



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, distrito Ate,
año 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Yajaira Madelein, Mendoza Rojas (ORCID: 0000-0003-3268-2942)

ASESOR:

Mgr. Carlos Antonio, Casma Zárate (ORCID: 0000-0002-4489-8487)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A mis padres y toda mi familia por el apoyo y amor incondicional para seguir logrando cada una de mis metas trazadas.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a Dios por las fuerzas y sabiduría para hacer de cada una de las pruebas un logro maravilloso, a mi asesor por instruirme en la elaboración de esta investigación, a mis amigos de aula por el trabajo en equipo cuando se necesitó.

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) YAJAIRA MADELEIN MENDOZA ROJAS cuyo título es: **“LA REINGENIERÍA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019”**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:14..... (número) ..CATORCE... (letras).

Los Olivos, 05 de Julio 2019

.....
Dr. Abraham, Cardenas Saavedra
PRESIDENTE

.....
Dr. Pedro Constante, Costilla Castillo
SECRETARIO

.....
Mgr. Carlos Antonio, Casma Zárate
VOCAL

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

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo YAJAIRA MADELEIN MENDOZA ROJAS con DNI N° 73885796, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el trabajo de investigación son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad que se presenta en el trabajo de investigación son auténticos y veraces.

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

Lima, 05 de Julio del 2019

.....

YAJAIRA MENDOZA ROJAS

DNI N° 73885796

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1 Diseño, Tipo, Nivel y Método de Investigación	10
2.2 Operacionalización de variables	11
2.3 Población, muestra y muestreo	14
2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
2.5 Método de análisis de datos	17
2.6 Aspectos éticos	17
III. RESULTADOS	18
IV. DISCUSIÓN	26
V. CONCLUSIONES	28
VI. RECOMENDACIONES	30
VII. REFERENCIAS	31
ANEXOS	32

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar de qué manera se relaciona la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019. La metodología utilizada comprendió un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel descriptivo – correlacional, de diseño no experimental – transversal. Los datos obtenidos fueron procesados en el SPSS 22, se utilizó el estadístico descriptivo correlacional con mediciones no paramétricas realizado por la prueba de Kolgomorow Smirnov, arrojando un valor de $p=\text{sig}=0,000$ para ambas variables determinando así trabajar el estadístico inferencias Rho de Spearman que arrojó correlación positiva alta entre las variables de estudio, es decir $p=,888$ y la prueba hipótesis arrojó un nivel de significancia de 0,000 concluyendo así que se acepta la hipótesis de investigación, que si existe relación entre las variables mencionadas.

Palabras clave: Reingeniería, calidad, atención al cliente.

ABSTRACT

The purpose of this research Project is to determine how the reengineering and quality in customer service at Jestir S.A.C, Ate District, 2019. The methodology used included a quantitative approach, applied type, descriptive – correlational level, non-experimental – transversal design. The data obtained were processed in SPSS 22, the correlational descriptive statistic caused with non-parametric measurements performed by the Kolgomorow Smirnow test, yielding a value of $p\text{-sig}=0.000$ for both variables determining how to work Spearman's Rho inferences statistic that showed high positive correlation between the study variables, $p=0.000$ and the hypothesis test yielded a significance level of 0.000 concluding so the research hypothesis is accepted, that if there is a relationship between the variables mentioned.

Keywords: Reengineering, quality, customer service.

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia las empresas fueron las principales en aplicar diferentes estrategias y filosofías para mejorar la efectividad y eficiencia de los negocios. Una de ellas es la “REINGENIERÍA”, la cual se establece en un nuevo diseño de los procesos para así perfeccionar las principales causas que están conllevando a no tener: calidad, servicio, rapidez y costos.

Hoy en día, el 70% de los problemas empresariales a nivel mundial son consecuencia de una mala reingeniería. Cualquier tipo de organización ya sea una empresa grande, pequeña, nacional o mundial debería de estar en incesantes cambios, buscando crecer en gran manera desarrollando estrategias que les permitan mejorar día a día logrando un buen resultado, y de esa manera implementar procesos de reingeniería, caso contrario esto generaría un mal clima, y la empresa se vería afectada.

En el Perú, hablar de reingeniería es hablar de un problema antepasado y actual. A nivel nacional, los reprocesos es uno de los principales problemas que tienden en las organizaciones. Por ejemplo, se tomó como caso una revista el cual habla de lo que se vive en el Perú día a día, Mongilardi pidió que se realice una “reingeniería” en Pro inversión” ya que existen retrasos en algunos proyectos de hasta 48 meses. Como resultado se halló que existe un déficit, provocando que no se tome una decisión rápida.

