 < 0.05$ ”; “ $0.000 < 0.05$ ”; por ende, no existe una distribución normal. De los cuales, se empleará una prueba no paramétrica, el Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis específicos 1:

H0: No existe un vínculo entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

Nivel de Significancia:

$\alpha = 0.05$

Tabla 13: *Coefficiente de correlación de Spearman de la dimensión Planear y Calidad de servicio.*

Correlaciones			
		Planear	Calidad de servicio
Rho de Spearman Planear	Coefficiente de correlación	1,000	,508**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	126	126
Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,508**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	126	126

Fuente: Elaboración propia.

Decisión:

Como $P=0.00 < \alpha=0.05$, entonces se rechaza H_0

El valor de significancia es 0.00, siendo menor a 0.05, lo que demuestra que existe suficiente evidencia estadística para negar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Además, el coeficiente de correlación de Spearman arrojó, 0.508. Lo que explica que hay una correlación positiva moderada. En ese sentido, la Planeación si predomina en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM 2019.

Prueba de Normalidad Específica 02:

Tabla 14: Prueba de Normalidad Específica 02

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Organizar	,152	126	,000	,920	126	,000
Calidad de servicio	,119	126	,000	,917	126	,000

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La prueba de normalidad muestra que, la dimensión Organizar y la variable Calidad de servicio, cuenta con una distribución por debajo a 0.05 al nivel de significancia, es decir “0.000 < 0.05”; “0.000 < 0.05”; por ende, no existe una distribución normal. De los cuales, se empleará una prueba no paramétrica, el Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis específicos 2:

H0: No existe un vínculo entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

Nivel de Significancia:

$\alpha = 0.05$

Tabla 15: Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Organizar y Calidad de servicio.

Correlaciones			
		Organizar	Calidad de servicio
Rho de Spearman Organizar	Coefficiente de correlación	1,000	,428**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	126	126
Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,428**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	126	126

Fuente: Elaboración propia.

Decisión:

Como $P=0.00 < \alpha=0.05$, entonces se rechaza H_0

El valor de significancia es 0.00, siendo menor a 0.05, lo que demuestra que existe suficiente evidencia estadística para negar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Además, el coeficiente de correlación de Spearman arrojó, 0.428. Lo que explica que hay una correlación positiva moderada. En ese sentido, la Organización si predomina en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM 2019.

Prueba de Normalidad Específica 03:**Tabla 16:** *Prueba de Normalidad Específica 03*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Integrar Personal	,161	126	,000	,953	126	,000
Calidad de servicio	,119	126	,000	,917	126	,000

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La prueba de normalidad muestra que, la dimensión Integrar Personal y la variable Calidad de servicio, cuenta con una distribución por debajo a 0.05 al nivel de significancia, es decir “0.000 < 0.05”; “0.000 < 0.05”; por ende, no existe una distribución normal. De los cuales, se empleará una prueba no paramétrica, el Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis específicos 3:

H_0 : No existe un vínculo entre Integrar Personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

H_1 : Existe un vínculo entre Integral Personar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

Nivel de Significancia:

$\alpha = 0.05$

Tabla 17: *Coefficiente de correlación de Spearman de la dimensión Integrar Personal y Calidad de servicio.*

Correlaciones				
		Integrar Personal Calidad de servicio		
Rho de Spearman Integrar Personal	Coefficiente de correlación	1,000	,513**	
	Sig. (bilateral)	.	,000	
	N	126	126	
Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,513**	1,000	
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	126	126	

Fuente: Elaboración propia.

Decisión:

Como $P=0.00 < \alpha=0.05$, entonces se rechaza H_0

El valor de significancia es 0.00, siendo menor a 0.05, lo que demuestra que existe suficiente evidencia estadística para negar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Además, el coeficiente de correlación de Spearman arrojó, 0.513. Lo que explica que hay una correlación positiva moderada. En ese sentido, la Integración al Personal si predomina en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM 2019.

Prueba de Normalidad Específica 04:

Tabla 18: *Prueba de Normalidad Específica 04*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Dirigir	,136	126	,000	,946	126	,000
Calidad de servicio	,119	126	,000	,917	126	,000

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La prueba de normalidad muestra que, la dimensión Dirigir y la variable Calidad de servicio, cuenta con una distribución por debajo a 0.05 al nivel de significancia, es decir “ $0.000 < 0.05$ ”; “ $0.000 < 0.05$ ”; por ende, no existe una distribución normal. De los cuales, se empleará una prueba no paramétrica, el Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis específicos 4:

H0: No existe un vínculo entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019

Nivel de Significancia:

$\alpha = 0.05$

Tabla 19: *Coefficiente de correlación de Spearman de la dimensión Dirigir y Calidad de servicio.*

Correlaciones				
			Dirigir	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Dirigir	Coefficiente de correlación	1,000	,396**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	126	126
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,396**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	126	126

Fuente: Elaboración propia.

Decisión:

Como $P=0.00 < \alpha=0.05$, entonces se rechaza Ho

El valor de significancia es 0.00, siendo menor a 0.05, lo que demuestra que existe suficiente evidencia estadística para negar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Además, el coeficiente de correlación de Spearman arrojó, 0.396. Lo que explica que hay una correlación positiva débil. En ese sentido, la Dirección de la empresa, no predomina mucho en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM 2019.

Prueba de Normalidad Específica 05:

Tabla 20: *Prueba de Normalidad Específica 05*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Controlar	,116	126	,000	,940	126	,000
Calidad de servicio	,119	126	,000	,917	126	,000

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La prueba de normalidad muestra que, la dimensión Controlar y la variable Calidad de servicio, cuenta con una distribución por debajo a 0.05 al nivel de significancia, es decir “0.000 < 0.05”; “0.000 < 0.05”; por ende, no existe una distribución normal. De los cuales, se empleará una prueba no paramétrica, el Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis específicos 5:

H0: No existe un vínculo entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019.

Nivel de Significancia:

$\alpha = 0.05$

Tabla 21: *Coefficiente de correlación de Spearman de la dimensión Controlar y Calidad de servicio.*

Correlaciones				
			Controlar	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Controlar	Coefficiente de correlación	1,000	,804**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	126	126
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,804**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	126	126

Fuente: Elaboración propia.

Decisión:

Como $P=0.00 < \alpha=0.05$, entonces se rechaza Ho

El valor de significancia es 0.00, siendo menor a 0.05, lo que demuestra que existe suficiente evidencia estadística para negar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Además, el coeficiente de correlación de Spearman arrojó, 0.804. Lo que se explica que hay una correlación positiva muy fuerte. En ese sentido, el Control si predomina bastante en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM 2019.

IV. DISCUSIÓN

La finalidad de este estudio de investigación es decretar el vínculo entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019, la información se consiguió a través de la encuesta que tiene una confiabilidad en el Alfa de Cronbach de 0.810 para la variable Gestión administrativa y 0.821 para la variable Calidad de servicio, seguidamente se analizaron e interpretaron los resultados a través del programa SPSS V.23.

Con respecto a los resultados de la tabla N° 4 se observa que, para la Gestión administrativa el indicador bueno equivale a 28.6%, regular con 38.1% y malo con 33.3%, por otro lado, respecto a la Calidad de servicio indican los clientes que el 33.3% se encuentra en la categoría regular.

El análisis de estos resultados, permite confirmar que sí hay existencia de vínculo entre las dos variables; tal resultado fué corroborado por el coeficiente de correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.846$), y un grado de significancia de 0,000; siendo una correlación positiva muy fuerte, por consiguiente, se niega la hipótesis nula y se confirma la hipótesis alternativa en ese sentido, la Gestión administrativa sí predomina en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM. Por ende, la Hipótesis General queda demostrado. Los resultados obtenidos por Tipian (2017), en su estudio se determinó que el coeficiente de Rho de Spearman fue = 0.500 cuya significancia de 0.000; esto quiere decir que, existe una correlación positiva media entre ambas variables, confirmando así la hipótesis alterna, que sí existe relación en la Gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios de la Dirección General de Protección de Datos Personales del Minjus 2016, Es decir, cuando mejor sea la Gestión Administrativa, la empresa obtendrá mejores resultados en la calidad de servicio que brinden a sus usuarios.

Por otra parte, hay una gran diferencia en los resultados conseguidos por Vásquez (2017), lo cual llegó a la siguiente conclusión: en base a los resultados obtenidos, indicó mediante la correlación de Spearman fue de = 0.251 indicó que existe relación positiva baja, con un nivel de significancia de 0.000, por lo tanto, el investigador negó la hipótesis nula y aceptó la hipótesis alterna. Indicando de este modo, que la relación de ambos influye al otro. Concluyó que, cuanto sea mayor el nivel de la Gestión Administrativa, habrá mayor nivel de Calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Modas Diversas del Perú S.A.C de San Juan de Lurigancho, 2017.

De igual manera, Esquivel y Huamani (2016), Concluyó en su estudio realizado; se determinó que el coeficiente de correlación de Spearman fue = 0.348 cuyo nivel fue

significativa, quiere decir que, existe una correlación positiva baja, por lo tanto, negó la hipótesis nula y aceptó la hipótesis alterna, de este modo, indicando que si existe relación entre ambas variables de estudio. concluyó, a medida que mejora la gestión administrativa también mejorará la calidad de servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015.

Hay gran diferencia en los resultados conseguidos por Castro (2012), en su estudio obtuvo un resultado en el coeficiente de Rho de Spearman de 0.648, con un grado de significancia de 0.000: esto nos indica que existe una correlación positiva moderada. Por lo tanto, negó la hipótesis nula y aceptó la alterna. Finalmente, se concluyó que si existe relación entre gestión administrativa y satisfacción laboral de los trabajadores de las instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. Por ende, los resultados hacia sus colaboradores fueron positivos, debido a que, puede cubrir las expectativas y realizar una satisfacción laboral óptimo a sus colaboradores.

Por otra parte, Loza (2016), en su Investigación, determinó un resultado cuyo coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.563, cuyo valor de significancia fue = 0.000; resultados que indica que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables, por ende, se negó la hipótesis nula y se aceptó la alterna. por consecuente, la investigación que al principio formuló estrategias fue para mejorar la gestión administrativa y la calidad de los servicios en el gobierno autónomo descentralizado del cantón Mera; debido a que, es un requisito estructurar; de una mejor manera la empresa para obtener los objetivos y así mejorar la apreciación de los usuarios en cuanto, a la calidad y también de los servicios municipales.

Por otra parte, Basantes (2014), en su estudio obtuvo como resultado sobre el coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0.683$ con un nivel de significancia de = 0.000, es decir, que existe una correlación alta entre ambas variables de estudio, cuyo resultado aceptó la alterna. Determinó que los clientes tienen en cuenta que el servicio brindado fue regular. Cuando un cliente no recibe una atención adecuada es porque le falta mejorar a la empresa en reforzar en calidad de servicio. Es por eso que, sí hay existencia de relación entre Modelo de Gestión Administrativa y Calidad en el servicio al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato 2014. Concluyó con otros autores que la calidad son acciones programadas para otorgar confianza ya sea de un producto o servicio.

Detallando los resultados conseguidos de las dimensiones de la variable Gestión administrativa de forma autónoma, se puede visualizar que la dimensión Controlar percibe

la mejor correlación que en el coeficiente de Rho de Spearman arroja 0.804 resultado que indica que tiene una correlación positiva muy fuerte. Seguido por la dimensión Integrar Personal que tiene el coeficiente de Spearman de 0.513, al igual que la dimensión Planear que tiene $r: 0.508$, la dimensión Organizar que tiene el coeficiente Rho de Spearman $r: 0.428$; y por último la dimensión Dirigir tiene el coeficiente de 0.396 se constata que tiene una correlación débil. Finalmente, se manifiesta que todas las dimensiones estudiadas guardan correlación directa y significativa con la variable Calidad de servicio. Sin embargo, correspondiente a la dimensión Dirigir que es la correlación baja y la más alta es la dimensión Controlar.

En los resultados obtenidos en las correlaciones de dimensiones de la Gestión administrativa y calidad de servicio por la autora Tipián (2017), se evidenció que la correlación más baja resultó ser la dimensión Controlar que tuvo como $r: 0.210$, seguido de la dimensión Dirigir que arrojó un coeficiente de correlación de $r: 0.288$; por otra parte, la dimensión Organizar tuvo un coeficiente de correlación de $r: 0,299$ y el coeficiente de mayor correlación tuvo la dimensión Planear con $r: 0,353$. Estos resultados indican que tienen correlación débil de los cuales tienen relación significativa con la calidad de servicio.

Por otra parte, los resultados conseguidos por el autor Vásquez (2017), obtuvo como resultados en las dimensiones la más baja en la correlación de Spearman fue la dimensión Organización con 0.158, seguido de la dimensión Control con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,165; la dimensión Planeación tuvo un resultado de $r: 0,186$ y la más alta fue en la dimensión Dirección con 0,244.

Prosiguiendo con el análisis los autores Esquivel y Huamaní (2016), obtuvieron resultados en la correlación de las dimensiones siendo la más alta la dimensión Organización con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.322; seguido de la dimensión Planificación que tuvo $r: 0,231$; la dimensión Dirección tuvo $r: 0,224$; y la dimensión baja fue la dimensión Control con un coeficiente de 0.159. de esta manera se observa que existe correlación significativa en las dimensiones de la Gestión administrativa con la calidad de servicio.

V. CONCLUSIONES

Concretado la investigación “Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino 2019”, se llegó a las siguientes conclusiones:

Primero: en relación al objetivo general propuesto, se decretó que la gestión administrativa se vincula con la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019, alcanzando un resultado de la correlación Rho de Spearman = 0.846; y el grado de significancia de 0,000. Por lo cual, se niega la hipótesis nula, cuyo resultado indica que el coeficiente de correlación es muy fuerte entre ambas variables y, por ende, corrobora que la gestión administrativa es primordial para la calidad de servicio al cliente, razón por la cual la empresa marca la diferencia frente al competidor, con ello, contribuye a la progresión ideal en seguir vendiendo sus productos y de esta manera generando la rentabilidad de la compañía; sin descuidar en la atención y satisfacción del usuario.

Segundo: con respecto al primer objetivo específico propuesto, se determina que, sí existe relación entre la dimensión Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019; cuyo índice de correlación de Rho de Spearman es 0.508, con un grado de significancia de 0,000; lo que indica se rechaza la hipótesis nula, lo que indica que el coeficiente de correlación es positiva moderada, este resultado ratifica que, la empresa Andamios RHM, tiene en cuenta el proceso de planeación como base y primordial para la obtención de los objetivos, iniciando así, una buena gestión administrativa.

Tercero: con respecto al segundo objetivo propuesto, se logró comprobar que, sí existe vínculo relación entre la dimensión Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019; cuyo índice de correlación de Rho de Spearman es 0,428, con un grado de significancia de 0,000; lo que indica que se rechaza la hipótesis nula; por ende, señala que el coeficiente de correlación es positiva moderada, este resultado confirma que la empresa Andamios RHM , posee bien su estructura organizacional, cada colaborador tiene en cuenta de sus funciones y roles manteniendo así una comunicación eficaz entre las áreas de la organización.

Cuarto: con respecto al tercer objetivo propuesto, se concluye que, si existe vínculo entre la dimensión Integrar Personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM del distrito El Agustino, 2019; cuyo valor de correlación de Rho de Spearman es 0,513 con un nivel de significancia de 0,000, lo que indica que se niega la hipótesis nula, dando a conocer el coeficiente de correlación es positiva moderada, este resultado corrobora que la

empresa Andamios RHM, tiene excelentes talentos humanos, es por eso que, ello se refleja a la hora de atender a un cliente, resultado que se visualiza en la relación cliente – colaborador.

Quinto: respecto al cuarto objetivo propuesto, se logró constatar que, sí existe relación entre la dimensión dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM del distrito El Agustino, 2019; cuyo valor de correlación de Rho de Spearman es 0,396 con un nivel de significancia de 0,000, lo que indica que se niega rechaza la hipótesis nula, lo que señala el coeficiente de correlación es positiva débil, este resultado reafirma que la empresa Andamios RHM carece de liderazgo, motivación, trabajo en equipo y comunicación, razón que son factores importantes en una organización.

Sexto: respecto al último objetivo propuesto, se logró confirmar que, sí existe relación entre la dimensión controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM del distrito El Agustino, 2019; cuyo índice de correlación de Rho de Spearman es 0,804 con un grado de significancia de 0,000, lo que indica que se niega la hipótesis nula, indicando así que el coeficiente de correlación es positiva muy fuerte, este resultado ratifica que la empresa Andamios RHM tiene en cuenta este proceso como primordial, debido a que, esta dimensión se encarga de evaluar y corregir el desempeño para que se obtengan los objetivos planteados por la empresa, de esta manera conociendo las fallas existente internas, para la rápida corrección, es decir que todo este proceso está entrelazado de un principio a un final, realizando una retroalimentación dentro de la empresa.

VI. RECOMENDACIONES

En base a los resultados, se sugiere que la empresa Andamios RHM debe dirigir sus procesos administrativos, en la calidad de servicio, debido a que en la actualidad los usuarios son cada vez más exigentes al momento de apreciar la atención que estos perciben. Además, para que la empresa siga teniendo una mejora continua en la calidad de servicio y ser competitiva; el director indispensablemente debe tener en cuenta en seguir mejorando cada proceso administrativo; ya que, en ambas variables de estudio se pudo comprobar que existe relación muy fuerte, y por ende, no puede confiarse y bajar la guardia frente a su competidor, para seguir posicionándose en el mercado, marcando la diferencia y brindando así un servicio excelente.

Respecto a la dimensión Planear, se sugiere que el director general, debe transmitir la misión y visión de la empresa para que así los integrantes tengan el compromiso y se sientan identificados. Con respecto a las políticas de la organización deben de ser conocidas por todos los colaboradores para que consigan un alto nivel de eficiencia en su desempeño y así logren alcanzar los objetivos propuestos de la empresa conjuntamente a la aplicación de nuevas estrategias maximizando el crecimiento.

Acerca de la dimensión Organizar, se recomienda seguir manteniendo esa interrelación de las áreas, manteniendo una comunicación clara y eficaz, de manera que cuando haya un problema, se solucione en el menor tiempo posible, ya que cada colaborador conoce sus funciones y responsabilidades, logrando con ello fidelizar al cliente, culminando el proceso de atención de manera satisfactoria.

Referente a la dimensión Integrar Personal, se sugiere retener a los talentos humanos para seguir con la buena atención al cliente, ello se lograra motivándolos con; reconocimientos, bonos, incentivos así formando talentos humanos eficaces en su desempeño. De esta manera, ante cualquier problema, tengan las alternativas de solución y tomen decisiones óptimas para la empresa.

En base a la dimensión Dirigir, se aconseja desarrollar las habilidades directivas, para que amplíen técnicas de liderazgo, la motivación y la comunicación; esto deberá ser primordial para la elaboración de planes estratégicos, de manera que, todos los integrantes de la empresa estén adiestrados y sobre todo identificados con los objetivos de la empresa Andamios RHM. Por consiguiente, se sugiera que el directivo otorgue incentivos a los colaboradores por el desempeño y rendimiento a fin de reconocer su gran labor y compromiso con la empresa. De esta manera, los colaboradores sentirán el compromiso total y dicho acto, se reflejará en la calidad de servicio al cliente.

En cuanto a la dimensión Controlar, se observa que este proceso es muy fuerte en la organización. Esto quiere decir que, la empresa mantiene un seguimiento constante, solucionando problemas internos en la empresa, ya que, este proceso está amarrado con el proceso de planeación, que su único fin es llegar a su objetivo propuesto, se recomienda integrar un plan adecuado para el control, de tal manera que, posea el objetivo de aumentar progresivamente los resultados. Los líderes deberán mejorar en aminorar las quejas existente por parte de los clientes, a través de un método de control con criterios o estándares de calidad; las encuestas serán primordiales para saber la apreciación acerca del otorgamiento en la atención al cliente, de esta manera estas evaluaciones constantes serán fundamentales para reducir los problemas y seguir manteniendo un excelente servicio de calidad y solo así, la preferencia del cliente, generará gran satisfacción y un beneficio a la empresa, en fidelizarlos y satisfaciendo con el mejor servicio brindado.

REFERENCIAS

- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación: serie por competencias*. (1°ed). México: Editorial Patria
- Basantes, S. (2014). “*Modelo de Gestión Administrativa y la Calidad en el Servicio al Cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato*”. Ecuador. (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7318/1/149%20o.e..pdf>
- ¿Cuál es la clave para que tu empresa sea más competitiva en el 2019? (23 de diciembre de 2018). *Diario Gestión*, p. s/n. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/clave-empresa-sea-competitiva-2019-253705-noticia/?ref=nota&ft=autoload>
- Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños. (14 de setiembre de 2019). *Diario Gestión*, p. s/n. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/?ref=gesr>
- Castro, M. (2012). “*Gestión Administrativa satisfacción laboral de los trabajadores de las instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida*”. (Tesis de maestría). Recuperado de Universidad Los Andes, Mérida, Venezuela.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Perú: Lima. Editorial San Marcos. Recuperado de: https://docit.tips/queue/metodologia-de-la-investigacion-cientifica-carrasco-diaz-1-omar_pdf?&queue_id=-1&v=1572227829&u=MTkwLjIxNi4xNzguMjI4
- Chiavenato, I. (2011). *Gestión administrativa*. Barcelona: Paidós.
- El Perú reúne las condiciones para ofrecer la mejor atención al cliente de América Latina. (02 de enero de 2014). *Diario Gestión*, p. s/n. Recuperado de: <https://gestion.pe/tendencias/peru-reune-condiciones-ofrecer-mejor-atencion-cliente-america-latina-289-noticia/>
- Esquivel, N. y Huamani, D. (2016). “*Gestión Administrativa y calidad de servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015*”. Perú: Tesis de Pregrado). Recuperado de: http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/370/3/Nancy_Delcy_Tesis_bachiller_2016.pdf

- Fidias, G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (6° ed.). Venezuela: Caracas: Editorial Episteme, C.A. Recuperado de: <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Córdoba. Editorial Brujas. Recuperado de: <http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Gomez%20-%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Mexico: Red tercer Milenio. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6° ed.) México D.F., México: Mc Graw Hill. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Koontz, H., Weihrich, H., y Cannice, M. (2012). *Administración: una perspectiva global y empresarial*. (14° ed.). México: Mc Graw Hill. Recuperado de: <http://cieu.com.ar/descargas/2017/administracion.pdf>
- Levin, R., y Rubin, D. (2004). *Estadística para administración y economía*. (7° ed.). México: Pearson Educación de México, S.A de C.V
- López, A. (16 de agosto de 2014). Un buen servicio al cliente, base del éxito comercial. *Portafolio*, p. s/n. recuperado de: <https://www.portafolio.co/tendencias/buen-servicio-cliente-base-exito-comercial-54830>
- Lovelock, C., y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia*. (6° ed.). México: Pearson Educación. Recuperado de: <https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- Loza, M. (2016). “*La gestión administrativa y la calidad de los servicios en el gobierno autónomo descentralizado del cantón mera*”. Ecuador: (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3622/1/TUPADM0005-%20%202016.pdf>

- Mochón, F., Mochón, M. y Sáez, M. (2014). *Administración: Enfoque por competencias con casos latinoamericanos* (1°ed.). México D.F.
- Palella, S., y Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación Cuantitativa*. (3° ed.). Venezuela: Caracas: FEDEPEL. Recuperado de: <https://metodologiaecs.files.wordpress.com/2015/09/metodolog3ada-de-la-investigac3b3n-cuantitativa-3ra-ed-2012-santa-palella-stracuzzi-feliberto-martins-pestana.pdf>
- Pizzo M. (2014), *la insatisfacción del cliente no es culpa del empleado*. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/marketing-2/la-insatisfaccion-del-cliente-no-es-culpadel-empleado.htm>
- Suárez, P. (20 de setiembre de 2016). CDNN23 Entrevista a John Tschohl sobre la primera escuela de servicio al cliente en Nicaragua [archivo de video]. De: <https://www.youtube.com/watch?v=Bq-4uXKePig&feature=youtu.be>
- Tipian, S. (2017). *Gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios de la Dirección General de Protección de Datos Personales del Minjus*. Perú: Tesis para la obtención del grado de Maestra en Gestión Pública presentada en la Universidad Cesar Vallejo.
- Tschohl, J. (2014). *Servicio al cliente*. (10° ed.). EE. UU: Revista Time. Recuperado de: <http://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Vásquez, A. (2017). “*Gestión administrativa y Calidad de servicio en la empresa Modas Diversas del Perú S.A.C de San Juan de Lurigancho, 2017*”. (Tesis de Pregrado). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11206/Vaquez_DA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zeithaml, V., Bitner, M. y Gremler D. (2009). *Marketing de servicios* (5° ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1: Cuadro de Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Koontz, Weihrich y Cannice (2012) determinan que: La gestión administrativa es un proceso mediante el cual se diseña y mantiene un entorno en el que los colaboradores que laboran en equipo realizan específicas de manera eficaz. Los Gerentes desarrollan las siguientes funciones: Planear, Organizar, Integrar Personal, Dirigir y Controlar.	Conforme a Gestión Administrativa que: serán evaluados por sus dimensiones junto a sus indicadores, se construirá el tipo de encuesta, de las cuales estas serán estudiadas mediante el programa estadístico SPPS.	PLANEAR	MISIÓN	1,2	ORDINAL
				METAS	3,4	
				POLÍTICAS	5,6	
				ESTRATEGIAS	7	
			ORGANIZAR	ESTRUCTURA	9,9	
				FUNCIONES	10,11	
				GRUPOS DE TRABAJO	12,13	
				RECURSOS HUMANOS	14,15	
			INTEGRAR PERSONAL	RECURSOS MATERIALES	16,	
				PROCESO DE CAPACITACIÓN	17,18	
				MOTIVACIÓN	19,20	
				EQUIPO	21,22	
			CONTROLAR	COMUNICACIÓN	23	
				RESULTADOS	24,25	
PROPÓSITO	26,27					
MEJORAMIENTO DEL SERVICIO	28,29, 30					
CALIDAD DE SERVICIO	Zeithaml, Bitner y Gremler mencionan que: La calidad de servicio es un elemento fundamental en toda empresa que varía según las percepciones del cliente (2009). Po lo tanto, los clientes al recibir un servicio o comprar un producto, juzgan de acuerdo a sus expectativas. Las dimensiones según los autores son los siguientes: Confiablez, Sensibilidad, Seguridad, Empatía y Tangibles.	Conforme a calidad de servicio serán evaluados por sus dimensiones junto a sus indicadores, se construirá el tipo de encuesta, de las cuales estas serán estudiadas mediante el programa estadístico SPPS.	CONFIABILIDAD	COMPROMISO	1,2	ORDINAL
				CONFIANZA	3,4	
				RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	5,6	
				PERSONAL CON DESEO DE AYUDAR	7,8	
			SENSIBILIDAD	PERSONAL PROACTIVO	9,10	
				PERSONAL GUÍA	11	
				EDUCACIÓN	12,13	
				CORTESIA	14,15	
			SEGURIDAD	CONOCIMIENTOS	16,17	
				ATENCIÓN INDIVIDUAL	18,19	
				HORARIOS FLEXIBLES	20,21	
				INTERÉS	22,23	
			TANGIBLES	INSTALACIONES	24,25	
				EQUIPAMIENTO MODERNO	26,27	
ASPECTO PERSONAL MATERIAL DE COMUNICACIÓN	28,29, 30					

ANEXO 2: Tabla de especificaciones de las variables Gestión Administrativa y Calidad de servicio

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	TOTAL, ÍTEMS	CANTIDAD DE ÍTEMS
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	PLANEAR	MISIONES	25%	7	2
		METAS			2
		POLÍTICAS ESTRATEGIAS			1
	ORGANIZAR	ESTRUCTURA	20%	6	2
		FUNCIONES			2
		GRUPOS DE TRABAJO			2
	INTEGRAR PERSONA	RECURSOS HUMANOS	15%	5	2
		RECURSOS MATERIALES			1
		PROCESO DE CAPACITACIÓN			2
	DIRIGIR	MOTIVACIÓN	15%	5	2
		EQUIPO			2
		COMUNICACIÓN			1
	CONTROLAR	RESULTADOS	25%	7	2
		PROPÓSITO			2
		MEJORAMIENTO IMPACTO DEL SERVICIO			2
			100%	30	
CALIDAD DE SERVICIO	CONFIABILIDAD	COMPROMISO	20%	6	2
		CONFIANZA			2
		RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS			2
	SENSIBILIDAD	PERSONAL CON DESEO DI AYUDAR	15%	5	2
		PERSONAL PROACTIVC			2
		PERSONAL GUÍA			1
	SEGURIDAD	EDUCACIÓN	20%	6	2
		CORTESIA			2
		CONOCIMIENTOS			2
	EMPATÍA	ATENCIÓN INDIVIDUAL	20%	6	2
		HORARIOS FLEXIBLES			2
		INTERÉS			2
	TANGIBLES	INSTALACIONES	25%	7	2
		EQUIPAMIENTO MODERN			2
		ASPECTO PERSONAL MATERIAL DE COMUNICACIÓN			1
			100%	30	

ANEXO 3: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE GESTIÓN ADMINISTRATIVA	INDICADORES	MÉTODO
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Establecer la relación que existe entre Gestión Administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>H0: No existe un vínculo entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito Agustino, 2019.</p>	<p>PLANEAR</p> <p>ORGANIZAR</p> <p>INTEGRAR PERSONAL</p> <p>DIRIGIR</p> <p>CONTROLAR</p>	<p>MISIÓN METAS POLÍTICAS ESTRATEGIAS ESTRUCTURA FUNCIONES GRUPOS DE TRABAJO RECURSOS HUMANOS RECURSOS MATERIALES PROCESO DE CAPACITACIÓ MOTIVACIÓN EQUIPO COMUNICACIÓN RESULTADOS PROPÓSITO MEJORAMIENTO IMPACTO DEL SERVICIO</p>	<p>Descriptivo, no experimental, Correlacional, transversal</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Establecer la relación que existe entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019</p> <p>Establecer la relación que existe entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios</p>	<p>Hipótesis Específicos</p> <p>H0: No existe un vínculo entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019. H1: Existe un vínculo entre Planear y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.</p>	<p>CALIDAD DE SERVICIO</p> <p>CONFIABILIDAD</p> <p>SENSIBILIDAD</p> <p>SEGURIDAD</p>	<p>COMPROMISO CONFIANZA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PERSONAL CON DESEO DE AYUDAR PERSONAL PROACTIVO PERSONAL GUÍA</p> <p>EDUCACIÓN CORTESIA CONOCIMIENTOS</p>	

¿Cuál es la relación que existe entre Integrar Personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019?