La empresa Jestir S.A.C encargada de brindar servicios de automotriz, que desempeña el lavado, pintado, planchado, colocación de stickers e instalación de deflectores de unidades; en estos últimos años ha ido aquejando de problemas, uno de los más críticos es la reingeniería de unidades esto debido a que; existe una mala supervisión del que se cumpla con el horario de entrega establecida de los autos así como también el buen estado el que se debe entregar cada unidad, ya que en el transcurso de cada actividad como planchado, pintado ocurren incidencias con los autos trayendo consigo sobre costos que afectan a la empresa.

A continuación, se detallan estudios internacionales, (Santana, 2013) Obtuvo el grado de licenciado en Medicina, "*Reingeniería de procesos y servicios en biblioteca de la Facultad de Ciencias Médicas*", para llevar a cabo la investigación se contó con cien colaboradores que frecuentaban en la biblioteca. Dicha investigación tuvo como término, un resultado positivo entre reingeniería de procesos y servicios en la Facultad de Ciencias Médicas, esto con un nivel menor a 0,005 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de 0.60 que indica que existe relación moderada.

(Cachott, 2014) Obtuvo el grado de licenciada en Gestión Gastronómica, "*Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el restaurante 'Los Pollos de la Colón'*", para llevar a cabo la investigación será de trescientos sesenta y siete clientes reales del restaurante. Dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo entre la calidad de su servicio, esto con un nivel menor a 0,005 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de 0.74 indicando que hay relación positiva.

(Rivera, 2014) Obtuvo el título de licenciado en Administración "*Consultoría en reingeniería de procesos*", el trabajo se llevó a cabo con cien colaboradores. Dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo entre reingeniería de procesos, esto con un nivel menor a 0,005 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de 0.61 indicando que hay relación moderada

(Reibán, 2015) Obtuvo el título de Ingeniero en Administración de Empresas "*Reingeniería de procesos para la empresa mobiliaria innova de la ciudad de Cuenca*", para llevar a cabo la investigación se contó con cincuenta personas de la ciudad de Cuenca. Dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo entre reingeniería de procesos, esto con un nivel menor a 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de 0.51 indicando que hay relación moderada.

En cuanto a trabajos nacionales cabe citar a (Cruz, 2016) Obtuvo el título de licenciada en Ingeniería Industrial *“Reingeniería de procesos logísticos de entrada para mejorar la efectividad del área de logística”*, se llevó a cabo con sesenta y siete colaboradores. Dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo en la mejora efectiva, esto con un nivel menor a 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de Spearman de 0.60 que indicando que existe relación positiva.

(Cabeza, 2017) Obtuvo el título de Ingeniería Industrial *“Implementación de la Reingeniería de procesos para reducir los costos de producción, en el área productiva de la Carpintería Majice, Ancash 2017*, dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo en reingeniería para reducir costos en la organización, esto con un nivel menor a 0,005 rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de 0, 70, indicando que existe relación positiva.

(Arce, 2016) Obtuvo el grado profesional de licenciada en Administración *“Calidad de Servicio del cliente en el Restaurant Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza Lima”*, Dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo, esto con un nivel menor a 0,005 rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de 0, 72, indicando que existe relación positiva.

(Figuroa, 2014) Obtuvo el grado académico de licenciado en Administración de Empresas *“Atención al Cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos”*, dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo. Dicha investigación tuvo como termino un resultado positivo entre la atención al cliente y los servicios, esto con un nivel de significancia menor a 0,005 (se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna con un Rho de 0.60 que indicando que existe relación positiva.

En este sentido resulta pertinente proporcionar lineamientos teóricos que brinden soporte a la investigación, entre ellas cabe destacar la reingeniería para el posicionamiento en el mercado de (Tarifa, 2012), la reingeniería es un procedimiento de cambios radicales para mejorar la posición que en la vida diaria tiene la organización en el mercado. Dicho desarrollo implica el comprometerse con cada uno de los colaboradores que forman parte desde ya en cada una de las actividades cotidianas en la empresa.

Una definición más clara para reingeniería es el diseño e implementación de mejoras y nuevas actividades, para lograr buenos resultados en la aplicación de reingeniería, los niveles gerenciales deben sedimentar en cada una de la toma de decisiones, ya que, de ellas, dependerán los tiempos, costos y utilidades venideras.

Teoría de (Natha, 2014) expectativas de la reingeniería, al aplicar reingeniería en distintos procedimientos de empresas, se espera que se note los siguientes tipos de cambios: cambian las unidades de trabajo (crean un mejor equipo), oficios cambiantes (responsabilidad colectivamente, cada uno tiene un oficio distinto), el papel de los colaboradores cambia (decisión eficaz y buena en todo aspecto), cambiante de criterios de ascenso (ascenso a nuevas oportunidades, entre otros).