RHM, del distrito El Agustino, 2019.

Establecer la relación que existe entre Integrar Personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019

H0: No existe un vínculo entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Organizar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

¿Cuál es la relación que existe entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019?

Establecer la relación que existe entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019

H0: No existe un vínculo entre Integrar Personal y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Integral Personar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

¿Cuál es la relación que existe entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019?

Establecer la relación que existe entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, del distrito El Agustino, 2019

H0: No existe un vínculo entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Dirigir y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

H0: No existe un vínculo entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

H1: Existe un vínculo entre Controlar y la calidad de servicio al cliente en la empresa Andamios RHM, el Agustino, 2019.

EMPATÍA

ATENCIÓN INDIVIDUAL
HORARIOS FLEXIBLES
INTERÉS

TANGIBLES

INSTALACIONES
EQUIPAMIENTO MODERNO
ASPECTO PERSONAL
MATERIAL DE COMUNICACIÓN

ANEXO 4: Cuestionario

ENCUESTA

INSTRUCCIONES: En el siguiente cuadro conteste las preguntas propuestas con un aspa (X) en la casilla correspondiente.

Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
01	La misión de la empresa abarca notoriamente los valores que desempeña cada talento humano.					
02	La planeación es la base en toda organización para la ejecución de la misión de la organización					
03	Los colaboradores saben cuáles son las metas de la empresa.					
04	La empresa tiene como meta mejorar día a día en brindar un mejor servicio de calidad.					
05	Cada colaborador posee entendimiento completo acerca de las políticas de la empresa para una óptima atención al consumidor					
06	Las políticas de la empresa, está orientado para todos los colaboradores para así ofrecer un servicio preferible a sus compradores.					
07	Las estrategias propuestas por la empresa refuerzan a que los colaboradores solventen sus inconveniencias.					
08	La estructura organizacional de la empresa está planteada para que laboren de una manera coordinada.					
09	Observa que la estructura organizacional ayuda a conservar un entorno agradable en las tareas del colaborador.					
10	Las labores de cada integrante de la empresa están adecuadamente determinadas según su función que realiza.					
11	Al momento de requerir los servicios de la empresa observa que todos los colaboradores se comprometen libremente y desarrollan una tarea en grupo.					
12	Los grupos de trabajo deben conservar una comunicación eficaz para alcanzar las metas de la empresa.					
13	Todo grupo de trabajo debe sostener una comunicación positiva para el resultado de las metas					

14	La empresa cuenta con talentos humanos indispensables para que ofrezca una atención eficaz a los usuarios.					
15	La empresa cumple un proceso para realizar la capacitación correspondiente al colaborador que recién se integra.					
16	Los recursos materiales que posee la empresa son primordiales en su uso para que los colaboradores brinden una atención adecuada.					
17	La capacitación hacia a los colaboradores está dirigida para establecer un clima laboral adecuado.					
18	La empresa desarrolla evaluaciones sobre la función de cada colaborador.					
19	La motivación contenta a los colaboradores a alcanzar sus propósitos dentro de la empresa					
20	La empresa brinda premios a los colaboradores para el éxito de sus metas.					
21	La empresa trabaja en equipo para poder alcanzar sus objetivos.					
22	El personal tiene un adecuado comportamiento dentro de la empresa					
23	Los colaboradores emplean una comunicación fluida y sencilla al momento de brindarle una atención.					
24	La empresa tiene resultados eficientes y son reflejados cada vez que sus clientes adquieren un producto o servicio.					
25	Los resultados son medidos de acuerdo a la calidad de servicio.					
26	La empresa tiene buenos resultados conjuntamente a su crecimiento empresarial.					
27	El propósito de la empresa es brindar un servicio eficiente.					
28	La empresa brinda soluciones integrales al cliente.					
29	La organización está en constante innovación y crecimiento.					
30	La organización muestra interés en la solución a sus problemas.					
31	Los colaboradores se sienten comprometidos con la organización.					
32	La empresa se muestra comprometida con los clientes y colaboradores.					

33	Usted se siente en confianza al adquirir un producto o servicio.					
34	La confianza es primordial para tener una buena relación comercial.					
35	Los colaboradores llevan a cabo el servicio de manera correcta en su atención por primera vez.					
36	El colaborador muestra interés en la solución de los problemas al cliente de manera eficiente.					
37	El colaborador responde rápido a sus solicitudes de producto o servicios.					
38	El personal lo ha orientado de manera satisfactoria en sus operaciones.					
39	La empresa cuenta con personal proactivo que constantemente brinda una atención personalizada y confiable a los clientes.					
40	Los colaboradores son eficientes en todos sus procesos de la empresa.					
41	El colaborador de la empresa aclara las dudas del cliente en un tiempo determinado.					
42	El colaborador muestra amabilidad y respeto a la hora de atender al cliente.					
43	La empresa cuenta con profesionales capacitados para brindar un mejor servicio.					
44	Los colaboradores de la empresa se presentan atentos a dar arreglos a las intranquilidades de los clientes.					
45	El colaborador asignado para la atención otorga una respuesta inmediata a las dudas del cliente.					
46	El colaborador de la empresa está preparado para realizar sus roles de manera eficaz.					
47	Los colaboradores de la empresa conocen bien sus funciones dentro de la empresa.					
48	La empresa toma en cuenta las exigencias de los compradores para ofrecer una atención individual.					
49	El colaborador muestra el interés de ayudar sobre cualquier inconveniente al momento de adquirir un producto.					
50	La empresa posee un horario de atención apropiado para todos sus usuarios.					

51	Existe disponibilidad total por parte del colaborador para la atención y sugerencias del cliente.					
52	Los colaboradores de la empresa muestran un interés para brindar un mejor servicio.					
53	Los colaboradores de la empresa se preocupan en resolver las inquietudes de los usuarios.					
54	La empresa cuenta con instalaciones e infraestructura apropiada para ofrecer un servicio adecuado.					
55	Las instalaciones de la empresa muestran un ambiente agradable a la perspectiva del usuario.					
56	La empresa cuenta con equipos e instrumentos tecnológicos para la realización de sus actividades.					
57	Los colaboradores están capacitados para la manipulación de los equipos modernos a la hora de hacer un pedido.					
58	Los colaboradores de la empresa muestran buena imagen a la hora de atender a los clientes.					
59	El colaborador emplea un uniforme que lo identifica como parte de la empresa.					
60	la empresa cuenta con materiales informativos como (catálogos, folletos, otros) a la perspectiva del cliente.					

ANEXO 5: Certificado de Validez de contenido del instrumento

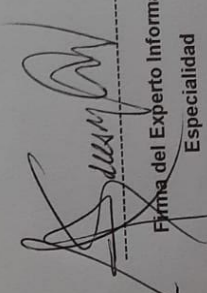
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		Considera usted que los colaboradores de la empresa Andamios RHM se preocupa en resolver las inquietudes de los usuarios.	
		DIMENSION 4: CONTROLAR	
23	Cree usted que la empresa Andamios RHM cuenta con instalaciones e infraestructura apropiada para ofrecer un servicio adecuado.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Considera usted que las instalaciones de la empresa muestran un ambiente agradable a la perspectiva del usuario.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Cree usted que la empresa Andamios RHM cuenta con equipos e instrumentos tecnológicos para la realización de sus actividades.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Considera usted que los colaboradores están capacitados para la manipulación de los equipos modernos a la hora de hacer un pedido.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	Los colaboradores de la empresa Andamios RHM muestran buena imagen a la hora de atender a los clientes.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	El colaborador de la empresa Andamios RHM emplea un uniforme diferenciador.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Cree usted que la empresa andamios RHM cuenta con materiales informativos como (catálogos, folletos, otros) a la perspectiva del cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mg: F. ALVARO SUASANA U. DNI: 09078477

Especialidad del validador: FINANZAS. PUNTERO
.....22 de febrero del 2019



Firma del Experto Informante.
Especialidad

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

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

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

26	La empresa cuenta con equipos e instrumentos tecnológicos para la realización de sus actividades.																			
27	Los colaboradores están capacitados para la manipulación de los equipos modernos a la hora de hacer un pedido.																			
28	Los colaboradores de la empresa muestran buena imagen a la hora de atender a los clientes.																			
29	El colaborador emplea un uniforme que lo identifica como parte de la empresa.																			
30	La empresa cuenta con materiales informativos como (catálogos, folletos, otros) a la perspectiva del cliente.																			

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []
 DNI: 46417339

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Guillem Cabrera Debera

Especialidad del validador: Gestión del Talento Humano

Fecha: 22 de 11 del 2019

 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 *Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
 *Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO 6: ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA / TABLA DE FRECUENCIA

Pregunta N° 1: Tabla 22 y Gráfico 1

Tabla 22

La misión de la empresa abarca notoriamente los valores que desempeña cada talento humano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	10	7,9	7,9	8,7
	Casi siempre	57	45,2	45,2	54,0
	Siempre	58	46,0	46,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

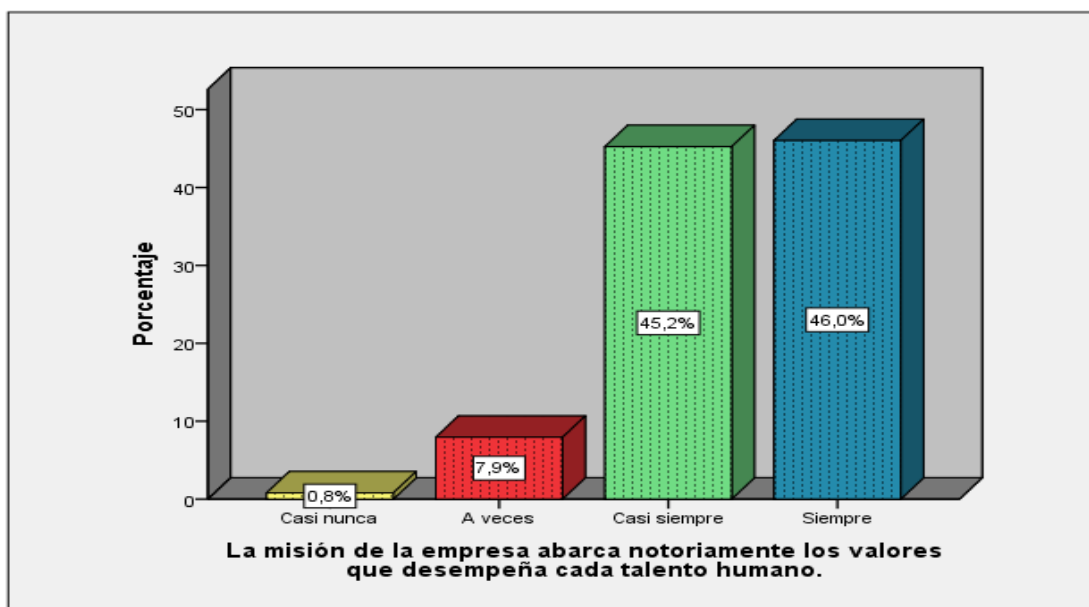


Gráfico 1

Análisis:

De la tabla 22 y gráfico 1, se observa que la misión de la empresa abarca notoriamente los valores que desempeña cada talento humano; del total de los clientes, el 46,0% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 45,2% expresan que Casi siempre están conforme, seguido del 7,9% los clientes i que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca; creen que la misión no abarca tales valores en cada talento humano.

Pregunta N° 2: Tabla 23 y Gráfico 2

Tabla 23

La planeación es la base en toda organización para la ejecución de la misión de la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	1	,8	,8	,8
	Casi siempre	49	38,9	38,9	39,7
	Siempre	76	60,3	60,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

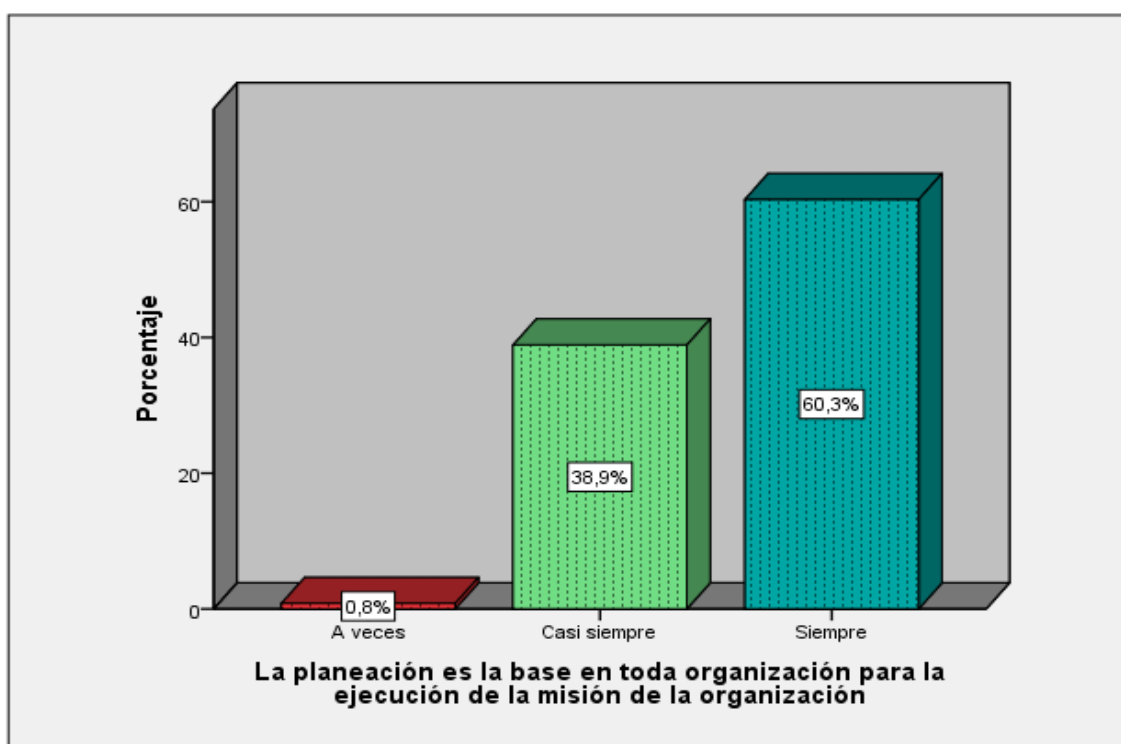


Gráfico 2

Análisis:

De la tabla 23 y gráfico 2, se visualiza que la planeación es la base en toda organización para la ejecución de la misión de la organización; del total de los clientes, el 60,3% de los encuestados expresaron estar Siempre, conforme que la planeación es la base en toda empresa, el 38,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo, y un 0,8% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo, manifiestan que la planeación no es necesariamente la base en toda organización.

Pregunta N° 3: Tabla 24 y Gráfico 3

Tabla 24

Los colaboradores saben cuáles son las metas de la empresa.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	68	54,0	54,0	61,1
	Siempre	49	38,9	38,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

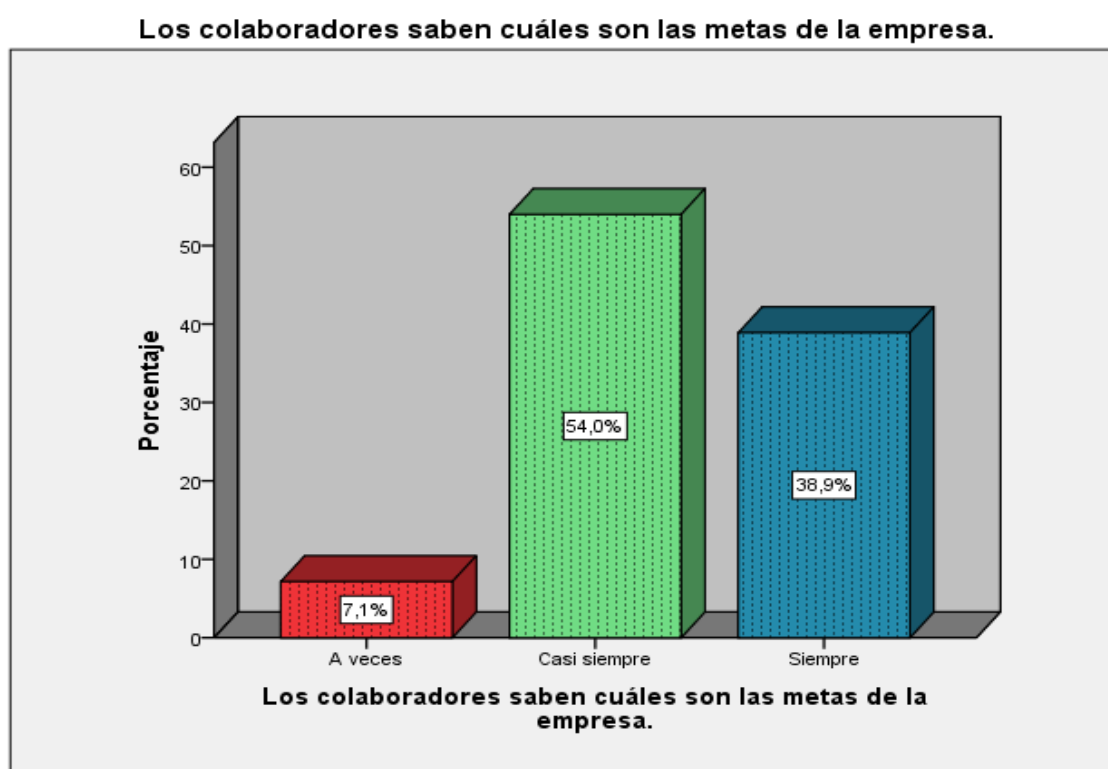


Gráfico 3

Análisis:

De la tabla 24 y gráfico 3, se visualiza que los colaboradores saben cuáles son las metas de la empresa; del total de los clientes, el 38,9% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 54,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo; que los colaboradores conocen cuales son las metas de la empresa, seguido del 7,1% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo; que los colaboradores conocen poco acerca de las metas de la empresa.

Pregunta N° 4: Tabla 25 y Gráfico 4

Tabla 25

La empresa tiene como meta mejorar día a día en brindar un mejor servicio de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	2,4	2,4	2,4
	Casi siempre	60	47,6	47,6	50,0
	Siempre	63	50,0	50,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

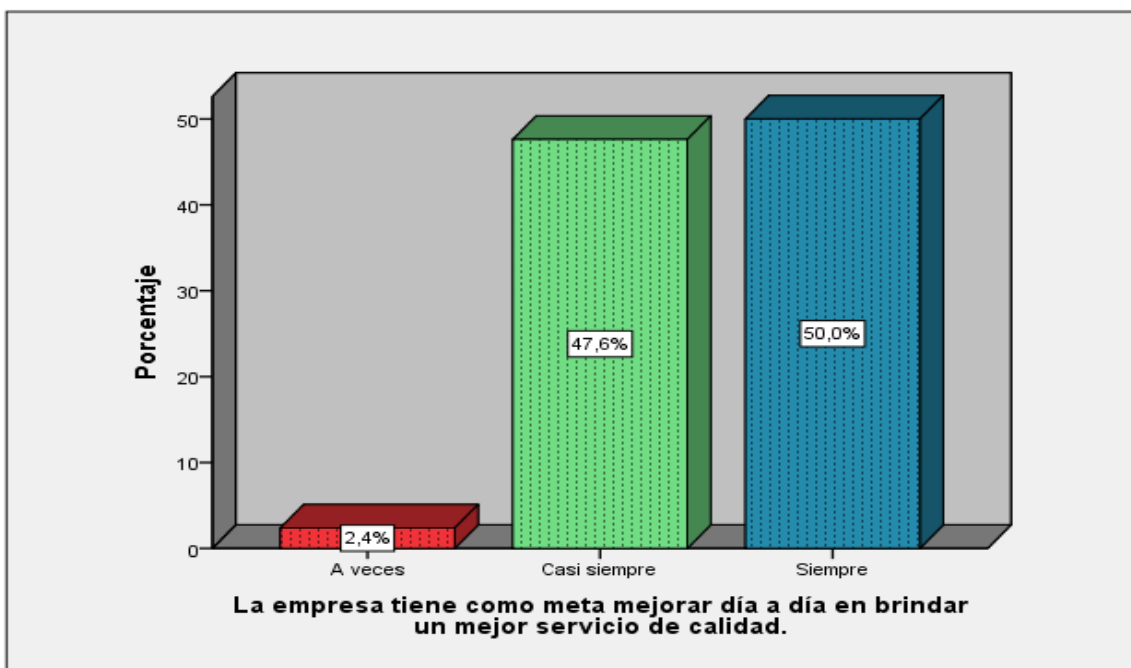


Gráfico 4

Análisis:

De la tabla 25 y gráfico 4, se observa que la empresa tiene como meta mejorar día a día en brindar un mejor servicio de calidad; del total de los clientes, el 50,0% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo debido a que, perciben un mejor servicio por parte de la empresa, el 47,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 2,4% los clientes expresan que solo A veces están conformes, debido a que, quizás no reciben un mejor servicio por parte de empresa.

Pregunta N° 5: Tabla 26 y Gráfico 5

Tabla 26

Cada colaborador posee entendimiento completo acerca de las políticas de la empresa para una óptima atención al consumidor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	14	11,1	11,1	11,9
	Casi siempre	58	46,0	46,0	57,9
	Siempre	53	42,1	42,1	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

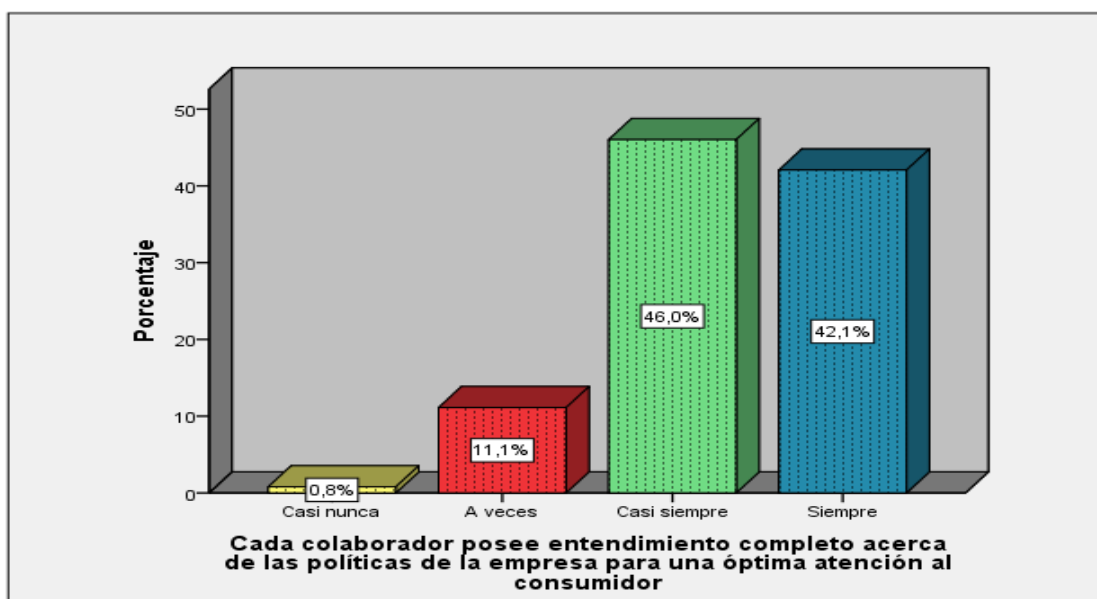


Gráfico 5

Análisis:

De la tabla 26 y gráfico 5, se visualiza que cada colaborador posee entendimiento completo acerca de las políticas de la empresa para una óptima atención al consumidor; del total de los clientes, el 42,1% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 46,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 11,1% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca, quizás en minoría de los colaboradores conocen poco acerca de las políticas de la empresa para una óptima atención al consumidor.