Reingeniería, ante ello, (Fuentes, 2014) indica que, “la reingeniería tiene como principal razón que las organizaciones logren estar enfocadas en el: proceso, valor y cliente”. (p.55).

(Rafoso Pomar, 2011) reingeniería es una solución fundamental que implica la reinención de los procesos por lo que puede ser una gran ventaja competitiva (p.2).

La reingeniería es una reformulación completa de los procesos ya existentes, establece una reconfiguración de procesos en las empresas. Consiste en una determinación y evaluación de los procesos que no dan valor agregado a la empresa, contribuye a su vez la preparación del personal para la asimilación de los cambios que puede haber, incitando a participar en las nuevas formas de trabajo, donde se brinde un valor agregado de la actividad que se realice.

Dimensión 1, proceso eficaz; ante ello, (Fuentes, 2014) indica que “el proceso se debe mantener teniendo en cuenta tiempo, seguridad y resultado” (p.48).

El proceso es eficaz, cuando genera un método capaz de llevar a cabo una elaboración, que dependerá de que cada uno de las apariencias vinculado con él que sean dirigidos adecuadamente. Es una secuencia de pasos dispuestos a cumplirse de manera óptima, logrando resultados específicos, por ende, proceso se puede definir como la sucesión de acciones o actos que se realizan o han realizado con cierto orden, teniendo en cuenta que se verá el tiempo, seguridad y resultado, teniendo con ello el personal idóneo para tener un proceso

eficaz y de buena calidad que se dirigen a un punto o finalidad que se quiere lograr, así como también lo organizado en el tiempo que se requiere.

Tiempo: Es el período determinado de una acción que se desea realizar o desarrollar un acontecimiento. Duración de las cosas sujetas a cambios que se determinan en horas, semanas, etc.

Seguridad: Se define en el contexto donde no se registrar daños, peligros, ni riesgos. Esto conlleva a ofrecer estabilidad, equilibrio y prevención de cualquier accidente que pueda pasar.

Resultado: Se define como resultado a una acción, efecto, consecuencia o proceso de terminar algo con el fin de obtener siempre un buen resultado, esto quiere decir que es un efecto o consecuencia de algo que se ha hecho.

Dimensión 2, valor del cliente; ante ello, (Fuentes, 2014) menciona que, “la definición de proceso lleva la de valor al cliente, si hay valor, este debe ser reconocido y disfrutado por el cliente con ello: fidelización y rentabilidad”: (p.47).

El éxito de toda empresa está en una buena estrategia comercial, darle el valor que quieres que te den a ti, esto quiere decir; pensar como clientes, ya que, si existe valor, esta será reconocida y aún preferida por el consumidor, de modo que los clientes perciban una buena calidad, ese es la base para captar a los clientes si se requiere ser líder y no tener competencia.

Fidelización: Estrategias, permite captar a los clientes y hacer marketing para que, de ese modo, las personas nos fidelicen y la marca se posicione.

Rentabilidad: Vinculo autentico entre rendimiento que proporcionan una acción o cosa.

Dimensión 3, percepción del cliente; ante ello (Fuentes, 2014) menciona que “la definición de percepción del cliente, es uno de los más importantes para tener éxito, satisfaciendo y brindando una buena calidad de servicio, la cual se dividen en: innovación, emociones, confianza y servicio”. (p.54).

Una percepción del cliente debe ser siempre positiva sobre nuestro producto; para de ese modo, cuando tengan que recordar la realidad de lo que uno brinda sea diferenciada por otras y pueda ser el detonante de una compra sin necesidad de querer evaluar quien brinda un mejor producto, ya que la realidad del ser humano es el resultado de si nos fideliza o desea cambiar por algo más competitivo. La clave para quien y que ofrece esta en ser diferentes.

Innovación: Necesario para las organizaciones lo cual se centren en medir lo importante y no lo fácil, este se refleja en métricas como: porcentaje de ventas de nuevos productos, ventas de

nuevos productos comprado con la competencia, o el tiempo de retorno de la inversión en innovaciones.

Emociones: Aquellas que se han ido desarrollando en la convivencia con la sociedad, se denomina emociones a aquellos sentimientos, sensaciones que posee el ser humano al interactuar con sus semejantes y medios en general.

Confianza: Es la esperanza o seguridad que se tiene de alguien hacia otra persona o algo, firmeza que un individuo tiene que algo suceda o funcione de forma determinada o como este quiere que sea.

Servicio: acción que se hace, con la finalidad de satisfacer con un buen servicio, que sea el esperado por el que desea adquirir el servicio.

En este sentido resulta pertinente proporcionar lineamientos teóricos que brinden soporte a la investigación, entre ellas cabe destacar control total de calidad de (Feigenbaum, 2009), considera el control total de calidad como un mecanismo en la gerencia valiosa que requiere que el total de colaboradores de una empresa estén informados.