Pregunta N° 6: Tabla 27 y Gráfico 6

Tabla 27

Las políticas de la empresa, está orientado para todos los colaboradores para así ofrecer un servicio preferible a sus compradores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	6,3	6,3	6,3
	Casi siempre	56	44,4	44,4	50,8
	Siempre	62	49,2	49,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

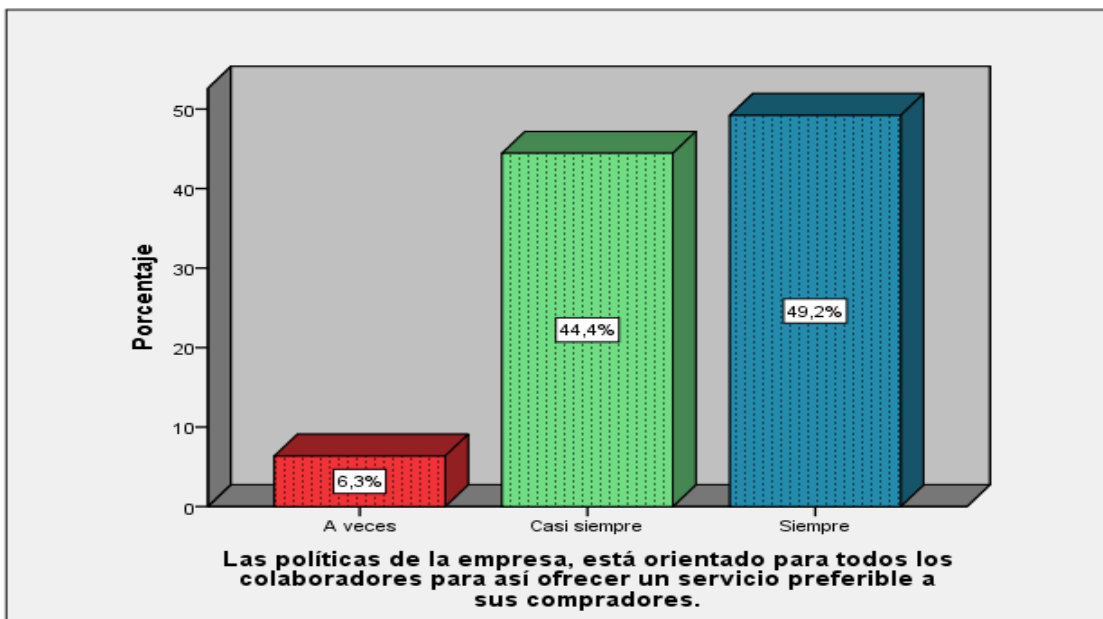


Gráfico 6

Análisis:

De la tabla 27 y gráfico 6, se observa que las políticas de la empresa, esta orientado para todos los colaboradores para así ofrecer un servicio preferible a sus compradores; del total de los clientes, el 49,2% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo porque las políticas de cada organización son primordiales para ofrecer un servicio excelente, el 44,4% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 6,3% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 7: Tabla 28 y Gráfico 7

Tabla 28

Las estrategias propuestas por la empresa refuerzan a que los colaboradores solventen sus inconveniencias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	9	7,1	7,1	7,9
	Casi siempre	60	47,6	47,6	55,6
	Siempre	56	44,4	44,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

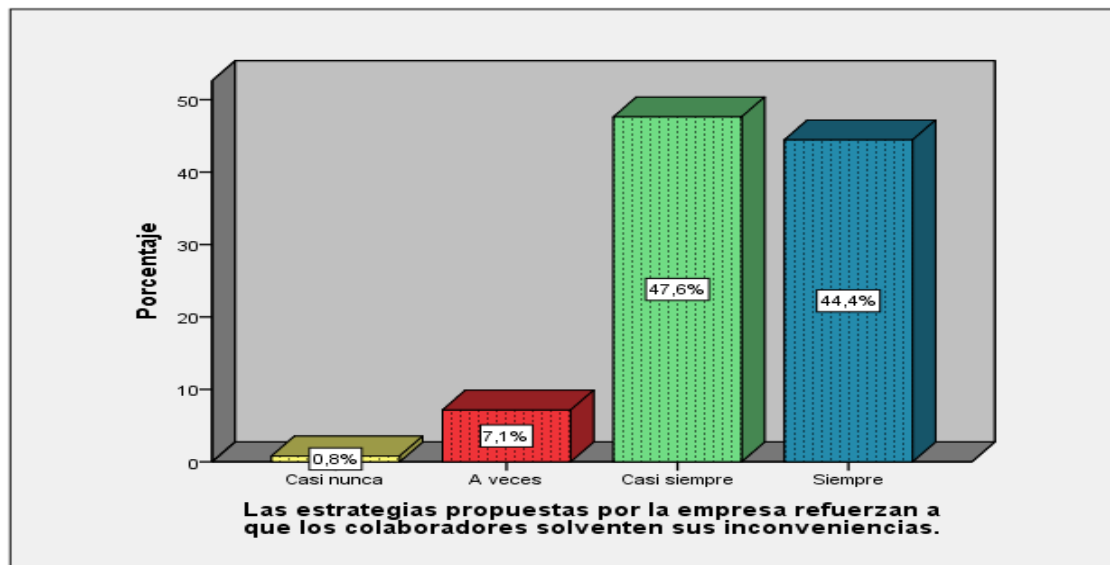


Gráfico 7

Análisis:

De la tabla 28 y gráfico 7, se visualiza que las estrategias propuestas por la empresa refuerzan a que los colaboradores solventen sus inconveniencias; del total de los clientes, el 44,4% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo con las estrategias planteadas por la empresa Andamios RHM para la rápida solución de problemas frente al cliente, el 47,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 7,1% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca. Debido a que, los colaboradores no resuelven sus problemas de todo frente al cliente.

Pregunta N° 8: Tabla 29 y Gráfico 8

Tabla 29

La estructura organizacional de la empresa está planteada para que laboren de una manera coordinada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	7	5,6	5,6	5,6
	Casi siempre	49	38,9	38,9	44,4
	Siempre	70	55,6	55,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

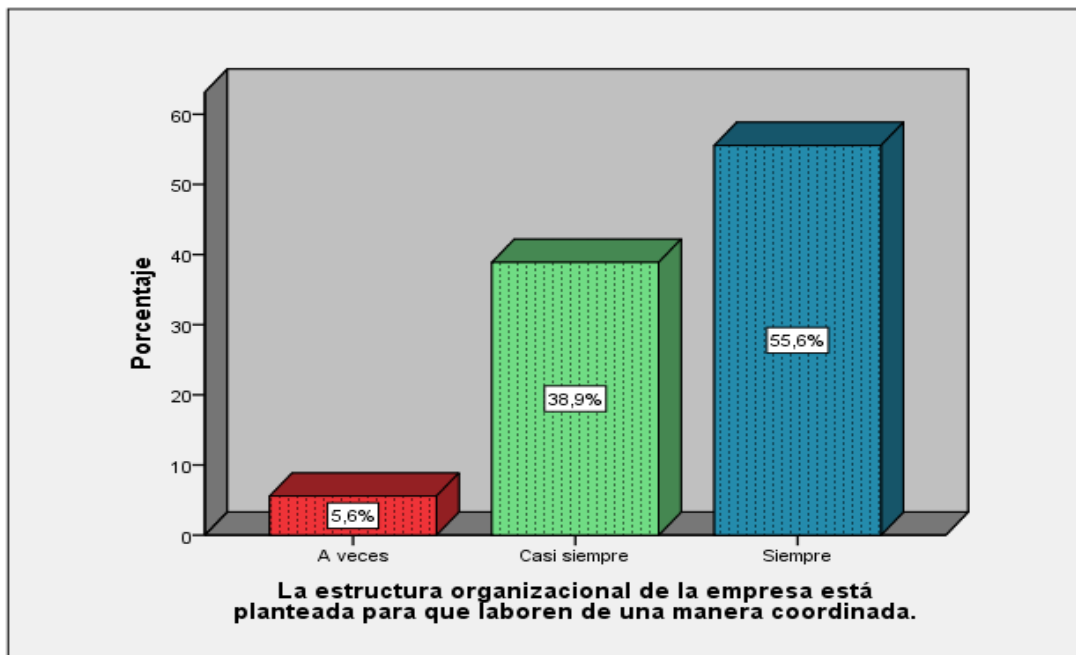


Gráfico 8

Análisis:

De la tabla 29 y gráfico 8, se observa que la estructura organizacional de la empresa está planteada para que laboren de manera coordinada; del total de los clientes, el 55,6% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, opinan que la estructura organizacional es fundamental para una correcta comunicación; el 38,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 5,6% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 9: Tabla 30 y Gráfico 9

Tabla 30

Observa que la estructura organizacional ayuda a conservar un entorno agradable en las tareas del colaborador.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	13	10,3	10,3	11,1
	Casi siempre	69	54,8	54,8	65,9
	Siempre	43	34,1	34,1	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

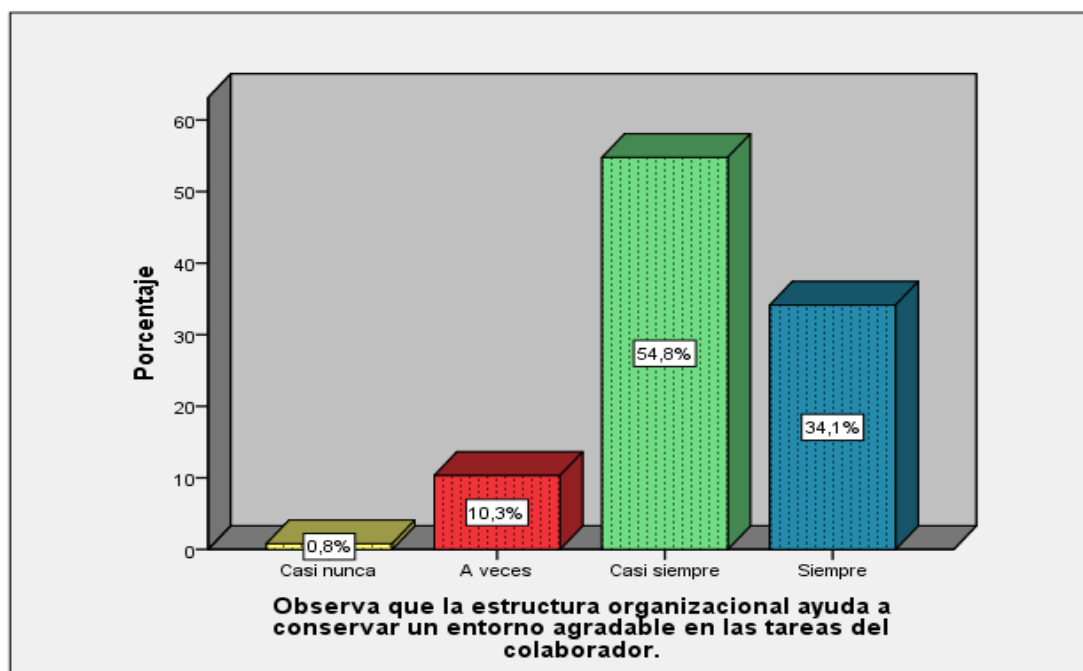


Gráfico 9

Análisis:

De la tabla 30 y gráfico 9, se observa que, la estructura organizacional ayuda a conservar un entorno agradable en las tareas del colaborador; del total de los clientes, el 34,1% de los encuestados dijeron estar Siempre, de acuerdo, el 54,8% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 10,3% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% de los clientes manifiestan como Casi nunca.

Pregunta N° 10: Tabla 31 y Gráfico 10

Tabla 31

Las labores de cada integrante de la empresa están adecuadamente determinadas según su función que realiza.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	7,9	7,9	7,9
	Casi siempre	54	42,9	42,9	50,8
	Siempre	62	49,2	49,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

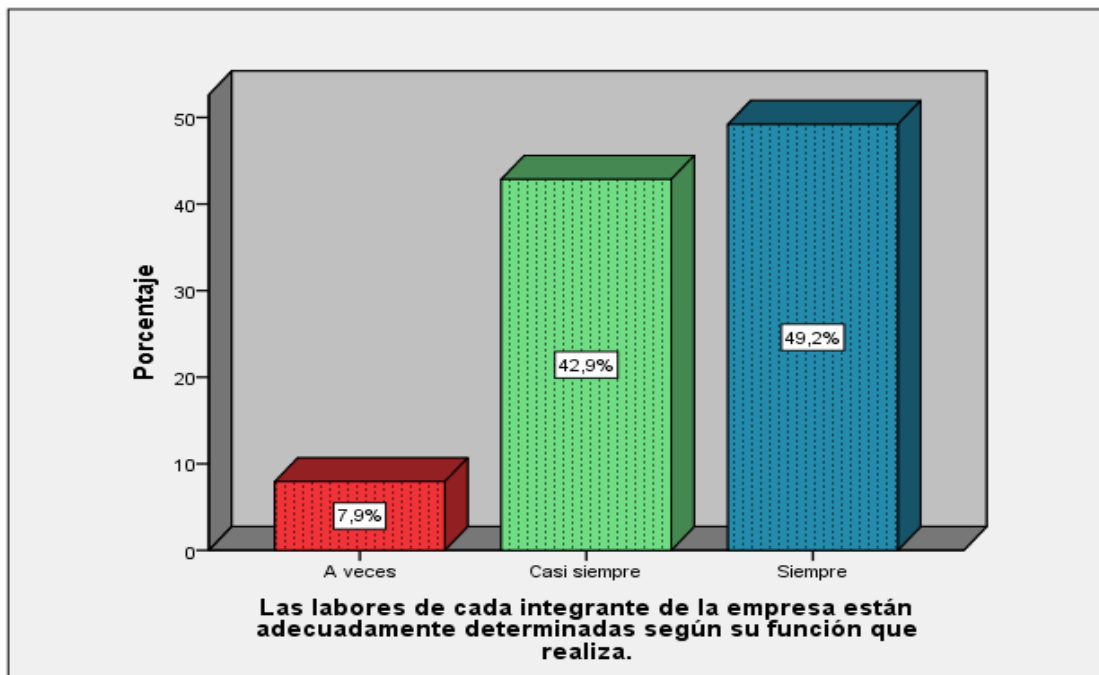


Gráfico 10

Análisis:

De la tabla 31 y gráfico 10, se visualiza que las labores de cada integrante de la empresa están adecuadamente determinadas según su función que realiza; del total de los clientes, el 49,2% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 42,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 7,9% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 11: Tabla 32 y Gráfico 11

Tabla 32

Al momento de requerir los servicios de la empresa observa que todos los colaboradores se comprometen libremente y desarrollan una tarea en grupo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	9	7,1	7,1	7,9
	Casi siempre	61	48,4	48,4	56,3
	Siempre	55	43,7	43,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

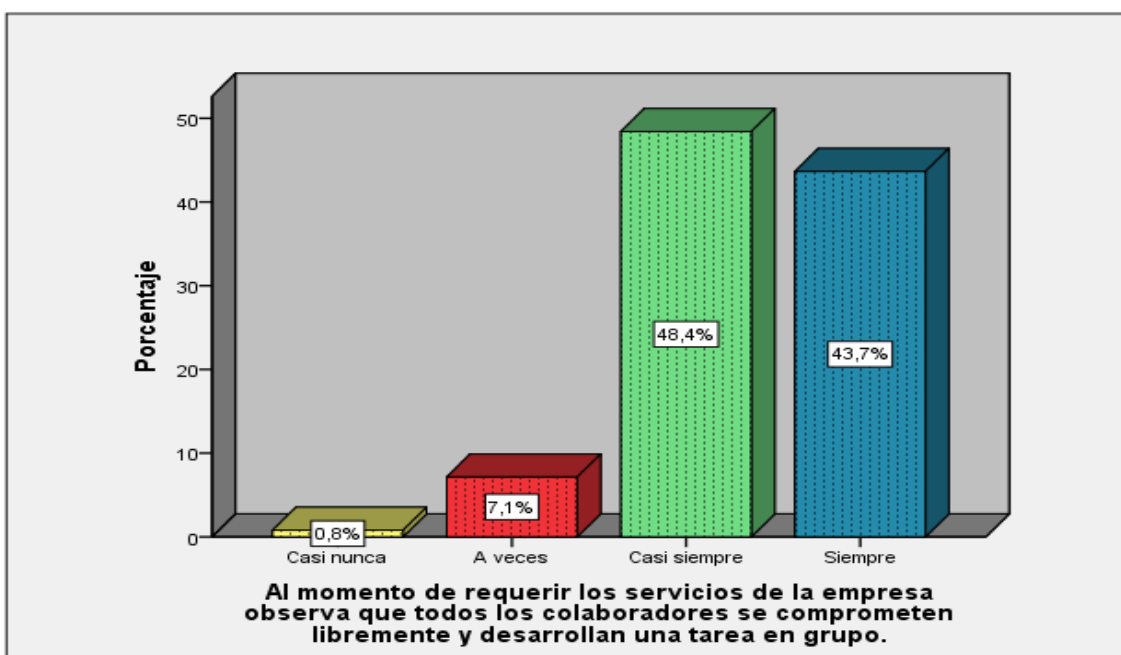


Gráfico 11

Análisis:

De la tabla 32 y gráfico 11, se visualiza que al momento de requerir los servicios de la empresa observa que todos los colaboradores realizan tareas en grupo de forma libre; del total de los clientes, el 43,7% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 48,4% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 7,1% los clientes manifiestan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% opinan como Casi nunca.

Pregunta N° 12: Tabla 33 y Gráfico 12

Tabla 33

Los grupos de trabajo deben conservar una comunicación eficaz para alcanzar las metas de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	4,0	4,0	4,0
	Casi siempre	53	42,0	42,0	46,0
	Siempre	68	54,0	54,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

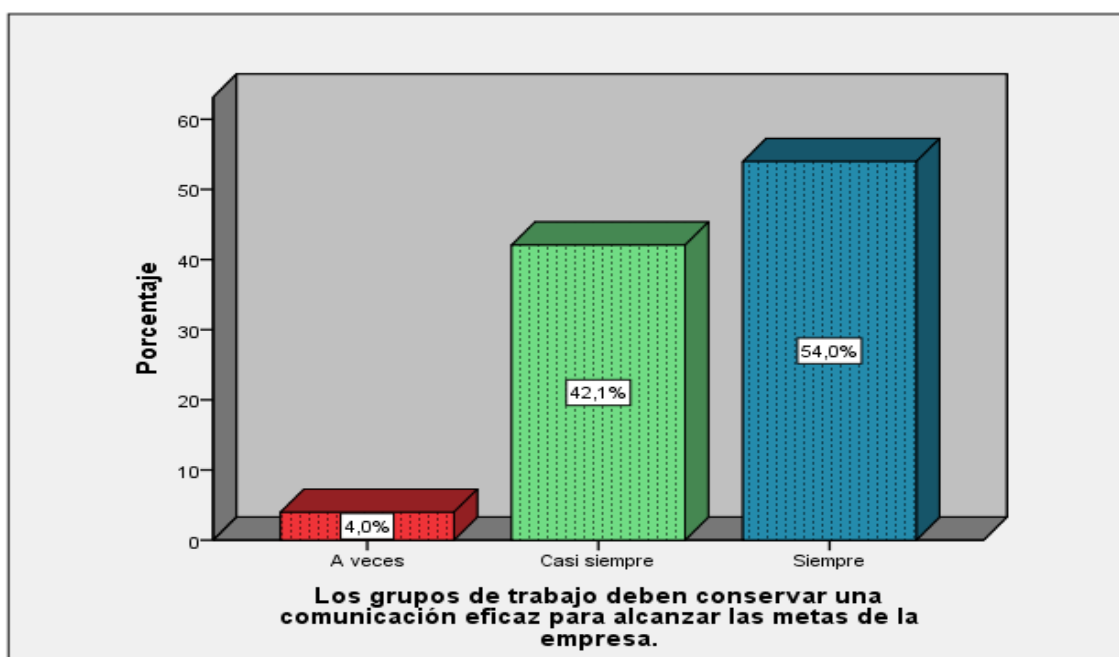


Gráfico 12

Análisis:

De la tabla 33 y gráfico 12, se visualiza que los grupos de trabajo deben de conservar una comunicación eficaz para alcanzar las metas de la empresa; del total de los clientes, el 54,0% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, ya que, la comunicación es importante en toda organización, de tal manera que se logre llegar al objetivo de la empresa; el 42,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 4,0% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 13: Tabla 34 y Gráfico 13

Tabla 34

Todo grupo de trabajo debe sostener una comunicación positiva para el resultado de las metas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	14	11,1	11,1	11,1
	Casi siempre	63	50,0	50,0	61,1
	Siempre	49	38,9	38,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

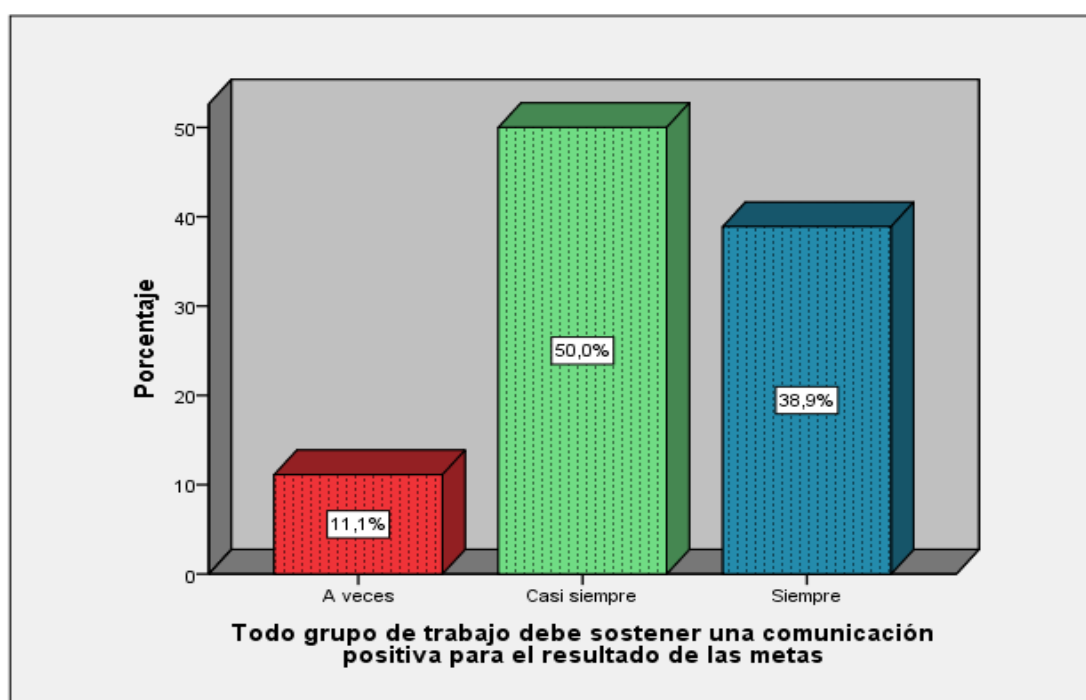


Gráfico 13

Análisis:

De la tabla 34 y gráfico 13, se visualiza que todo grupo de trabajo debe sostener una comunicación positiva para el resultado de las metas; del total de los clientes, el 38,9% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 50,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 11,1% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 14: Tabla 35 y Gráfico 14

Tabla 35

La empresa cuenta con talentos humanos indispensables para que ofrezca una atención eficaz a los usuarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	6,3	6,3	6,3
	Casi siempre	54	42,9	42,9	49,2
	Siempre	64	50,8	50,8	100,0
Total		126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

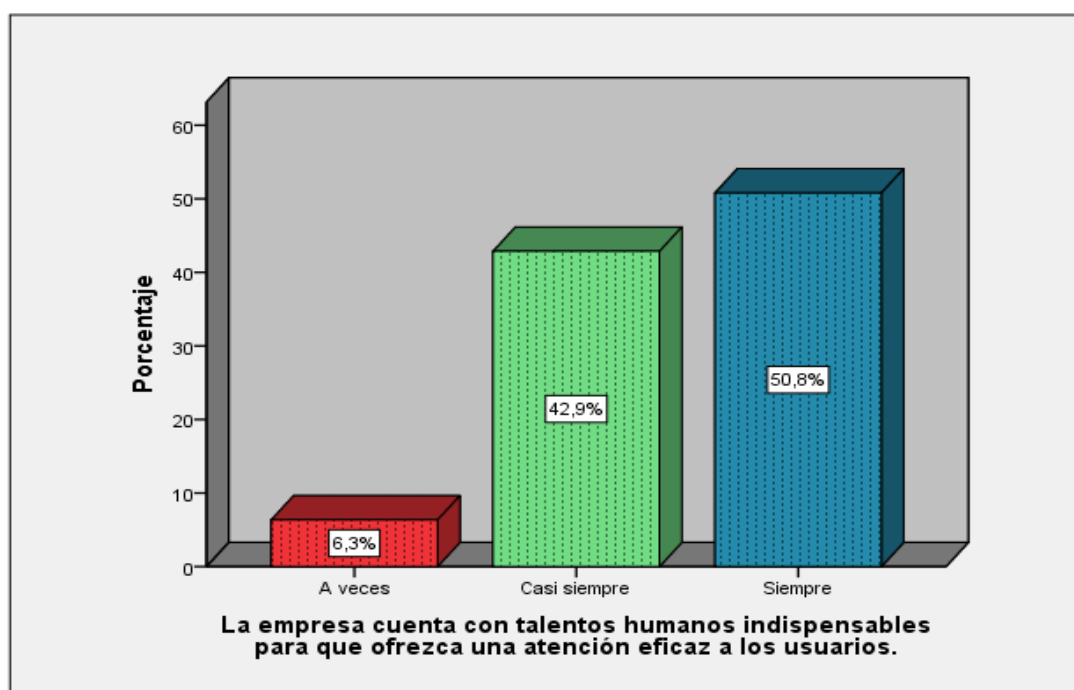


Gráfico 14

Análisis:

De la tabla 35 y gráfico 14, se visualiza que la empresa cuenta con talentos humanos indispensables para que ofrezca una atención eficaz a los usuarios; del total de los clientes, el 50,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 42,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo, y un 6,3% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 15: Tabla 36 y Gráfico 15

Tabla 36

La empresa cumple un proceso para realizar la capacitación correspondiente al colaborador que recién se integra.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	6,3	6,3	6,3
	Casi siempre	63	50,0	50,0	56,3
	Siempre	55	43,7	43,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

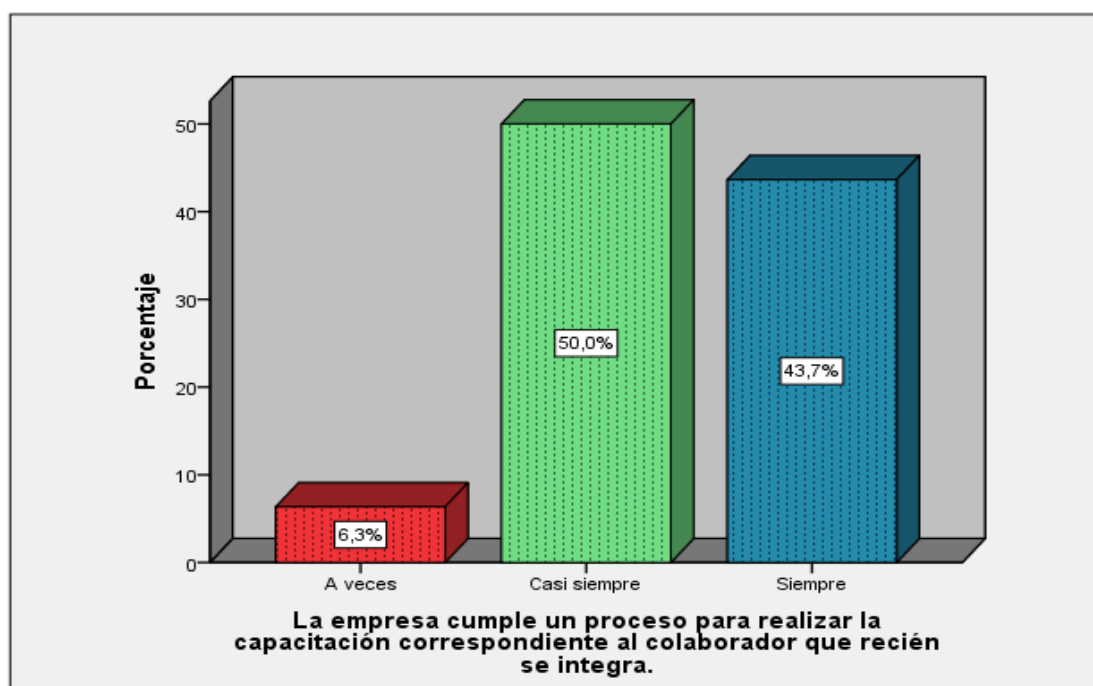


Gráfico 15

Análisis:

De la tabla 36 y gráfico 15, se visualiza que la empresa cumple un proceso para realizar la capacitación correspondiente al colaborador que recién se integra; del total de los clientes, el 43,7% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 50,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 6,3% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 16: Tabla 37 y Gráfico 16

Tabla 37

Los recursos materiales que posee la empresa son primordiales en su uso para que los colaboradores brinden una atención adecuada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	1,6	1,6	1,6
	Casi siempre	54	42,9	42,9	44,4
	Siempre	70	55,6	55,6	100,0
Total		126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

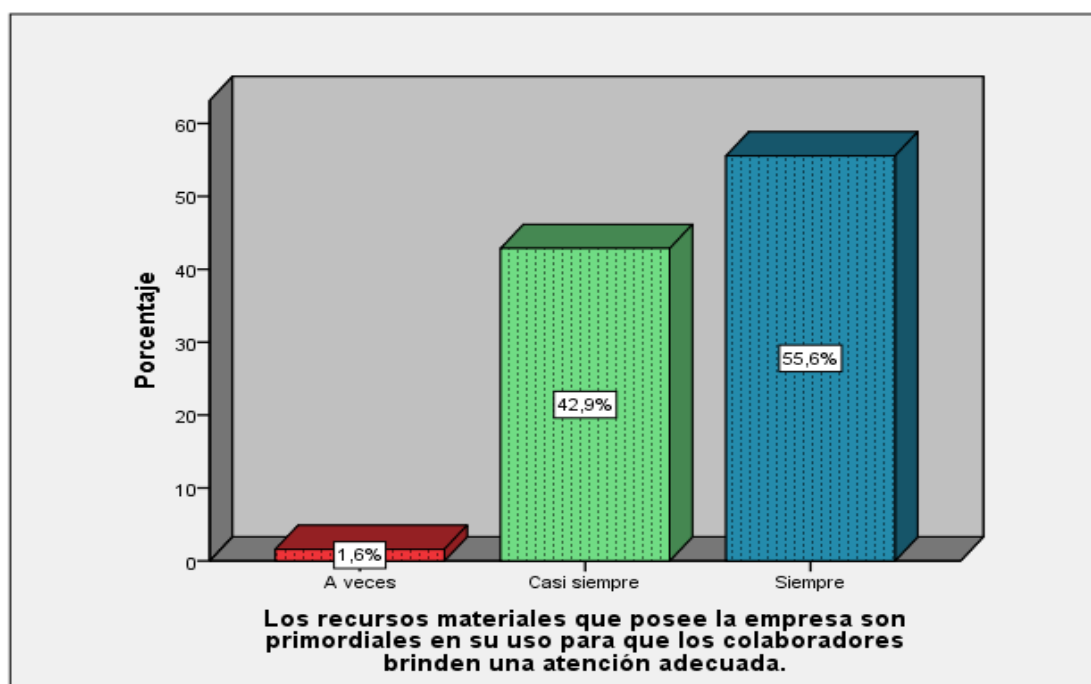


Gráfico 16

Análisis:

De la tabla 37 y gráfico 16, se visualiza que los recursos materiales que posee la empresa son primordiales en su uso para que los colaboradores brinden una atención adecuada; del total de los clientes, el 55,6% de los encuestados manifestaron estar Siempre, de acuerdo, el 42,9% opinan que Casi siempre están de acuerdo, y un 1,6% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 17: Tabla 38 y Gráfico 17

Tabla 38

La capacitación hacia los colaboradores está dirigida para establecer un clima laboral adecuado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	9	7,1	7,1	7,9
	Casi siempre	60	47,6	47,6	55,6
	Siempre	56	44,4	44,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

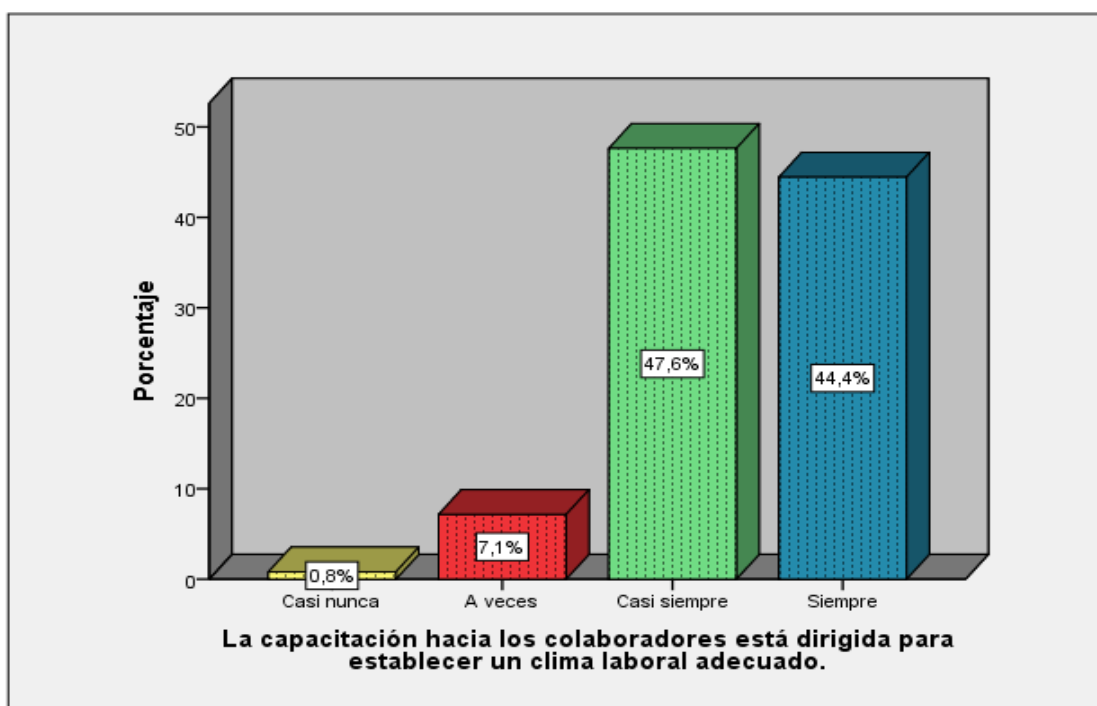


Gráfico 17

Análisis:

De la tabla 38 y gráfico 17, se visualiza que la capacitación hacia los colaboradores está dirigida para establecer un clima laboral adecuado; del total de los clientes, el 44,4% de los encuestados consideraron estar Siempre, de acuerdo, el 47,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 7,1% los clientes opinan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% de los clientes manifiestan como Casi nunca.

Pregunta N° 18: Tabla 39 y Gráfico 18

Tabla 39

La empresa desarrolla evaluaciones sobre la función de cada colaborador.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	8,7	8,7	8,7
	Casi siempre	51	40,5	40,5	49,2
	Siempre	64	50,8	50,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

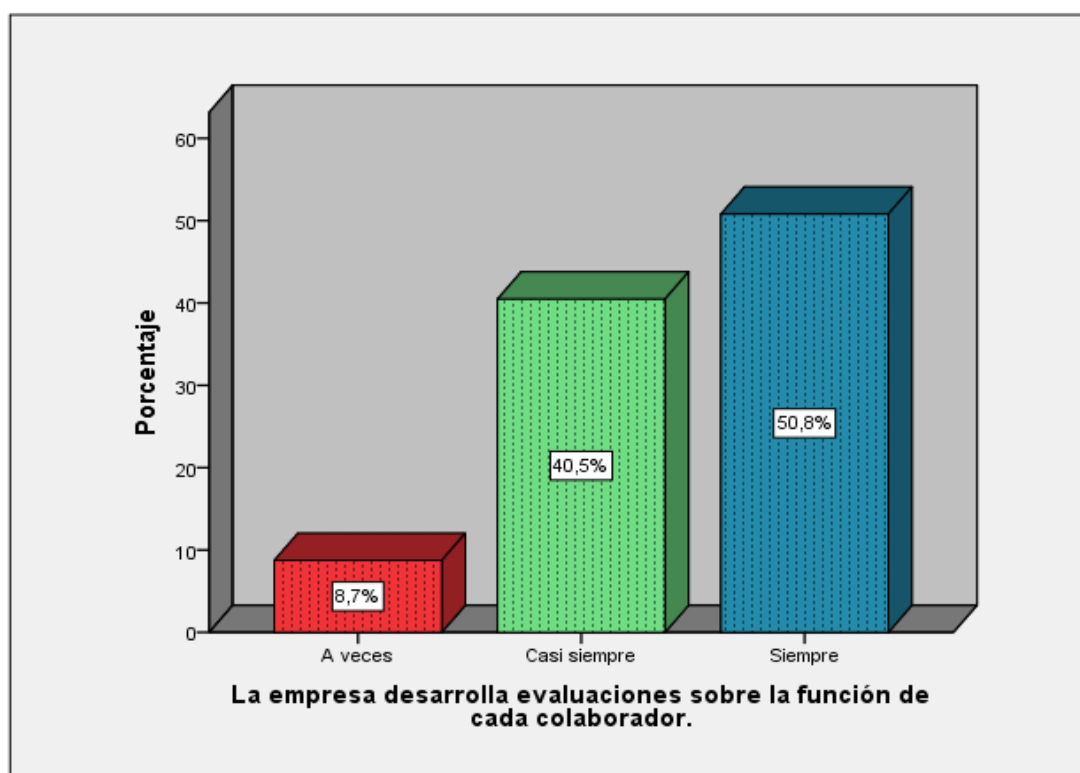


Gráfico 18

Análisis:

De la tabla 39 y gráfico 18, se observa que la empresa desarrolla evaluaciones sobre la función de cada colaborador; del total de los clientes, el 50,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 40,5% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 8,7% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 19: Tabla 40 y Gráfico 19

Tabla 40

<i>La motivación contenta a los colaboradores a alcanzar sus propósitos dentro de la empresa</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	1,6	1,6	1,6
	Casi siempre	58	46,0	46,0	47,6
	Siempre	66	52,4	52,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

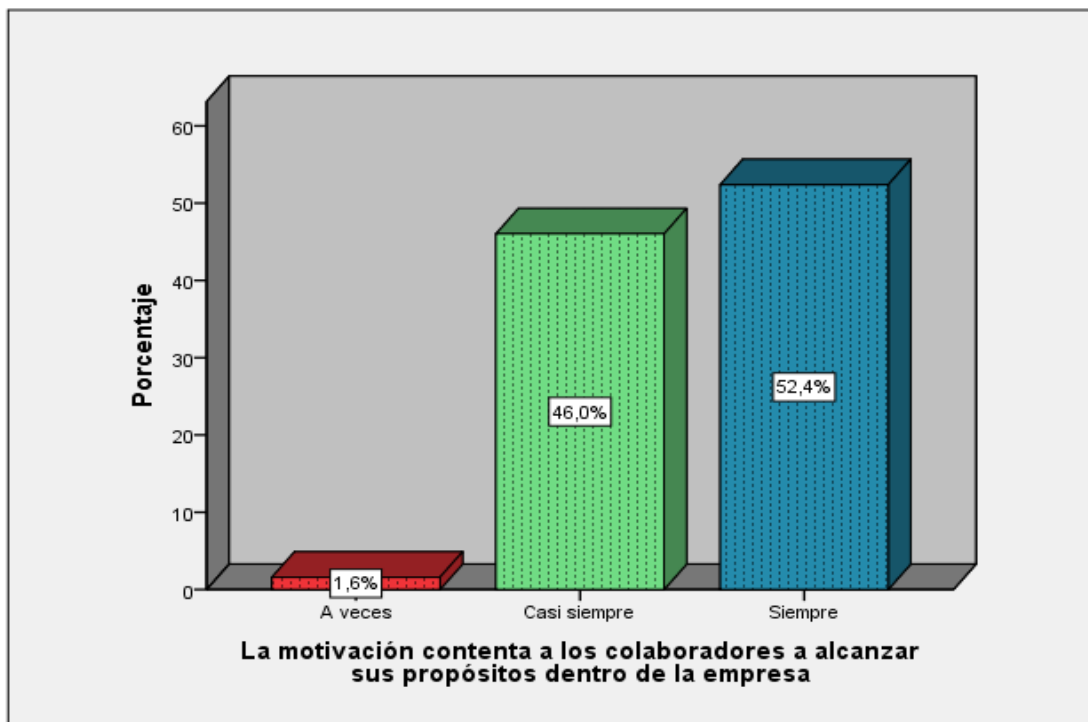


Gráfico 19

Análisis:

De la tabla 40 y gráfico 19, se observa que la motivación contenta a los colaboradores a alcanzar sus metas dentro de la empresa; del total de los clientes, el 52,4% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo; debido a que la motivación es fundamental para que el colaborador desempeñe mejor su labor dentro de la empresa; el 46,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 1,6% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 20: Tabla 41 y Gráfico 20

Tabla 41

La empresa brinda premios a los colaboradores para el éxito de sus metas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	1,6	1,6	1,6
	Casi siempre	60	47,6	47,6	49,2
	Siempre	64	50,8	50,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

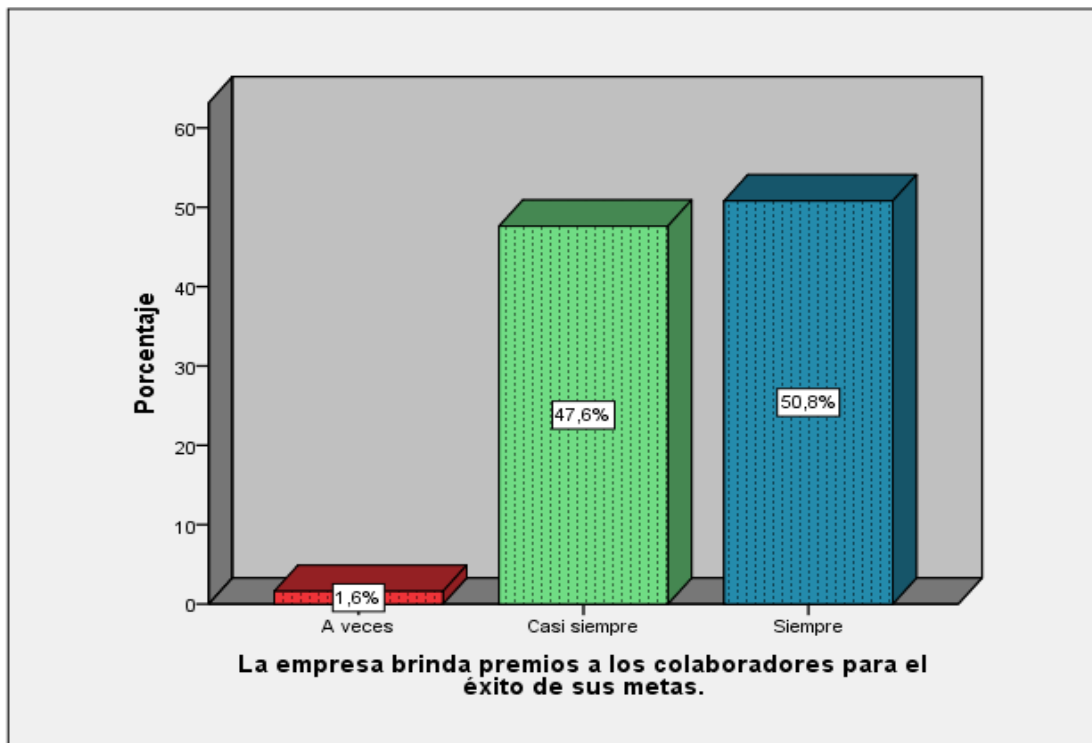


Gráfico 20

Análisis:

De la tabla 41 y gráfico 20, se observa que la empresa brinda incentivos a los personales para que alcancen sus propósitos; del total de los clientes, el 50,8% de los encuestados afirman estar Siempre, de acuerdo, ya que se observó que, sí les otorgan incentivos a sus colaboradores, reconociendo sus desempeños laborales; el 47,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 1,6% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 21: Tabla 42 y Gráfico 21

Tabla 42

<i>La empresa trabaja en equipo para poder alcanzar sus objetivos.</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	12	9,5	9,5	9,5
	Casi siempre	70	55,6	55,6	65,1
	Siempre	44	34,9	34,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

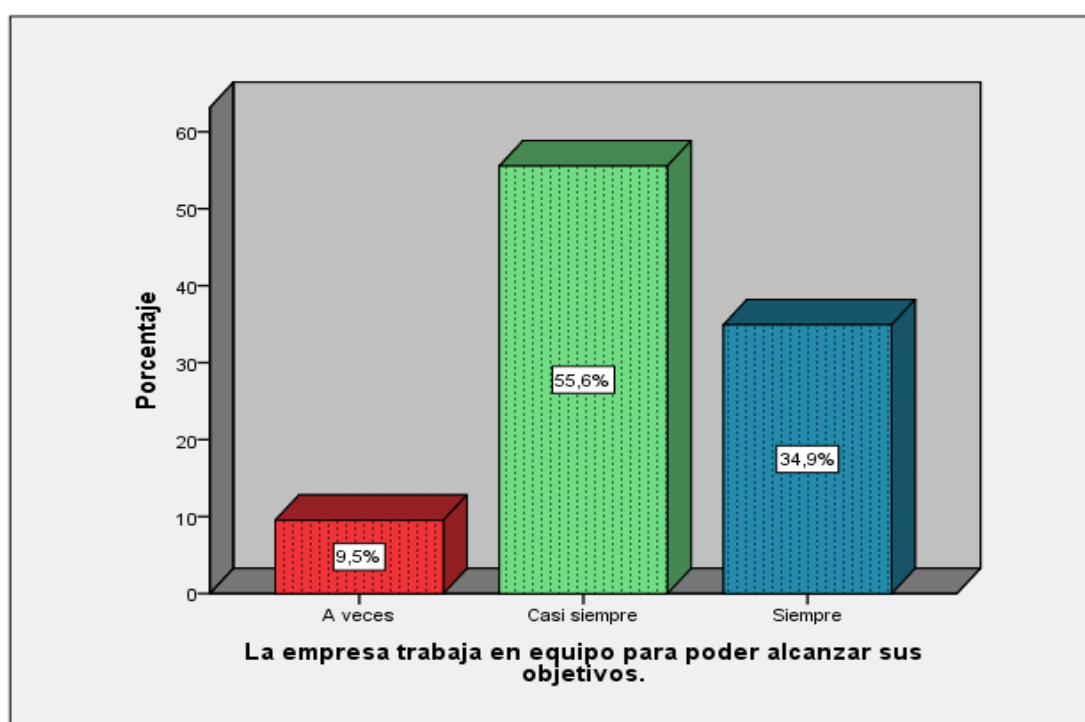


Gráfico 21

Análisis:

De la tabla 42 y gráfico 21, se observa que la empresa trabaja en equipo para poder alcanzar sus objetivos; del total de los clientes, el 34,9% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 55,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, y un 9,5% de los clientes consideran que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 22: Tabla 43 y Gráfico 22

Tabla 43

El personal tiene un adecuado comportamiento dentro de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	2,4	2,4	2,4
	Casi siempre	50	39,7	39,7	42,1
	Siempre	73	57,9	57,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

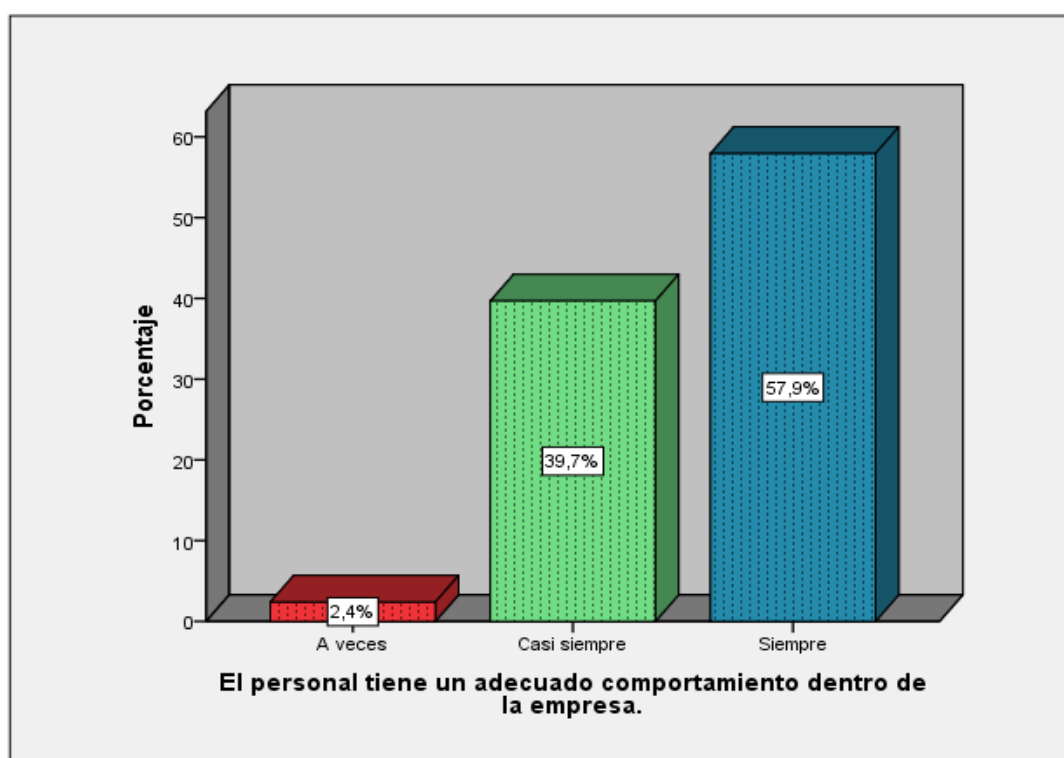


Gráfico 22

Análisis:

De la tabla 43 y gráfico 22, se visualiza que el personal tiene un adecuado comportamiento dentro de la empresa; del total de los clientes, el 57,9% de los encuestados consideran estar Siempre, de acuerdo, el 39,7% afirman que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 2,4% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 23: Tabla 44 y Gráfico 23

Tabla 44

Los colaboradores emplean una comunicación fluida y sencilla al momento de brindarle una atención.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	4,0	4,0	4,0
	Casi siempre	67	53,2	53,2	57,1
	Siempre	54	42,9	42,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

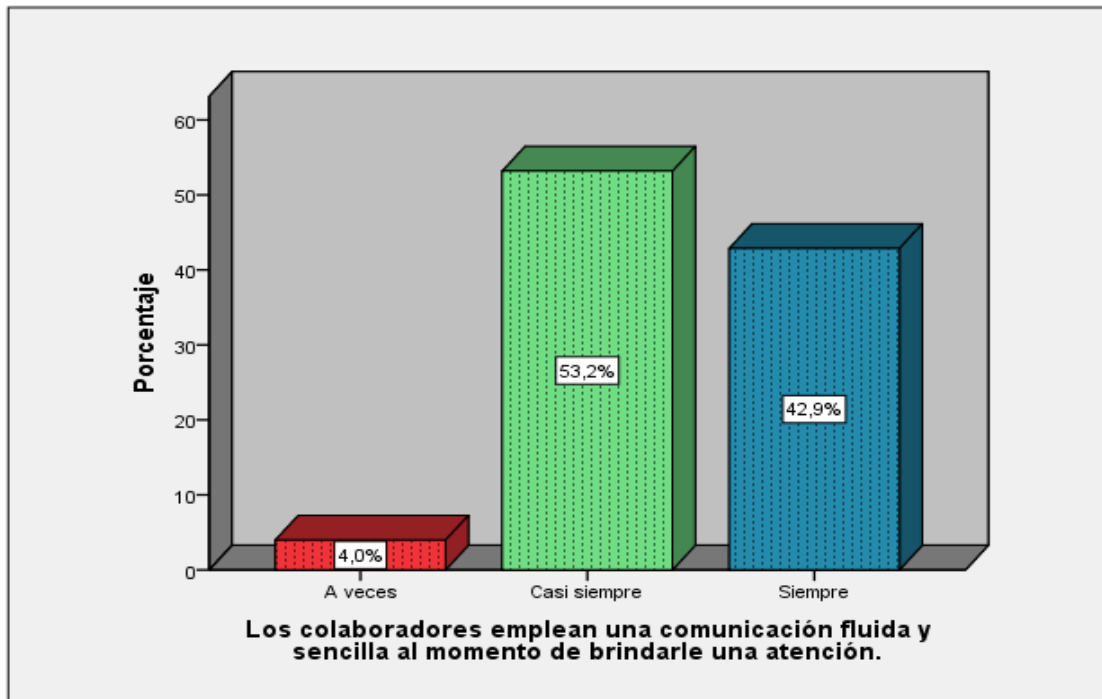


Gráfico 23

Análisis:

De la tabla 44 y gráfico 23, se visualiza que los colaboradores emplean una comunicación fluida y sencilla al momento de brindar una atención; del total de los clientes, el 42,9% de los encuestados manifestaron estar Siempre, de acuerdo, el 53,2% opinan que Casi siempre están de acuerdo, y un 4,0% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 24: Tabla 45 y Gráfico 24

Tabla 45

La empresa tiene resultados eficientes y son reflejados cada vez que sus clientes adquieren un producto o servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	5	4,0	4,0	4,8
	Casi siempre	57	45,2	45,2	50,0
	Siempre	63	50,0	50,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

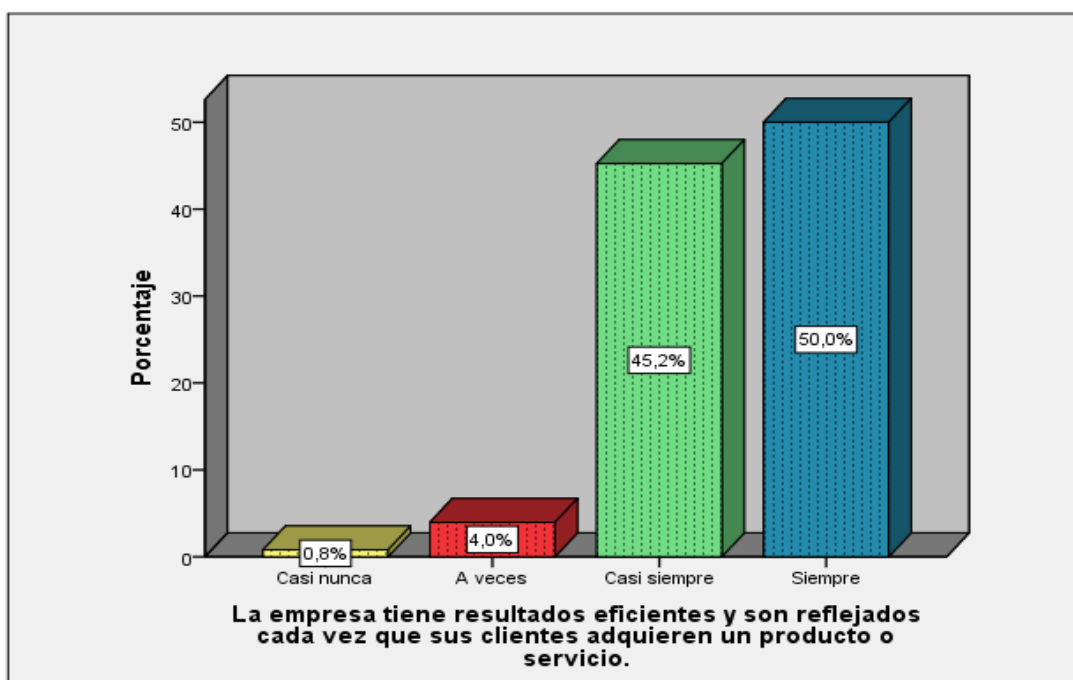


Gráfico 24

Análisis:

De la tabla 45 y gráfico 24, se observa que la empresa tiene resultados eficientes y son reflejados cada vez que sus clientes adquieren un producto o servicio; del total de los clientes, el 50,0% de los encuestados consideran estar Siempre, de acuerdo, el 45,2% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 4,0% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% de los clientes manifiestan como Casi nunca.

Pregunta N° 25: Tabla 46 y Gráfico 25

Tabla 46

Los resultados son medidos de acuerdo a la calidad de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	6,3	6,3	6,3
	Casi siempre	51	40,5	40,5	46,8
	Siempre	67	53,2	53,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

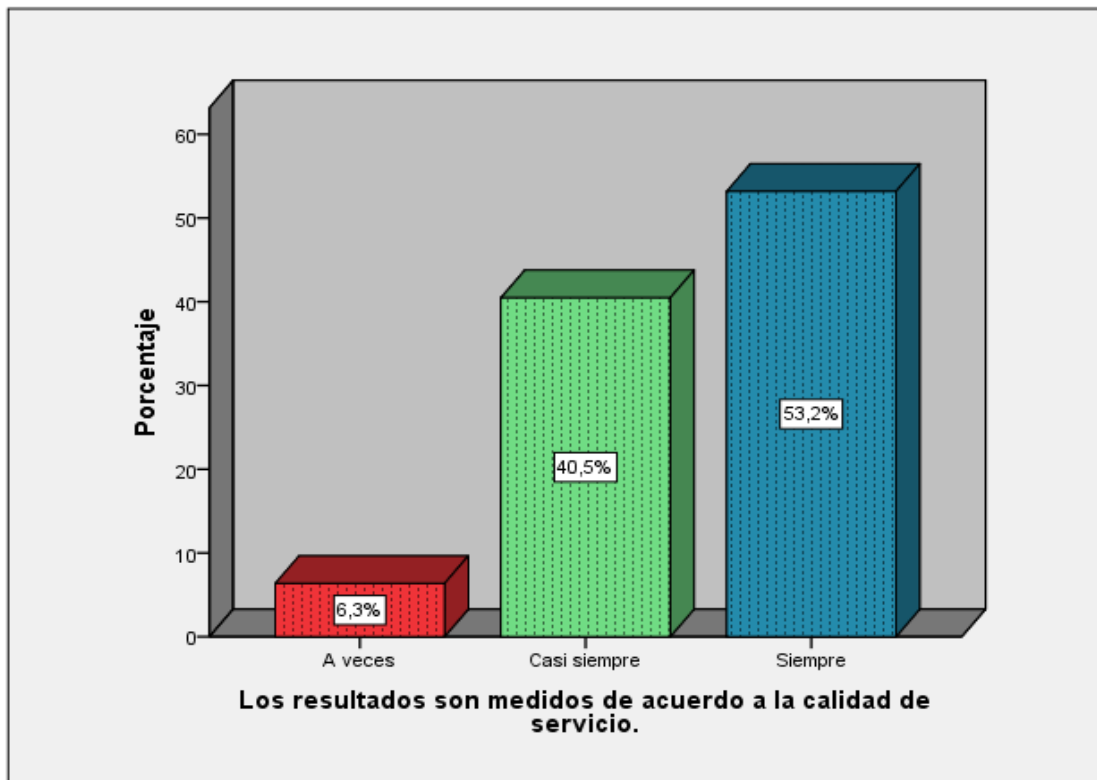


Gráfico 25

Análisis:

De la tabla 46 y gráfico 25, se observa que los resultados son medidos de acuerdo a la calidad de servicio; del total de los clientes, el 53,2% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 40,5% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 6,3% los clientes opinan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 26: Tabla 47 y Gráfico 26

Tabla 47

La empresa tiene buenos resultados conjuntamente a su crecimiento empresarial.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	6,3	6,3	6,3
	Casi siempre	49	38,9	38,9	45,2
	Siempre	69	54,8	54,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

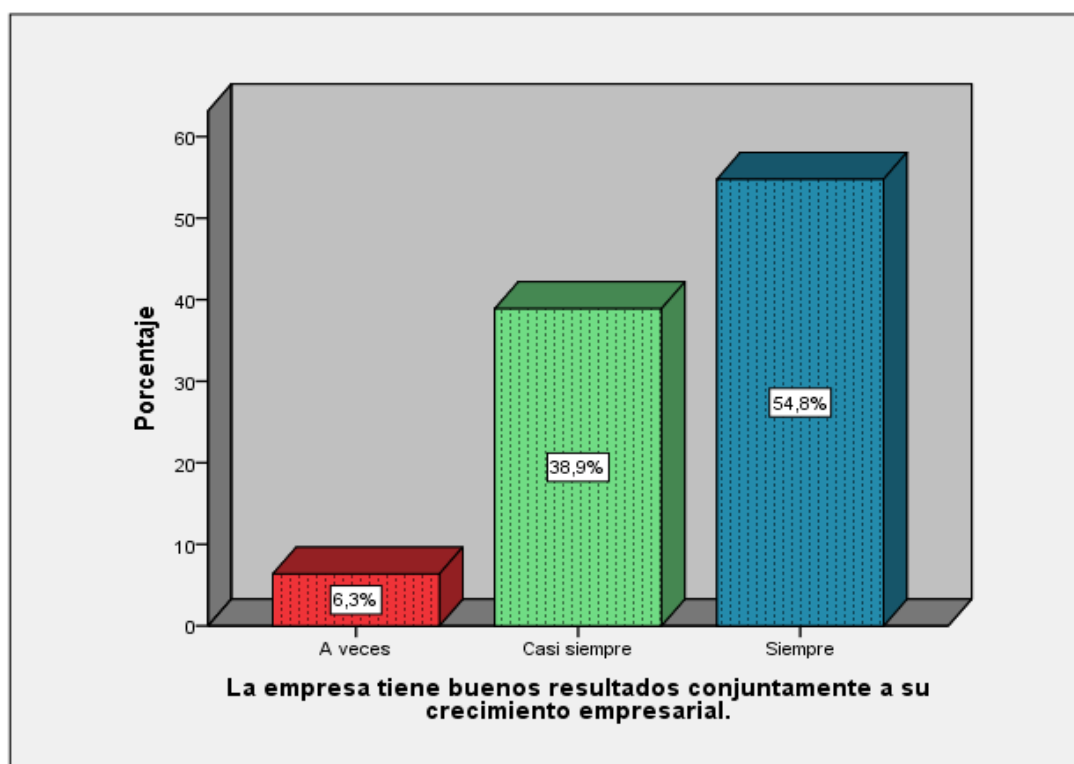


Gráfico 26

Análisis:

De la tabla 47 y gráfico 26, se observa que la empresa tiene buenos resultados conjuntamente a su crecimiento empresarial; del total de los clientes, el 54,8% de los encuestados declararon estar Siempre, de acuerdo; el 38,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo; seguido del 6,3% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 27: Tabla 48 y Gráfico 27

Tabla 48

<i>El propósito de la empresa es brindar un servicio eficiente.</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	6,3	6,3	6,3
	Casi siempre	63	50,0	50,0	56,3
	Siempre	55	43,7	43,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

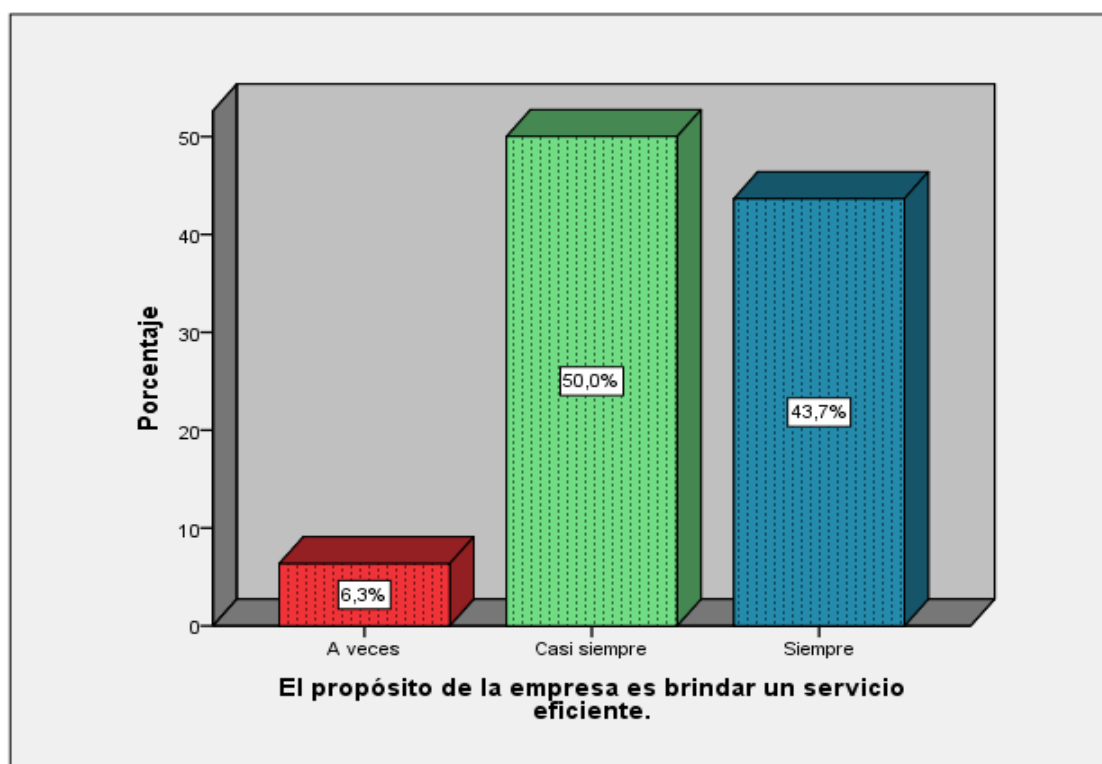


Gráfico 27

Análisis:

De la tabla 48 y gráfico 27, se visualiza que el propósito de la empresa es brindar un servicio eficiente; del total de los clientes, el 43,7% de los encuestados dijeron estar Siempre, de acuerdo; el 50,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 6,3% de los clientes manifiestan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 28: Tabla 49 y Gráfico 28

Tabla 49

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	11	8,7	8,7	9,5
	Casi siempre	49	38,9	38,9	48,4
	Siempre	65	51,6	51,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

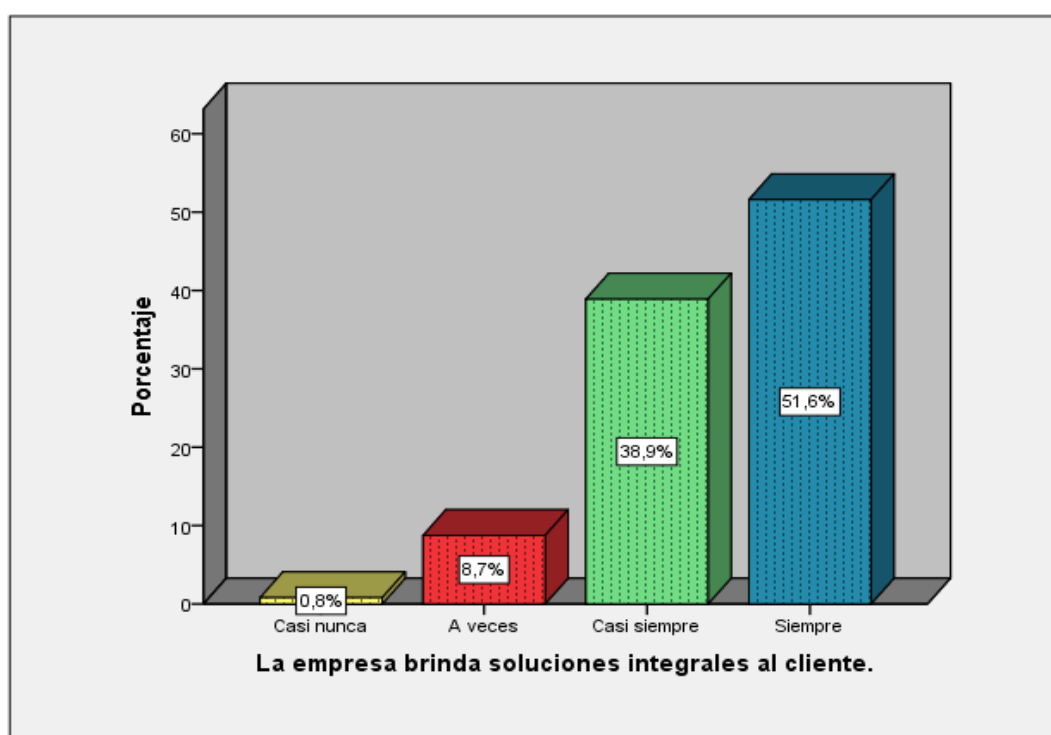


Gráfico 28

Análisis:

De la tabla 49 y gráfico 28, se visualiza que la empresa brinda soluciones integrales al cliente; del total de los clientes, el 51,6% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo; el 38,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 8,7% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca.

Pregunta N° 29: Tabla 50 y Gráfico 29

Tabla 50

La organización está en constante innovación y crecimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	4	3,2	3,2	4,0
	Casi siempre	66	52,4	52,4	56,3
	Siempre	55	43,7	43,7	100,0
Total		126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

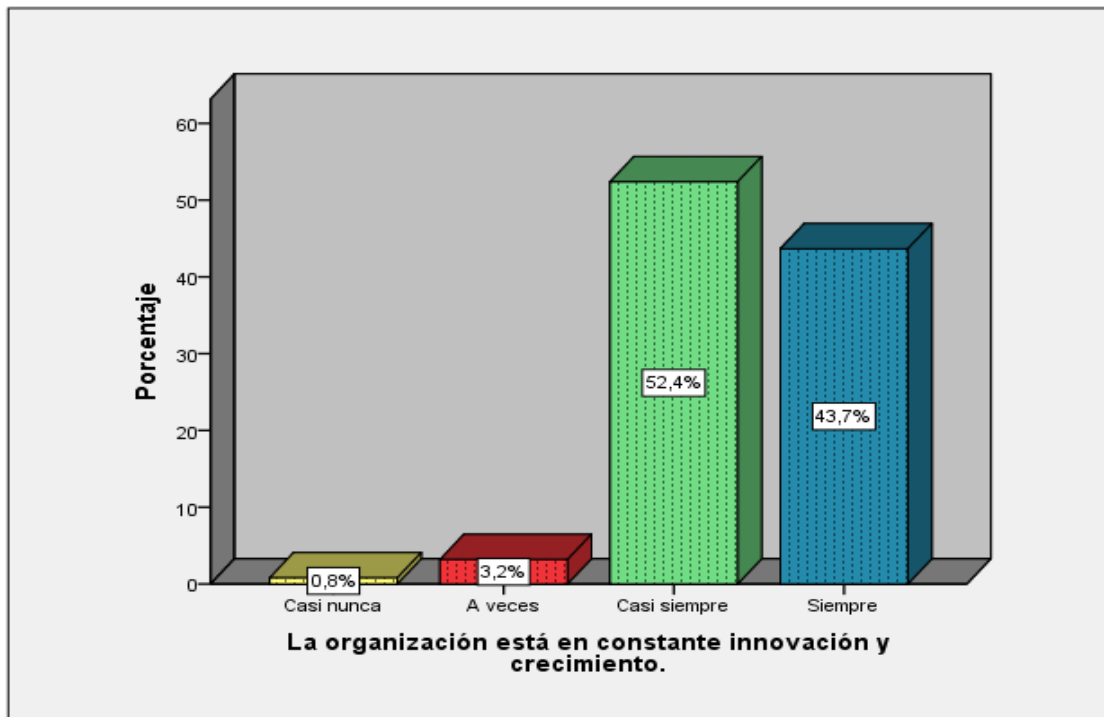


Gráfico 29

Análisis:

De la tabla 50 y gráfico 29, se observa que la organización está en constante innovación y crecimiento; del total de los clientes, el 43,7% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, opinan que la empresa Andamios RHM está progresando durante el año actual; el 52,4% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 3,2% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca.

Pregunta N° 30: Tabla 51 y Gráfico 30

Tabla 51

La organización muestra interés en la solución a sus problemas.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	7,9	7,9	7,9
	Casi siempre	60	47,6	47,6	55,6
	Siempre	56	44,4	44,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

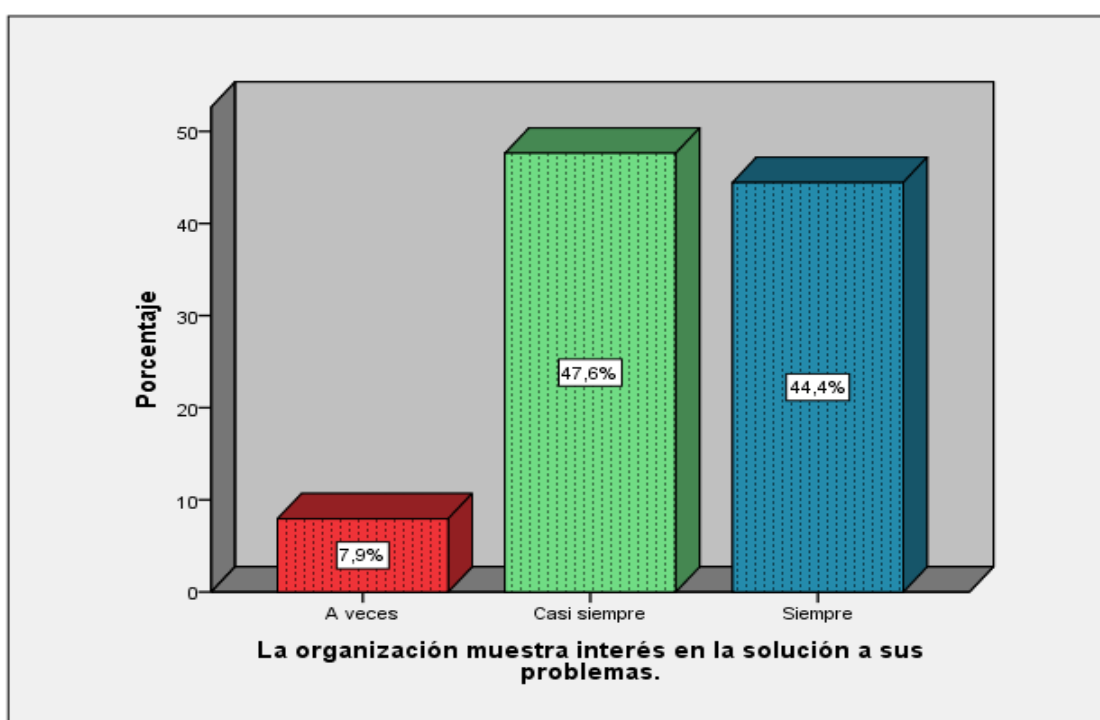


Gráfico 30

Análisis:

De la tabla 51 y gráfico 30, se visualiza que la organización muestra interés en la solución a los problemas de los clientes; del total de los clientes, el 44,4% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 47,6% manifiestan que Casi siempre están de acuerdo, opinan que la empresa sí muestra interés y preocupación a dar soluciones rápidas frente a cualquier inconveniente surgido en la adquisición del servicio; seguido del 7,9% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 31: Tabla 52 y Gráfico 31

Tabla 52

Los colaboradores se sienten comprometidos con la organización.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	4,0	4,0	4,0
	Casi siempre	60	47,6	47,6	51,6
	Siempre	61	48,4	48,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

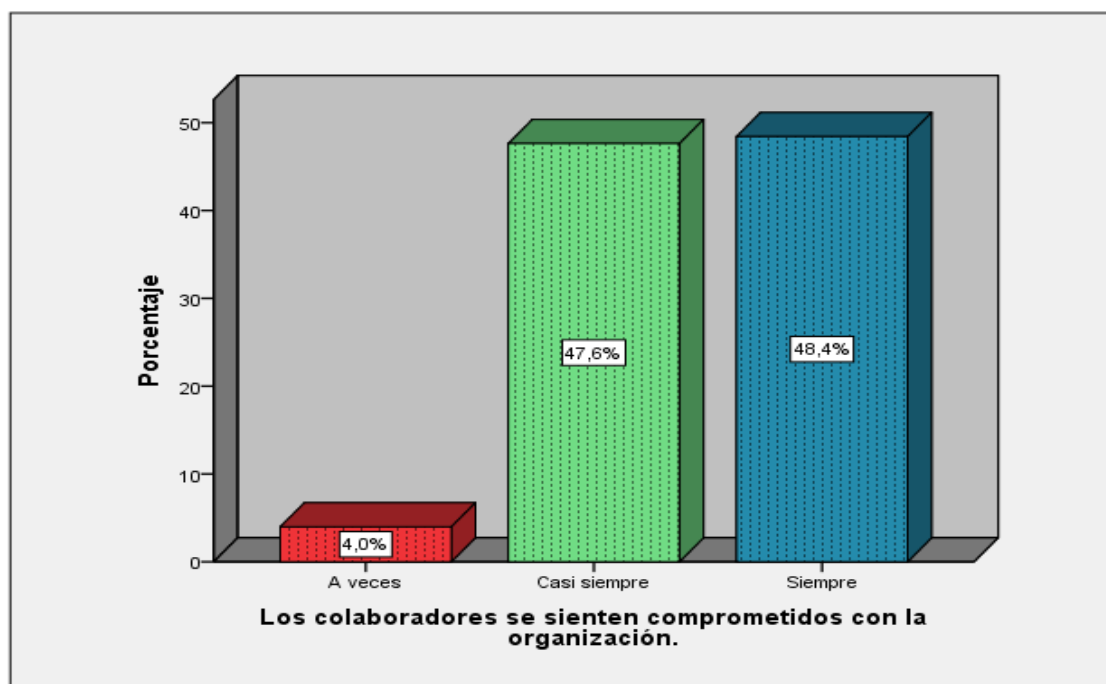


Gráfico 31

Análisis:

De la tabla 52 y gráfico 31, se visualiza que los colaboradores se sienten comprometidos con la empresa; del total de los clientes, el 48,4% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 47,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, esto es porque se observa que cada colaborador tiene el compromiso en llegar al objetivo de la empresa brindando una calidad de servicio excelente al cliente; y un 4,0% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 32: Tabla 53 y Gráfico 32

Tabla 53

La empresa se muestra comprometida con los clientes y colaboradores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	6	4,8	4,8	4,8
	Casi siempre	59	46,8	46,8	51,6
	Siempre	61	48,4	48,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

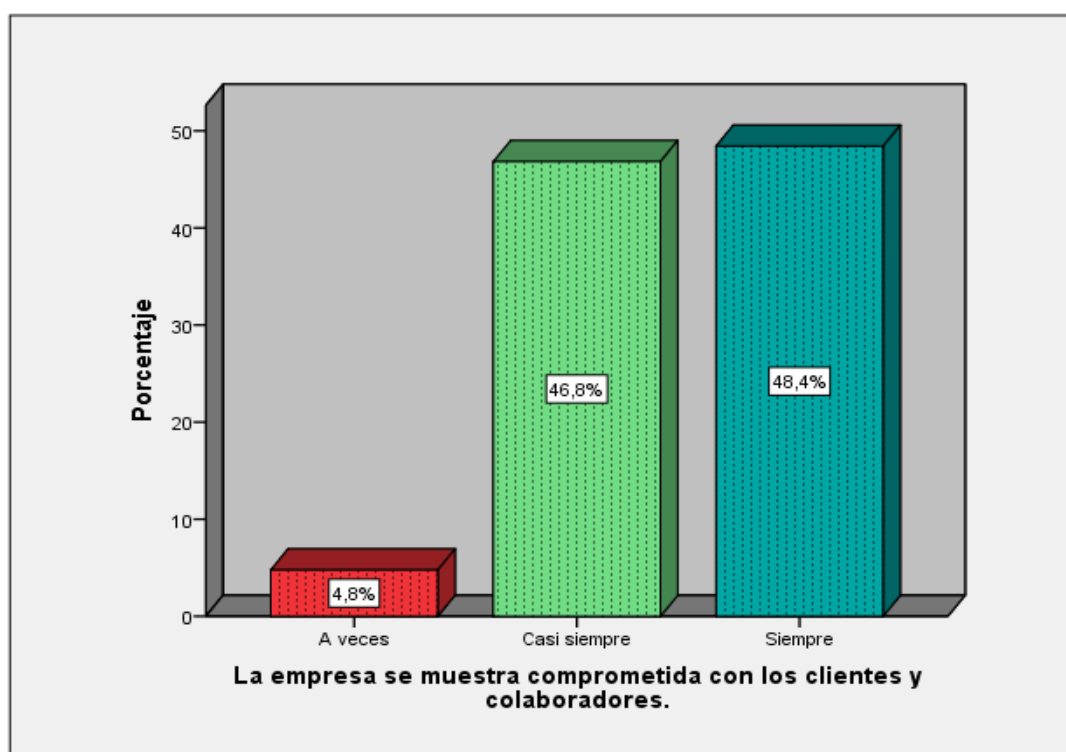


Gráfico 32

Análisis:

De la tabla 53 y gráfico 32, se visualiza que la empresa se muestra comprometida con los clientes y colaboradores; del total de los clientes, el 48,4% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 46,8% expresan que Casi siempre están de acuerdo, y un 4,8% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 33: Tabla 54 y Gráfico 33

Tabla 54

<i>Usted se siente en confianza al adquirir un producto o servicio.</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	7	5,6	5,6	6,3
	Casi siempre	52	41,3	41,3	47,6
	Siempre	66	52,4	52,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

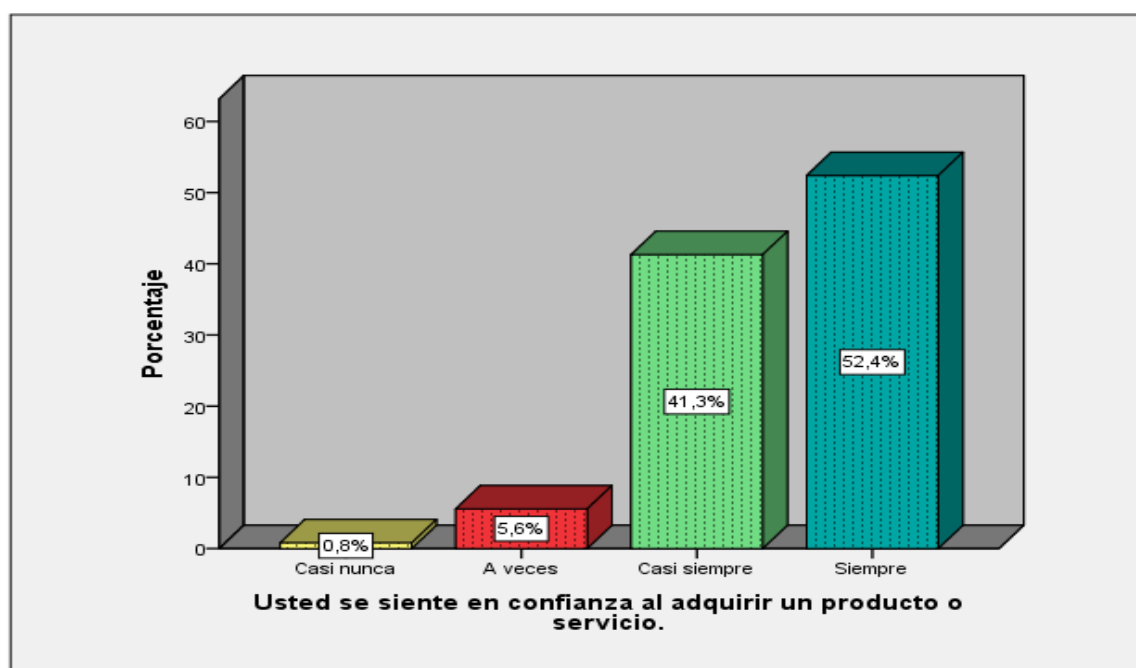


Gráfico 33

Análisis:

De la tabla 54 y gráfico 33, se visualiza que se siente en confianza al adquirir un producto o servicio; del total de los clientes, el 52,4% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, esto es debido a que son clientes fijos que realizan en adquirir los servicios de la empresa Andamios RHM; el 41,3% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 5,6% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca, aún no están en confianza, debido a que, son clientes nuevos en optar los servicios de la empresa.

Pregunta N° 34: Tabla 55 y Gráfico 34

Tabla 55

La confianza es primordial para tener una buena relación comercial.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	5	4,0	4,0	4,8
	Casi siempre	49	38,9	38,9	43,7
	Siempre	71	56,3	56,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

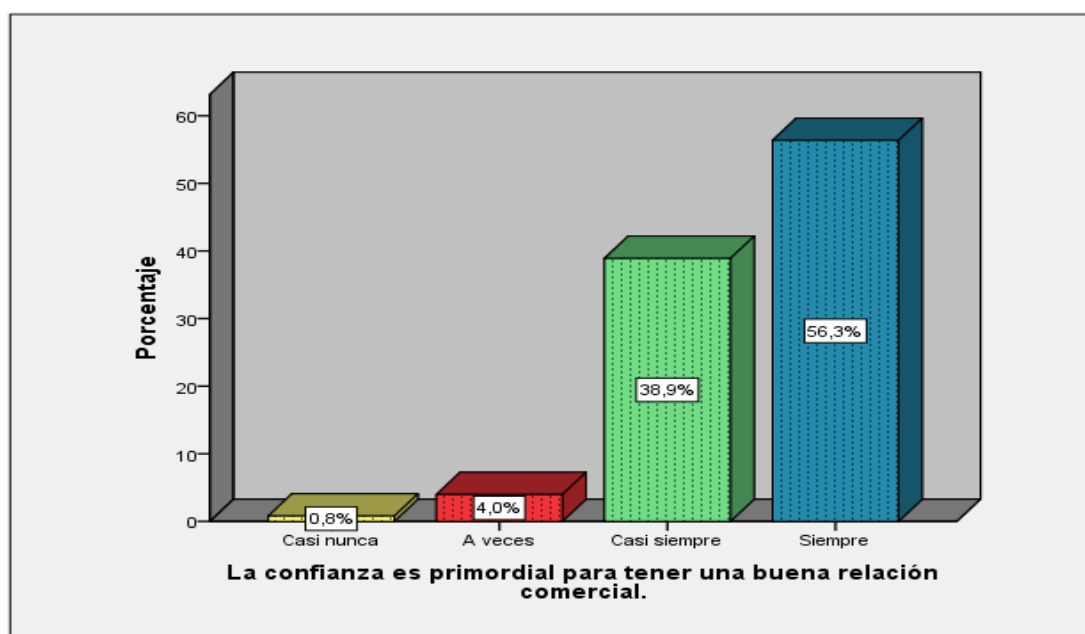


Gráfico 34

Análisis:

De la tabla 55 y gráfico 34, se visualiza que la confianza es primordial para tener una buena relación comercial; del total de los clientes, el 56,3% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo; opinaron que la confianza es la base para adquirir un servicio o producto, de esta manera el cliente se siente seguro con lo que va a realizar en las compras del producto; el 38,9 % expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 4,0% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca.

Pregunta N° 35: Tabla 56 y Gráfico 35

Tabla 56

Los colaboradores llevan a cabo el servicio de manera correcta en su atención por primera vez.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	2,4	2,4	2,4
	Casi siempre	54	42,9	42,9	45,2
	Siempre	69	54,8	54,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

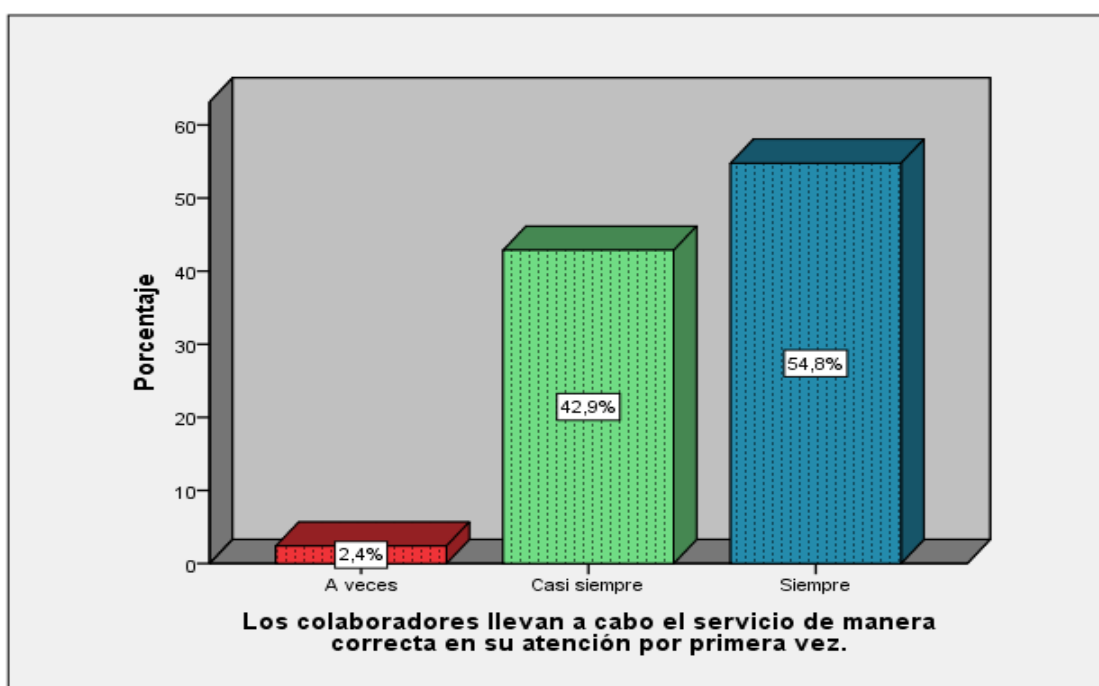


Gráfico 35

Análisis:

De la tabla 56 y gráfico 35, se visualiza que el colaborador lleva a cabo el servicio de manera correcta en la primera atención; del total de los clientes, el 54,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, la primera atención se llevó de la mejor manera otorgando la seguridad al cliente; el 42,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 2,4% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 36: Tabla 57 y Gráfico 36

Tabla 57

El colaborador muestra interés en la solución de los problemas al cliente de manera eficiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	12	9,5	9,5	9,5
	Casi siempre	74	58,7	58,7	68,3
	Siempre	40	31,7	31,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

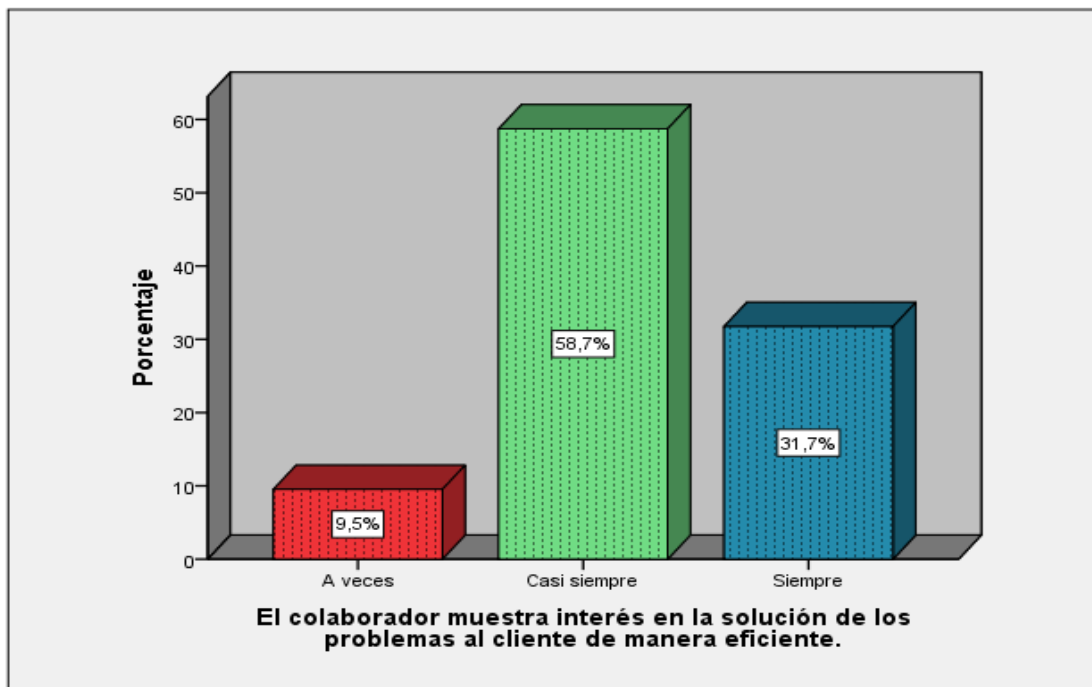


Gráfico 36

Análisis:

De la tabla 57 y gráfico 36, se observa que el colaborador muestra interés en la solución de los problemas al cliente de manera eficiente; del total de los clientes, el 31,7% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 58,7% expresan que Casi siempre están de acuerdo, debido a que recibieron soluciones inmediatas por parte de los colaboradores; seguido del 9,5% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 37: Tabla 58 y Gráfico 37

Tabla 58

El colaborador responde rápido a sus solicitudes de producto o servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	60	47,6	47,6	54,8
	Siempre	57	45,2	45,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

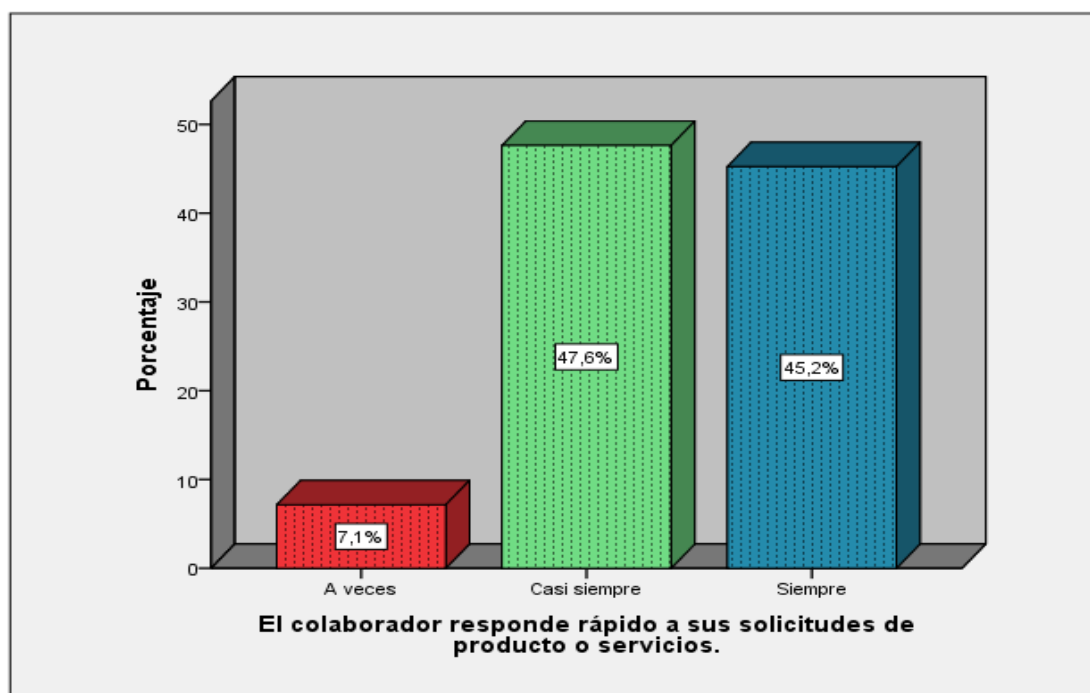


Gráfico 37

Análisis:

De la tabla 58 y gráfico 37, se visualiza que el colaborador responde de inmediato a sus solicitudes de producto o servicio; del total de los clientes, el 45,2% de los encuestados manifestaron estar Siempre, de acuerdo, el 47,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, con la capacidad de respuesta de cada colaborador dando la mejor atención posible al cliente; y un 7,1% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 38: Tabla 59 y Gráfico 38

Tabla 59

<i>El personal lo ha orientado de manera satisfactoria en sus operaciones.</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	67	53,2	53,2	60,3
	Siempre	50	39,7	39,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

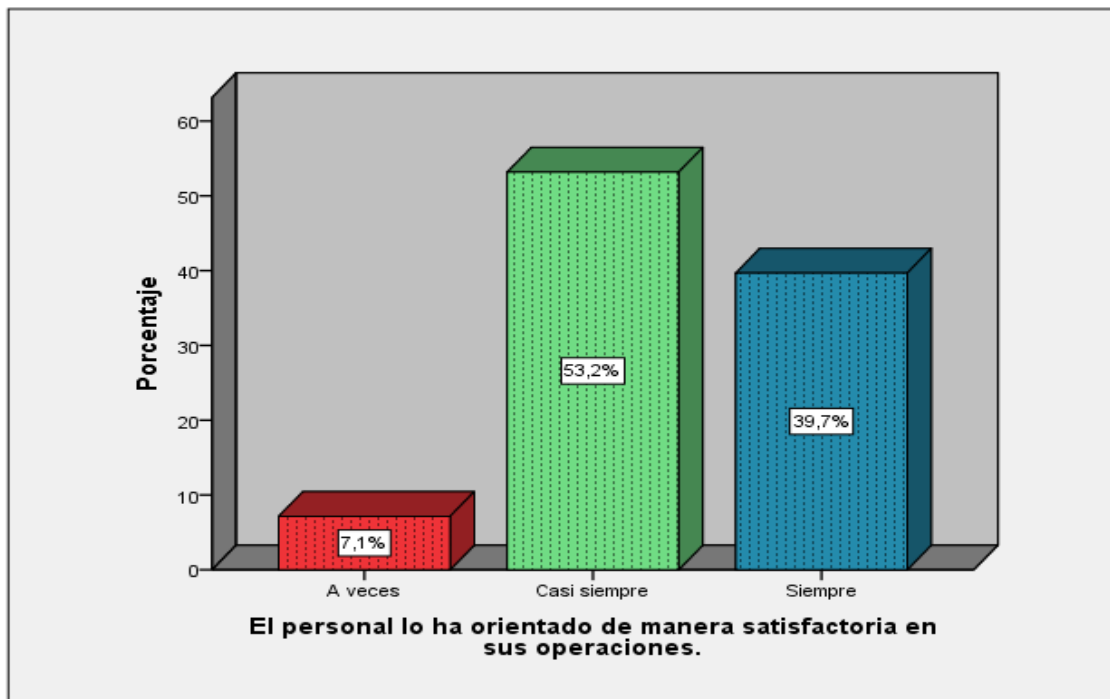


Gráfico 38

Análisis:

De la tabla 59 y gráfico 38, se observa que si el colaborador ha orientado de manera satisfactoria en sus operaciones; del total de los clientes, el 39,7% de los encuestados opinaron estar Siempre, de acuerdo, el 53,2% manifiestan que Casi siempre están de acuerdo, debido a que, los colaboradores atienden desde un principio hasta culminar con sus compras del cliente, dado sugerencias, explicando cada detalle de la función del producto; y un 7,1% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 39: Tabla 60 y Gráfico 39

Tabla 60

La empresa cuenta con personal proactivo que constantemente brinda una atención personalizada y confiable a los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	4,0	4,0	4,0
	Casi siempre	52	41,3	41,3	45,2
	Siempre	69	54,8	54,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

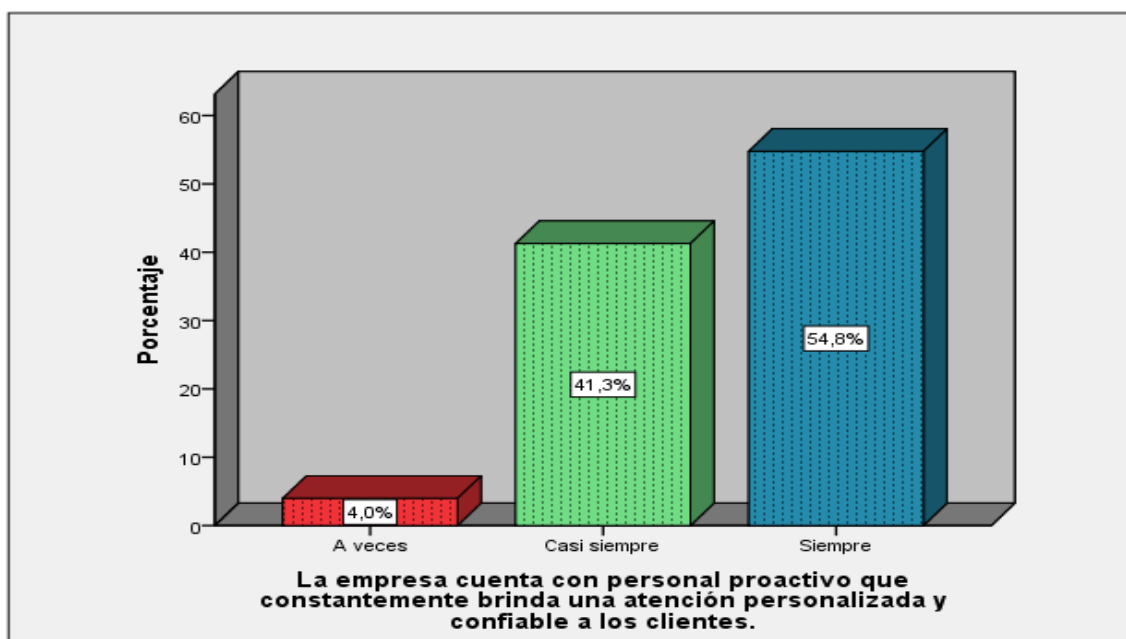


Gráfico 39

Análisis:

De la tabla 60 y gráfico 39, se visualiza que la empresa cuenta con personal proactivo que constantemente brinda una atención personalizada y confiable a los clientes; del total de los clientes, el 54,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, manifiestan haber percibido que los colaboradores toman la iniciativa en atender y con mucha amabilidad y esto, inspira confianza en adquirir cualquier producto que se les ofrezca; el 41,3% expresan que Casi siempre están de acuerdo, y un 4,0% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 40: Tabla 61 y Gráfico 40

Tabla 61

Los colaboradores son eficientes en todos sus procesos de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	6	4,8	4,8	4,8
	Casi siempre	61	48,4	48,4	53,2
	Siempre	59	46,8	46,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

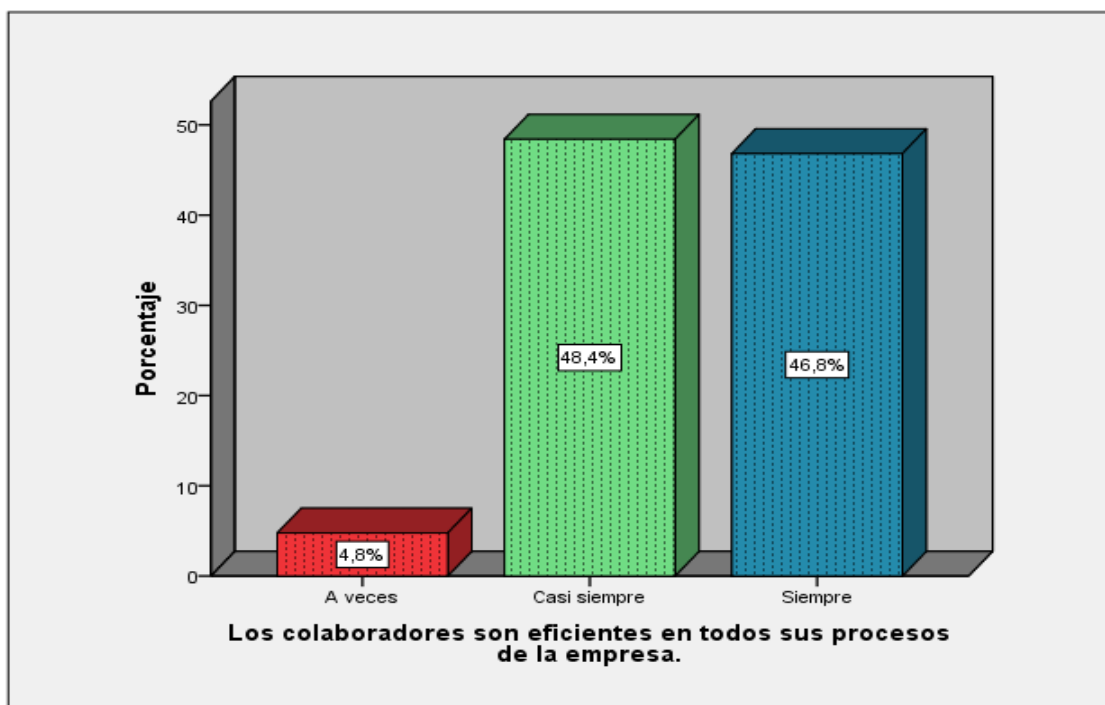


Gráfico 40

Análisis:

De la tabla 61 y gráfico 40, se visualiza que los colaboradores son eficientes en todos sus procesos de la empresa; del total de los clientes, el 46,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 48,4% expresan que Casi siempre están de acuerdo, porque se percibe que cada colaborador conoce su función y realiza sus procesos de manera eficiente para alcanzar sus metas dentro de la empresa; y un 4,8% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 41: Tabla 62 y Gráfico 41

Tabla 62

<i>El colaborador de la empresa aclara las dudas del cliente en un tiempo determinado.</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	3,2	3,2	3,2
	Casi siempre	48	38,1	38,1	41,3
	Siempre	74	58,7	58,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

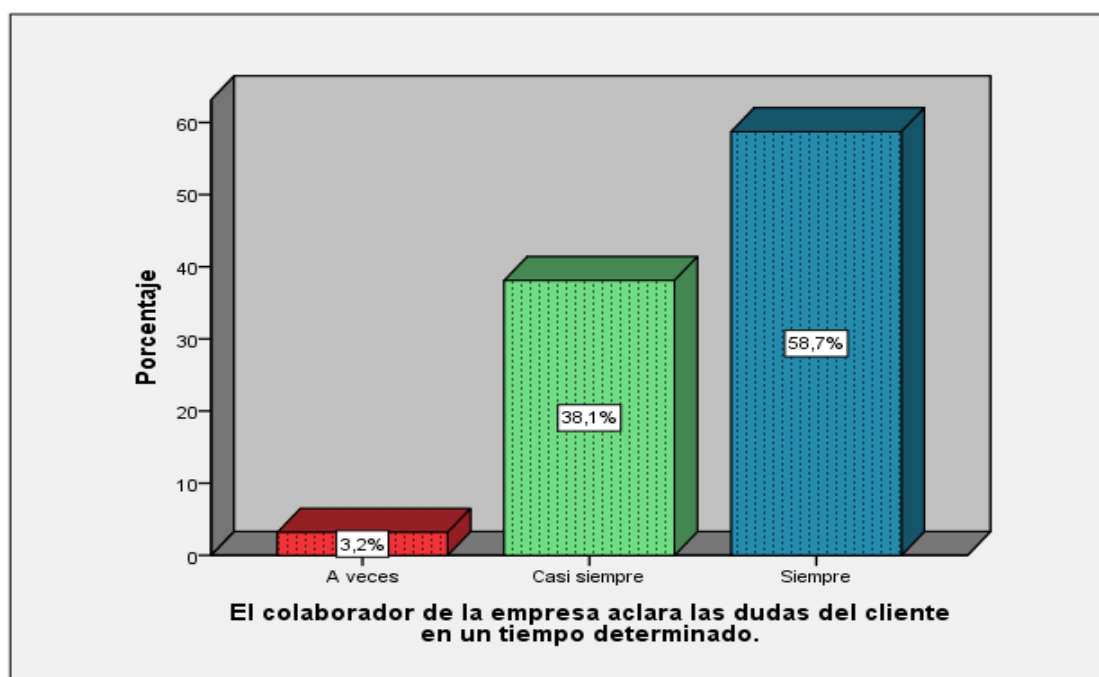


Gráfico 41

Análisis:

De la tabla 62 y gráfico 41, se observa que el colaborador de la empresa aclara las dudas del cliente en un tiempo determinado, del total de los clientes; el 48,7% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, manifiestan la mayoría que están conforme en el trato por parte del colaborador que están atentos y muy amables en las aclaraciones de las dudas; el 38,1% expresan que Casi siempre están de acuerdo, y un 3,2% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 42: Tabla 63 y Gráfico 42

Tabla 63

El colaborador muestra amabilidad y respeto a la hora de atender al cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	3,2	3,2	3,2
	Casi siempre	63	50,0	50,0	53,2
	Siempre	59	46,8	46,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

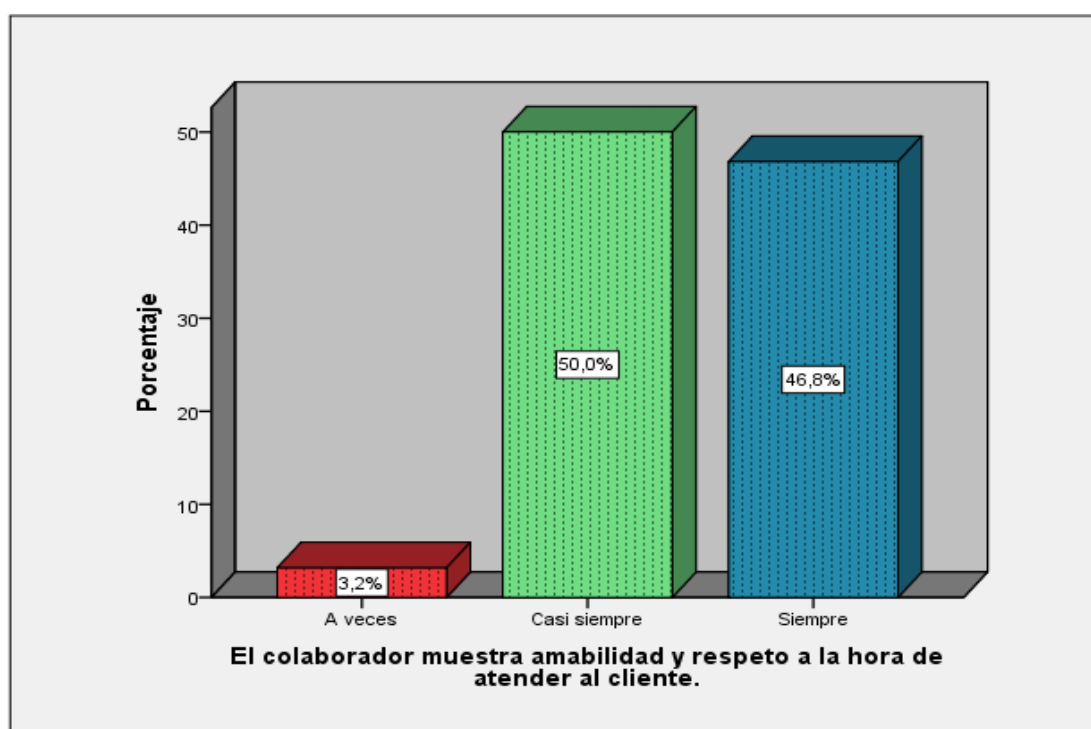


Gráfico 42

Análisis:

De la tabla 63 y gráfico 42, se visualiza que el colaborador muestra amabilidad y respeto a la hora de atender al cliente; del total de los clientes, el 46,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, conforme; el 50,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, manifiestan haber recibido un trato amable y mucho respeto que deja contentos en la atención; seguido del 3,2% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 43: Tabla 64 y Gráfico 43

Tabla 64

<i>La empresa cuenta con profesionales capacitados para brindar un mejor servicio.</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	3,2	3,2	3,2
	Casi siempre	65	51,6	51,6	54,8
	Siempre	57	45,2	45,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

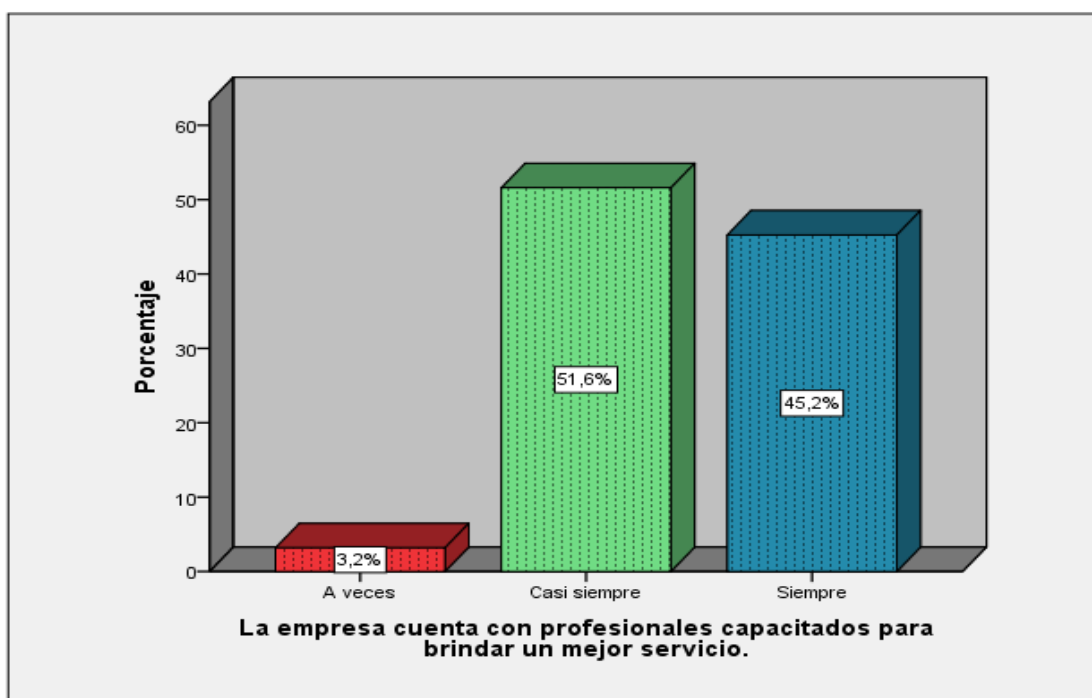


Gráfico 43

Análisis:

De la tabla 64 y gráfico 43, se observa que la empresa cuenta con profesionales capacitados para brindar un servicio excelente; del total de los clientes, el 45,2% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 51,6% expresan que Casi siempre están de acuerdo, debido a que se observa que sí cuentan con talentos humanos capacitados para brindar un mejor servicio de calidad al cliente; seguido del 3,2% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 44: Tabla 65 y Gráfico 44

Tabla 65

Los colaboradores de la empresa se presentan atentos a dar arreglos a las intranquilidades de los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,6	1,6	1,6
	A veces	5	4,0	4,0	5,6
	Casi siempre	68	54,0	54,0	59,5
	Siempre	51	40,5	40,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

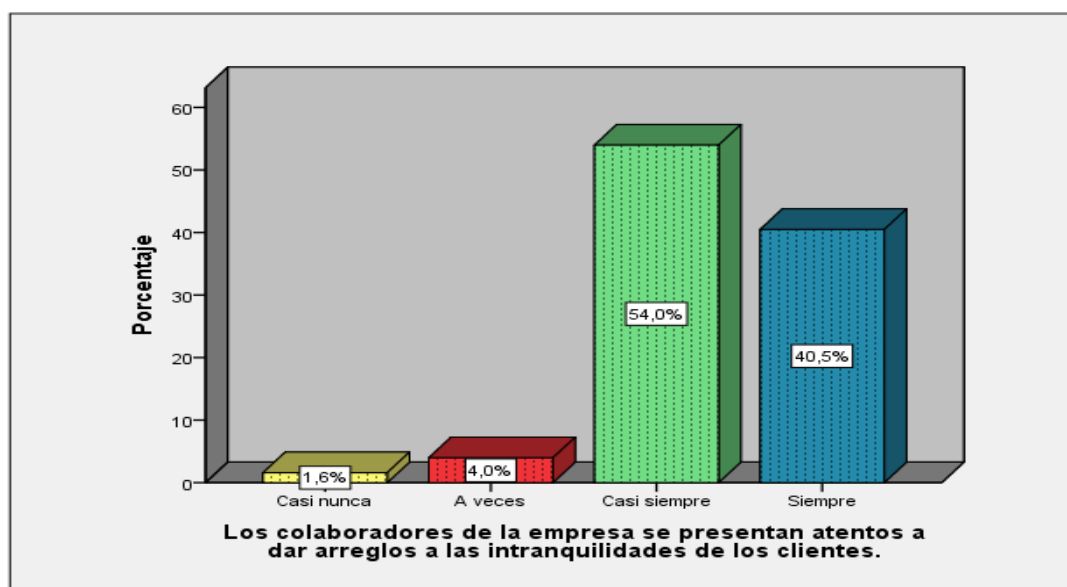


Gráfico 44

Análisis:

De la tabla 65 y gráfico 44, se visualiza que los colaboradores de la empresa se presentan atentos a dar soluciones a las inquietudes de los compradores; del total de los clientes, el 40,5% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 54,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, manifiestan haber recibido soluciones por parte de los colaboradores a las dudas de ellos; seguido del 4,0% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 1,6% manifiestan como Casi nunca, que pocas veces recibieron este trato por parte de los personales asignados.

Pregunta N° 45: Tabla 66 y Gráfico 45

Tabla 66

El colaborador asignado para la atención otorga una respuesta inmediata a las dudas del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	4,0	4,0	4,0
	Casi siempre	59	46,8	46,8	50,8
	Siempre	62	49,2	49,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

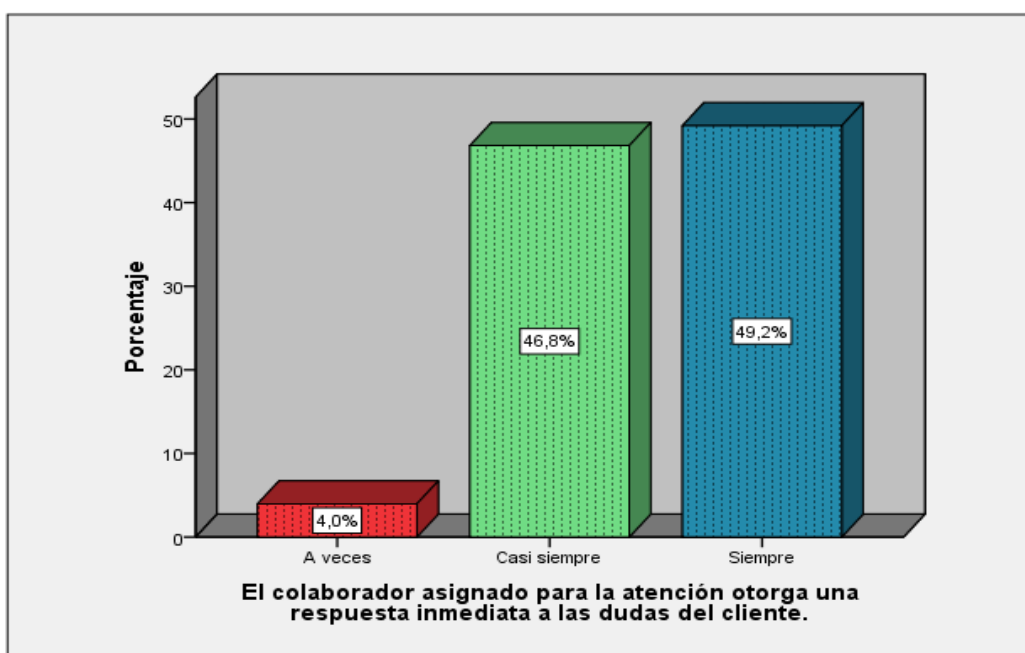


Gráfico 45

Análisis:

De la tabla 66 y gráfico 45, se visualiza que el colaborador asignado para atender al cliente brinda una respuesta inmediata a las dudas del cliente; del total de los clientes, el 49,2% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo y el 46,8% expresan que Casi siempre están de acuerdo, debido a que, manifiestan haber recibido respuestas rápidas a las inquietudes y dudas de los clientes; seguido del 4,0% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 46: Tabla 67 y Gráfico 46

Tabla 67

El colaborador de la empresa está preparado para realizar sus roles de manera eficaz.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,6	1,6	1,6
	A veces	10	7,9	7,9	9,5
	Casi siempre	55	43,7	43,7	53,2
	Siempre	59	46,8	46,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

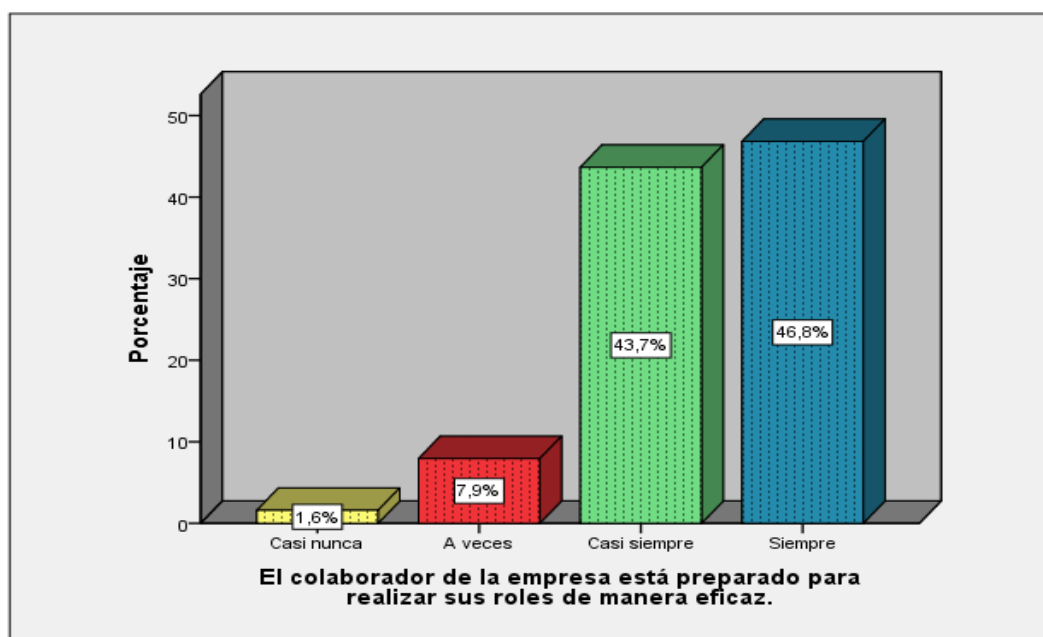


Gráfico 46

Análisis:

De la tabla 67 y gráfico 46, se observa que el colaborador de la empresa está preparado para realizar sus roles de manera eficaz; del total de los clientes, el 46,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo y el 43,7% expresan que Casi siempre están de acuerdo, debido a que cada colaborador conoce cuáles son sus funciones dentro de la empresa; seguido del 7,9% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 1,6% manifiestan como Casi nunca, creen que aun carecen de conocimientos acerca de sus funciones y que necesitan ciertas capacitaciones por parte de la empresa.

Pregunta N° 47: Tabla 68 y Gráfico 47

Tabla 68

Los colaboradores de la empresa conocen bien sus funciones dentro de la empresa.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	3,2	3,2	3,2
	Casi siempre	53	42,1	42,1	45,2
	Siempre	69	54,8	54,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

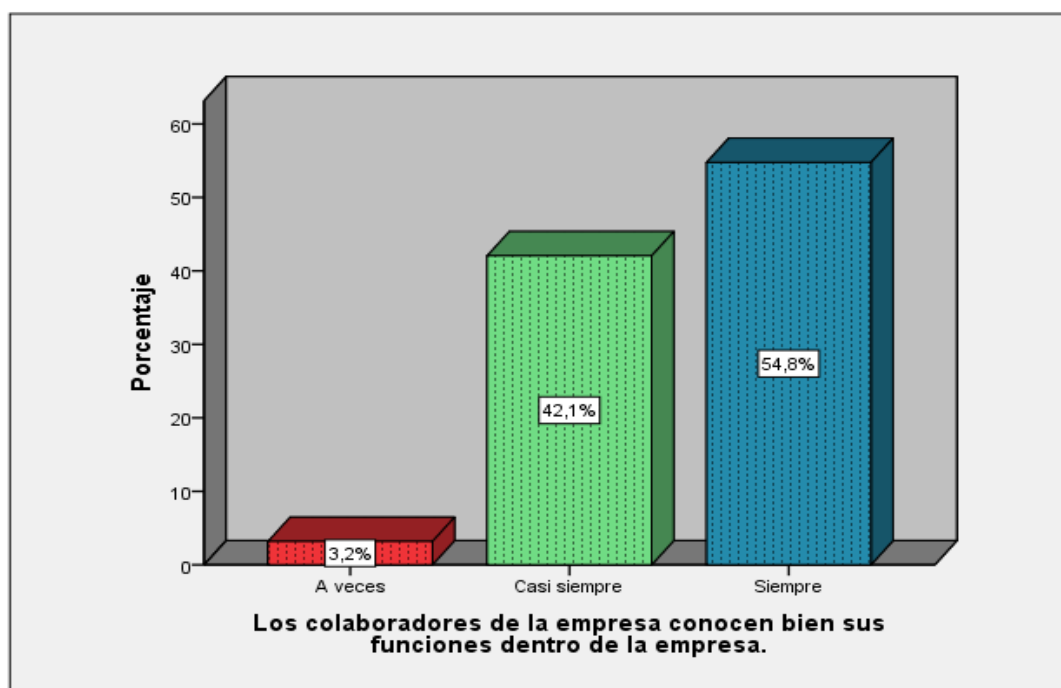


Gráfico 47

Análisis:

De la tabla 68 y gráfico 47, se observa que los colaboradores de la empresa conocen cuales son sus funciones a realizar; del total de los clientes, el 54,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, porque observaron a los colaboradores a realizar sus funciones de manera adecuada y eficaz; el 42,1% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 3,2% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 48: Tabla 69 y Gráfico 48

Tabla 69

La empresa toma en cuenta las exigencias de los compradores para ofrecer una atención individual.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	1,6	1,6	1,6
	Casi siempre	69	54,8	54,8	56,3
	Siempre	55	43,7	43,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

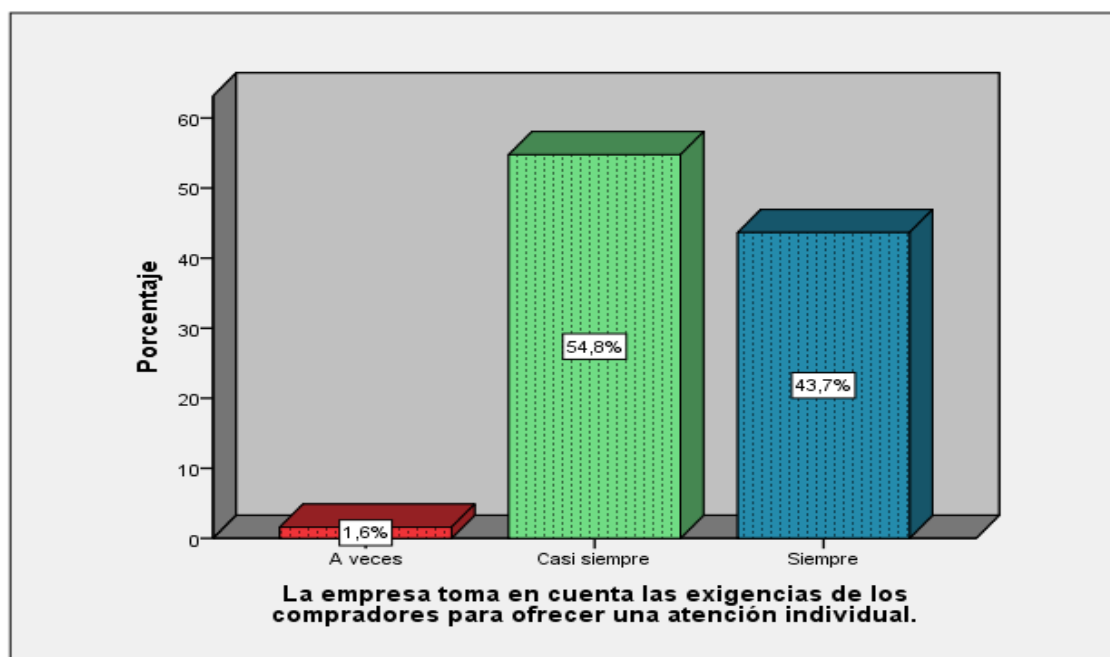


Gráfico 48

Análisis:

De la tabla 69 y gráfico 48, se visualiza que la empresa toma en cuenta las exigencias de los compradores para ofrecer una atención personalizada; del total de los clientes, el 43,7% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 54,8% expresan que Casi siempre están conforme, que la atención personalizada sí se observa en los colaboradores; y un 1,6% de los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 49: Tabla 70 y Gráfico 49

Tabla 70

El colaborador muestra el interés de ayudar sobre cualquier inconveniente al momento de adquirir un producto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	2,4	2,4	2,4
	Casi siempre	68	54,0	54,0	56,3
	Siempre	55	43,7	43,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

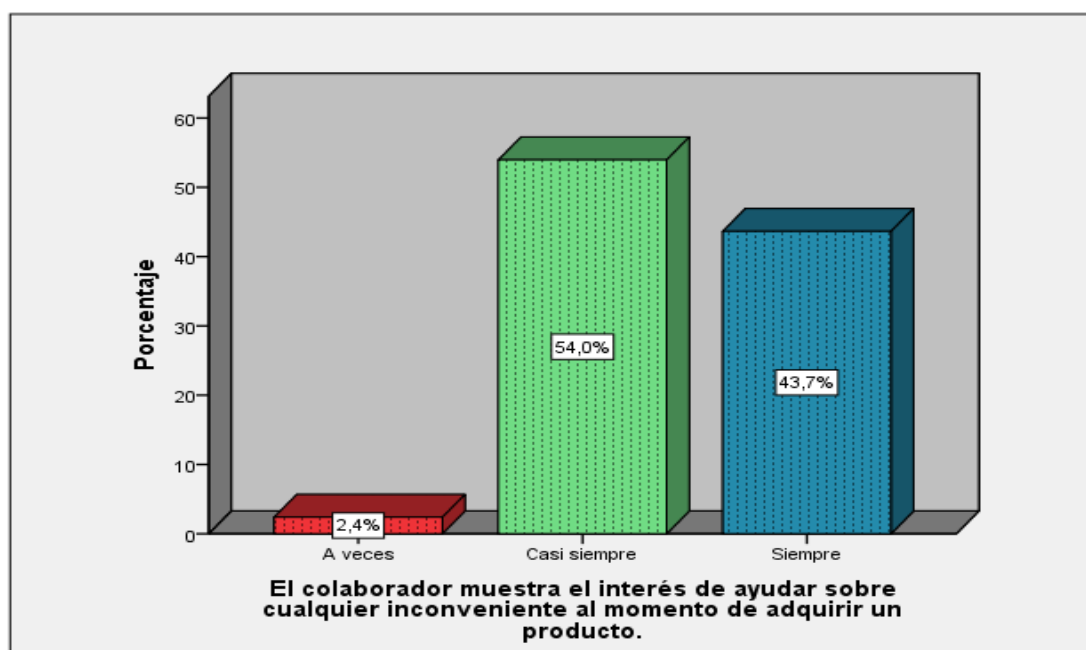


Gráfico 49

Análisis:

De la tabla 70 y gráfico 49, se observa que el colaborador muestra el interés de ayudar sobre las dudas, sugerencias por parte del cliente al momento de adquirir un producto; del total de los clientes, el 43,7% de los encuestados expresaron estar Siempre conforme con los colaboradores en la atención a los clientes; el 54,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, debido a que reciben la atención adecuada, explicando el producto por adquirir; y un 2,4% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo; quizás porque notaron poco interés en la atención al cliente.

Pregunta N° 50: Tabla 71 y Gráfico 50

Tabla 71

La empresa posee un horario de atención apropiado para todos sus usuarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	9	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	55	43,7	43,7	50,8
	Siempre	62	49,2	49,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

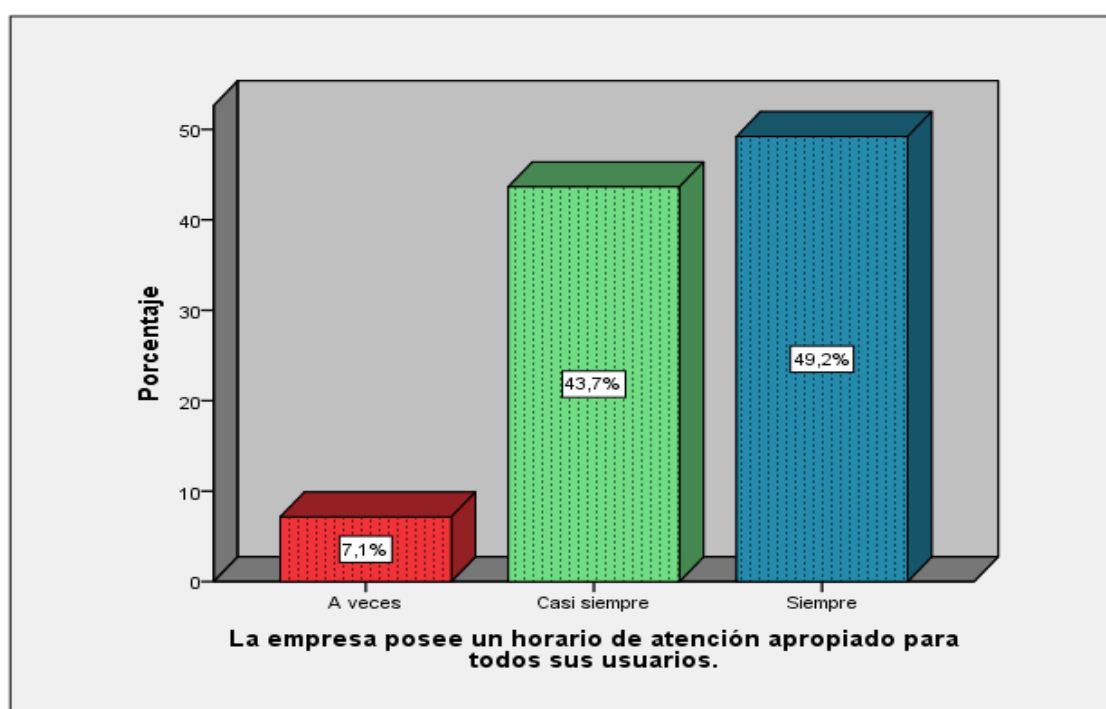


Gráfico 50

Análisis:

De la tabla 71 y gráfico 50, se visualiza que la empresa cuenta con un horario flexible para la atención de todos sus compradores; del total de los clientes, el 49,2% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, que sí cuentan con horarios disponibles para la atención sobre sugerencias por parte del cliente, el 43,7 % expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 7,1% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo, debido a que en raras veces son atendidos de manera inmediata.

Pregunta N° 51: Tabla 72 y Gráfico 51

Tabla 72

Existe disponibilidad total por parte del colaborador para la atención y sugerencias del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	4,0	4,0	4,0
	Casi siempre	50	39,7	39,7	43,7
	Siempre	71	56,3	56,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

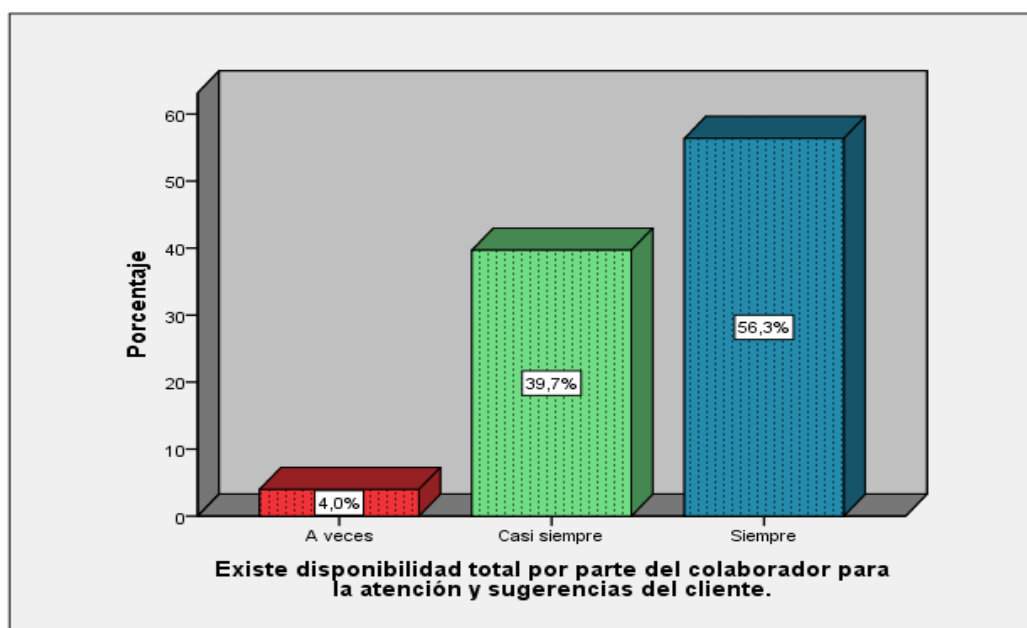


Gráfico 51

Análisis:

De la tabla 72 y gráfico 51, se observa que existe disponibilidad por parte del colaborador para la atención y sugerencia del cliente; del total de los clientes, el 56,3% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, manifiestan haber recibido disponibilidad total por parte del personal de la empresa a la hora de la atención; el 39,7% expresan que Casi siempre están de acuerdo; y un 4,0% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 52: Tabla 73 y Gráfico 52

Tabla 73

Los colaboradores de la empresa muestran un interés para brindar un mejor servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	6,3	6,3	6,3
	Casi siempre	58	46,0	46,0	52,4
	Siempre	60	47,6	47,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

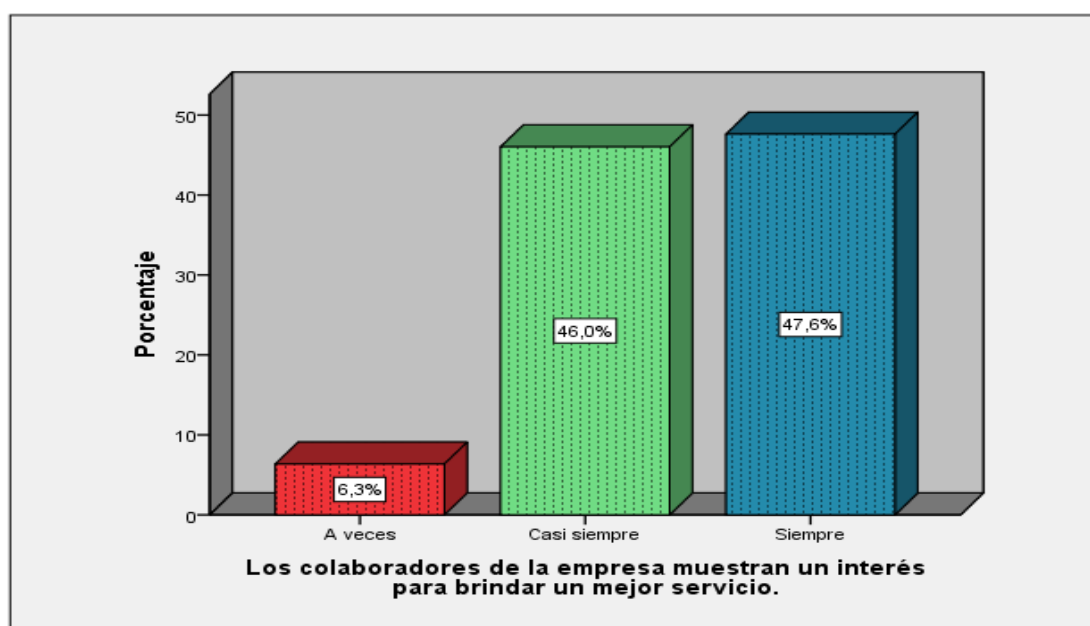


Gráfico 52

Análisis:

De la tabla 73 y gráfico 52, se visualiza que los colaboradores de la empresa muestran interés por brindar un mejor servicio; del total de los clientes, el 47,6% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo que el personal sí muestra interés para brindar una atención adecuada; el 46,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, y un 6,3% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo; que el interés percibido es bajo por parte de los colaboradores.

Pregunta N° 53: Tabla 74 y Gráfico 53

Tabla 74

Los colaboradores de la empresa se preocupan en resolver las inquietudes de los usuarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	2	1,6	1,6	1,6
	Casi siempre	58	46,0	46,0	47,6
	Siempre	66	52,4	52,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

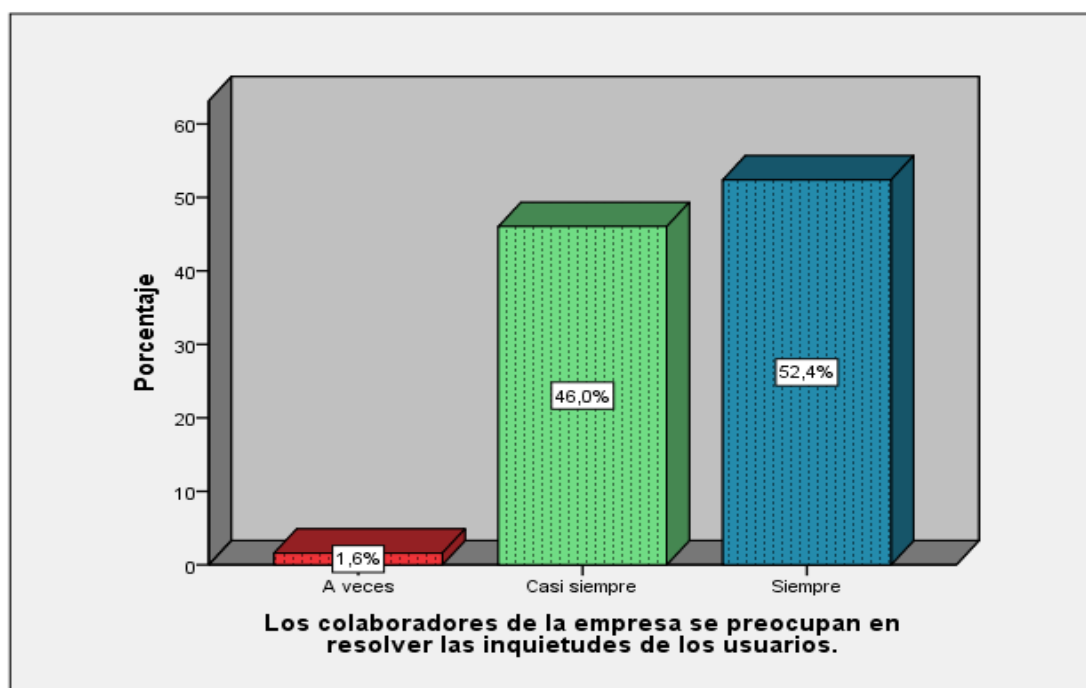


Gráfico 53

Análisis:

De la tabla 74 y gráfico 53, se visualiza que los colaboradores de la empresa se preocupan en resolver las inquietudes de los clientes; del total de los clientes, el 52,4% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo que el personal asignado si le preocupa en resolver las sugerencias de los clientes, el 46,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 1,6% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 54: Tabla 75 y Gráfico 54

Tabla 75

La empresa cuenta con instalaciones e infraestructura apropiada para ofrecer un servicio adecuado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	11	8,7	8,7	9,5
	Casi siempre	73	57,9	57,9	67,5
	Siempre	41	32,5	32,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

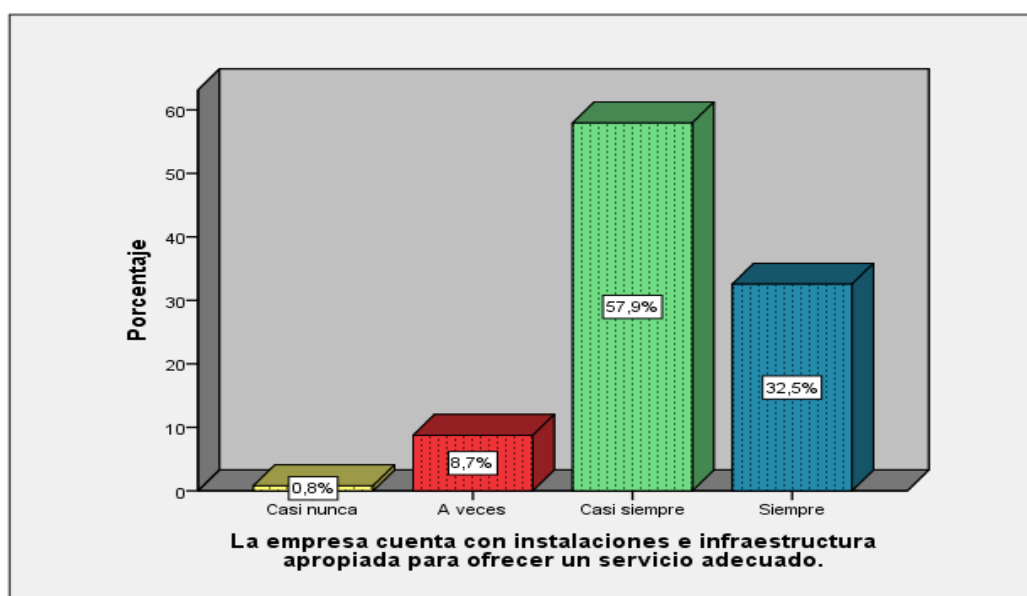


Gráfico 54

Análisis:

De la tabla 75 y gráfico 54, se visualiza que la empresa cuenta con instalaciones e infraestructura apropiada para ofrecer un servicio adecuado; del total de los clientes, el 32,5% de los encuestados expresaron estar Siempre, conforme; el 57,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo; que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para ofrecer un servicio excelente, seguido del 8,7% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca, creen que falta mejorar en algunos aspectos del local.

Pregunta N° 55: Tabla 76 y Gráfico 55

Tabla 76

Las instalaciones de la empresa muestran un ambiente agradable a la perspectiva del usuario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	2,4	2,4	2,4
	Casi siempre	59	46,8	46,8	49,2
	Siempre	64	50,8	50,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

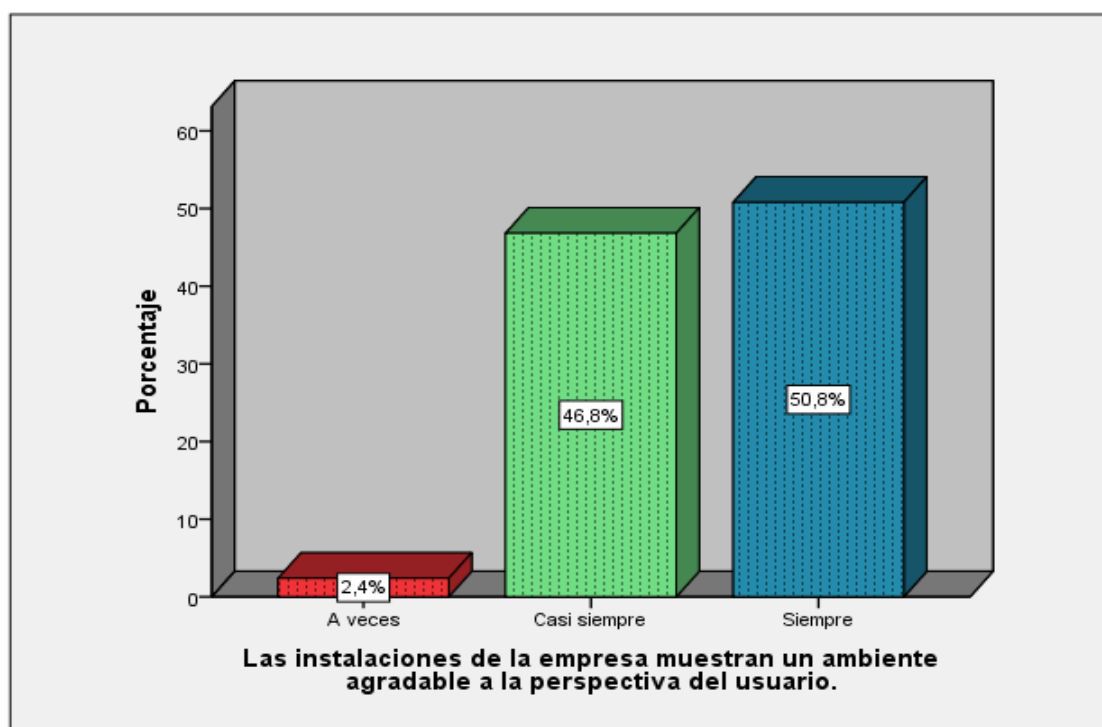


Gráfico 55

Análisis:

De la tabla 76 y gráfico 55, se visualiza que las instalaciones de la empresa muestran un ambiente agradable a la vista del cliente; del total de los clientes, el 50,8% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, debido a que, sí se observa un ambiente agradable dentro de la empresa, el 46,8% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 2,4% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 56: Tabla 77 y Gráfico 56

Tabla 77

La empresa cuenta con equipos e instrumentos tecnológicos para la realización de sus actividades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	7	5,6	5,6	5,6
	Casi siempre	68	54,0	54,0	59,5
	Siempre	51	40,5	40,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

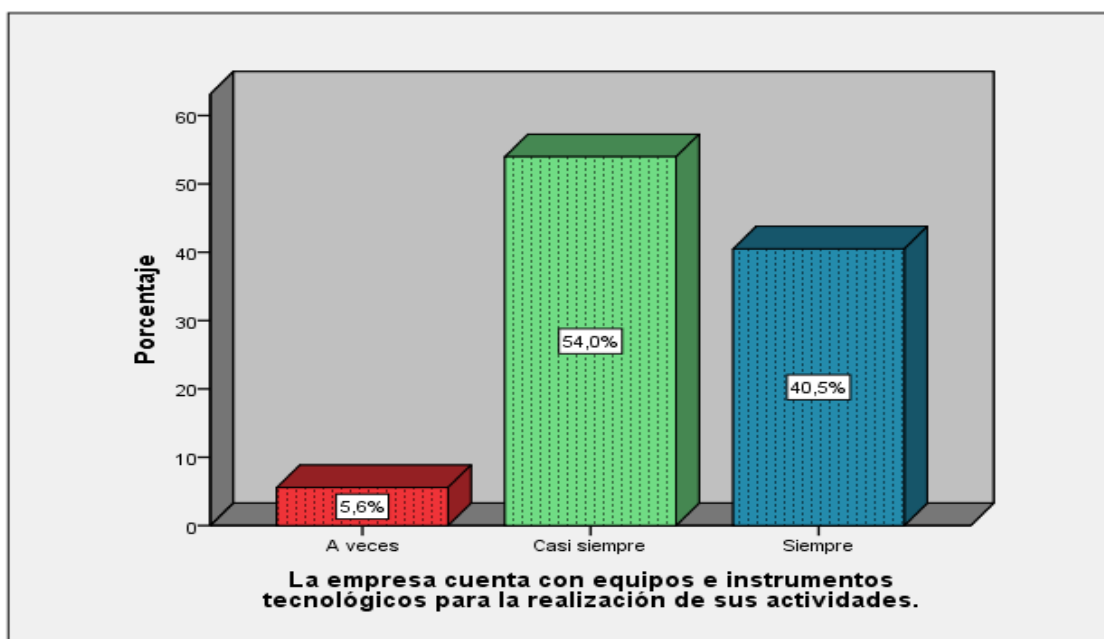


Gráfico 56

Análisis:

De la tabla 77 y gráfico 56, se visualiza que la empresa cuenta con equipos e instrumentos tecnológicos para la realización de sus actividades; del total de los clientes, el 40,5% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 54,0% expresan que Casi siempre están de acuerdo que la empresa cuenta con los equipos necesarios para sus actividades, seguido del 5,6% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo.

Pregunta N° 57: Tabla 78 y Gráfico 57

Tabla 78

Los colaboradores están capacitados para la manipulación de los equipos modernos a la hora de hacer un pedido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	1	,8	,8	1,6
	Casi siempre	53	42,1	42,1	43,7
	Siempre	71	56,3	56,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

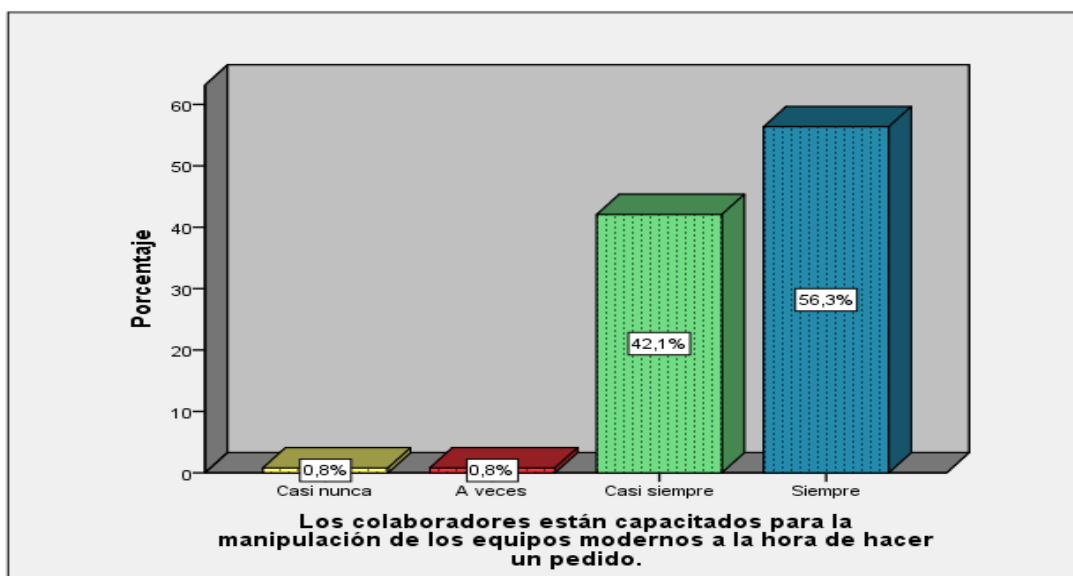


Gráfico 57

Análisis:

De la tabla 78 y gráfico 57, se observa que los colaboradores están capacitados para la manipulación de los equipos modernos a la hora de hacer un pedido; del total de los clientes, el 56,3% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo que la capacitación en los colaboradores es primordial para la atención de los pedidos de los clientes, el 42,1% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 0,8% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca, creen que aún falta la capacitación para la manipulación de maquinarias modernas.

Pregunta N° 58: Tabla 79 y Gráfico 58

Tabla 79

Los colaboradores de la empresa muestran buena imagen a la hora de atender a los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	12	9,5	9,5	10,3
	Casi siempre	61	48,4	48,4	58,7
	Siempre	52	41,3	41,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

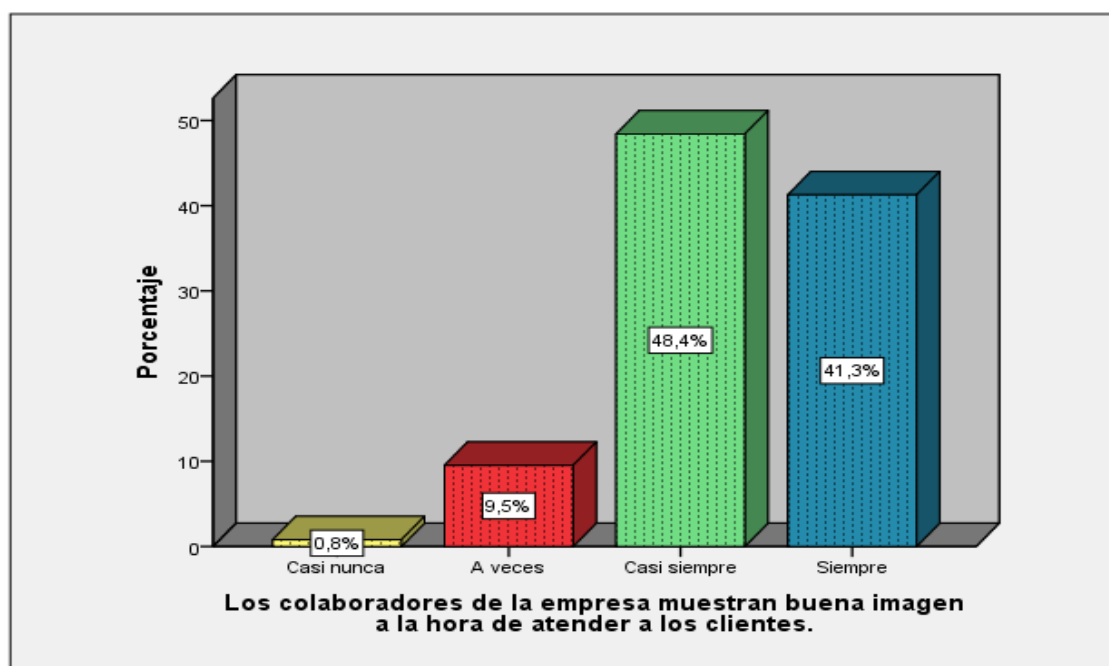


Gráfico 58

Análisis:

De la tabla 79 y gráfico 58, se visualiza que los colaboradores de la empresa muestran buena imagen a la hora de atender a los clientes; del total de los clientes, el 41,3% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo, el 48,4% expresan que Casi siempre están de acuerdo que, muestran buena presencia a la hora de atención, seguido del 9,5% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca, creen que carecen de buena imagen a la hora de atender a un cliente.

Pregunta N° 59: Tabla 80 y Gráfico 59

Tabla 80

El colaborador emplea un uniforme que lo identifica como parte de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	3	2,4	2,4	3,2
	Casi siempre	49	38,9	38,9	42,1
	Siempre	73	57,9	57,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

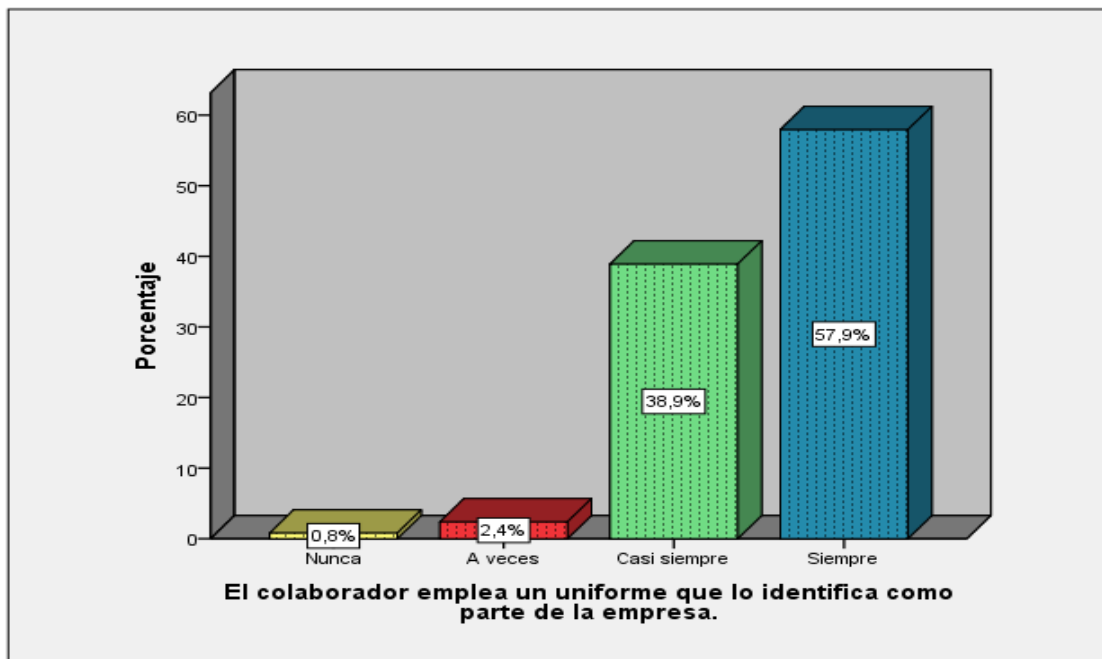


Gráfico 59

Análisis:

De la tabla 80 y gráfico 59, se observa que el colaborador emplea uniforme que lo identifica como parte de la empresa; del total de los clientes, el 57,9% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo que los colaboradores usan vestimentas que los identifican como parte de la empresa, el 38,9% expresan que Casi siempre están de acuerdo, seguido del 2,4% los clientes expresan que solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca, debido a que solo a algunos de los colaboradores se observa que emplean uniforme de la empresa.

Pregunta N° 60: Tabla 81 y Gráfico 60

Tabla 81

la empresa cuenta con materiales informativos como (catálogos, folletos, otros) a la perspectiva del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,8	,8	,8
	A veces	7	5,6	5,6	6,3
	Casi siempre	71	56,3	56,3	62,7
	Siempre	47	37,3	37,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a través del instrumento cuestionario.

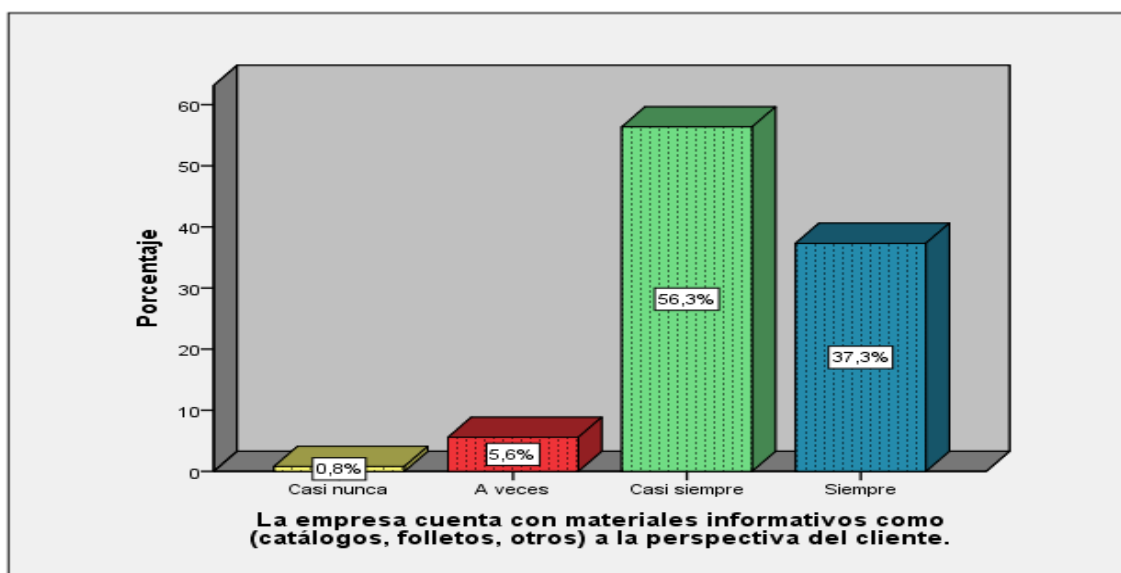


Gráfico 60

Análisis:

De la tabla 81 y gráfico 60, se observa que la empresa cuenta con materiales informativos como (catálogos, folletos, otros) a la vista del cliente, del total de los clientes, el 37,3% de los encuestados expresaron estar Siempre, de acuerdo; el 56,3% expresan que Casi siempre están conformes, que la empresa cuenta con materiales informativos al alcance de los cliente, seguido del 5,6% los clientes expresan que, solo A veces están de acuerdo y un 0,8% manifiestan como Casi nunca, creen que aún falta tener materiales informativos acerca de la empresa Andamios RHM.

ANEXO 7: fotos de los representantes de la empresa Andamios RHM 2019.







ANEXO 9: Solicitud para realizar Trabajo de Investigación

Lima, 17 de setiembre del 2019

Señor(es): Representante legal de RHM Andamiaje y Estructuras Metálicas S.A.C

Reyner Huancas Mera

Solicito: Permiso para realizar Trabajo de Investigación

Yo, **Cristhian Anthony Limahuaya Vilca**, identificado con DNI N° 77131345, con el debido respeto me presento y expongo:

Mediante la presente solicito permiso para poder realizar un Trabajo de Investigación a su empresa Andamios Certificados RHM, referente a la Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, debido a que, se observó en su empresa que existen errores mínimos en el proceso administrativo, correspondiente al año 2019, y que, de esta manera, esto no afecte al servicio brindado al cliente. Asumo que toda información y el resultado del Trabajo de investigación serán de uso exclusivamente académico.


El material suministrado por la empresa será la base para la construcción de un estudio de caso. La información y resultado que se obtenga del mismo podrían llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la formación a los estudiantes de la Universidad César Vallejo.

Espero pueda autorizar mi solicitud, me despido con un cordial saludo.

Atentamente,



Cristhian Anthony Limahuaya Vilca
DNI: 77131345



RHM ANDAMIOS Y ESTRUCTURAS METÁLICAS S.A.C.
RUC: 20601471795
Reyner Huancas Mera
GERENTE GENERAL

Reyner Huancas Mera
DNI: 48086032

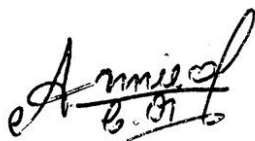
Declaratoria de Autenticidad

Nosotros CERRA QUEREVALÚ ANNIE GUISELL, identificada con D.N.I N° 73657394, LIMAHUAYA VILCA CRISTIAN ANTHONY, identificado con D.N.I N° 77131345 y SOLÍS DIAZ DIANA CAROLINA, identificada con D.N.I N° 48012070, estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este; manifestamos que el producto académico que lleva como título “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA ANDAMIOS RHM, DEL DISTRITO EL AGUSTINO 2019” para alcanzar el título profesional de licenciado en administración.

Por ende, pasamos a informar:

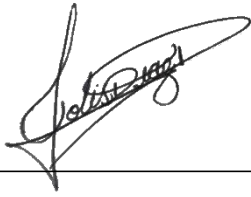
1. Hemos referenciado todas las fuentes utilizadas en el presente trabajo de investigación, además hemos procedido adecuadamente en la transcripción de las citas textuales y parafraseo, en el marco de los preceptos de redacción preestablecidas.
2. No hemos empleado ninguna fuente diferente a aquellas que se evidencian en el presente trabajo intelectual.
3. El trabajo de investigación mencionado nos ha servido de precedente de manera completa ni parcial para obtener otro grado académico o título profesional.
4. Tenemos conocimiento de que nuestra investigación puede ser inspeccionada de manera electrónica para rastrear plagios.
5. De hallar el empleo de información ajeno sin la adecuada identificación de su origen o autor, nos sujetamos a las penas que decretan el proceder disciplinario.

Lima, 17 de diciembre del 2019



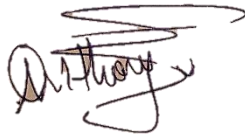
Annie Guisell Cerra Querevalú

D.N.I. N° 73657394



Diana Carolina Solís Díaz

D.N.I. N° 48012070



Cristhian Anthony Limahuaya Vilca

D.N.I. N° 77131345