Es una personalidad de supervivencia empresarial, un estilo de gerencia. El C.C.T, afecta a toda empresa e incluye la implementación de funciones de calidad orientadas al consumidor. Feigenbaum implemento tres pasos hacia una mejor calidad, entre ellas, liderazgo en calidad (este debe ser proyectado en terminaciones específicas, orientada a la excelencia), técnicas de calidad modernas (responsabilidad, tener una visión libre de deficiencias o imperfecciones), responsabilidad de la organización (causa duradera).

Teoría de (Juran, 1997) la calidad como filosofía de gestión, Juran considera que calidad reside en dos conceptos diferentes, pero relacionados entre sí, una forma de calidad está orientada a los ingresos, consiste en aquella peculiaridad del producto que satisfacen necesidades del cliente, como resultado de eso producen ingresos. Un segundo aspecto de calidad estaría orientada a los costes y consistiría en la falta de fallas y deficiencias. Juran indica que la administración para obtener calidad abarca tres procedimientos básicos: planificación de calidad, control de calidad y no menos importante el mejoramiento de calidad, su “trilogía”, muestra cómo se vinculan entre sí dichos procesos.

Calidad en la atención al cliente, ante ello (Pérez, 2014) indica que “la calidad de la atención al cliente debe enmarcarse en cada uno de los trabajadores para que de esa manera se lleve una buena relación con el cliente, se sustenta en: políticas, culturas y procedimientos”. (p .9).

(Salazar Yépez, 2016) brindarle un servicio al cliente, en la actualidad es de mucha importancia debido a que el mercado, quiere diferenciar los servicios, así el brindar un buen servicio se convierte en pilar fundamental de las instituciones de mercado (p.2).

(Najul Gosoy, 2011) dar una buena cortesía al usuario compromete hoy en día, una labor desarrollada por las instituciones con situaciones a complacer los requisitos de cada uno de los usuarios, obteniendo así intensificar su rendimiento y ser competitiva, recordando siempre que el comprador es el personaje primordial y el autor más significativo en el juego de las compras y ventas (p.2).

La calidad en la atención se define como valor añadido a los que optan por tu servicio, satisfaciendo sus necesidades ya sean tangibles en cuestión a productos o intangibles que generalmente son de servicio, actos que recibe el cliente, y sus expectativas como cliente. Esto conlleva a tomar decisiones en cuanto a mejoras, deseos y gustos de los clientes, concientizando a cada integrante de la empresa sobre cómo puede afectar su trabajo con la manera de brindarle un buen servicio que quede en la mente del consumidor gestionando de forma sistemática cuyas relaciones con los clientes.

Dimensión 1, políticas empresariales ante ello, (Pérez, 2014) menciona que, “existe factores en las empresas que son esenciales para el cumplimiento de objetivos dirigidos hacia el consumidor, como, competitividad, compromiso, ética y organización”: (p.9).

Las políticas empresariales se deben enmarcar en cada empresa de forma correcta, es necesario establecer una serie de reglas y normas que rijan la actividad diaria de la organización. Por ello es necesario crear políticas empresariales ya que estos son aceptados por los integrantes de la empresa con un único objetivo, la existencia de una gestión que, de grandes y buenos resultados, y de este modo permitir definir cuáles son los principios de la organización y cuáles son los estándares de trabajos en cada una de las situaciones que se ve a diario.

Competitividad: Capacidad que posee una persona, empresa o país para competir obteniendo resultados óptimos frente a sus otros competidores con la finalidad de ser el primero en lo que se desee.

Compromiso: Capacidad que tienen las personas para el cumplimiento de algo, de manera responsable, profesional y leal, dando su mayor esfuerzo y concluyéndolo en el período que se le ha concertado.

Ética: Comportamiento moral, obligación efectiva del ser humano, conjunto de valores, normas y costumbres de un ser humano.

Organización: Sistema diseñado para lograr alcanzar cada una de las metas y objetivos que se han planteado con el único fin de que cumplan funciones específicas.

Dimensión 2: Cultura de Servicio ante ello, (Pérez, 2014) menciona que, " para lograr excelencia, las empresas deben enmarcarse en un proceso orientado a la mejora continua de la calidad, para conseguir satisfacción de cliente y están integradas a; normas e ideologías": (p.33).

La cultura de servicio, es la utilización de estrategias técnico, recurso humano y tecnológico que permiten un crecimiento adecuado, relación e integración entre todas las personas que están comprometidas, ya sean empresas, personas y comunidades. Esto significa que la cultura de servicio significativamente busca que todos salgan beneficiados, ayudar a otros y ver por los demás, lo cual, toda empresa debería de llevar a cabo, para tener un buen clima laboral, y ayudarse entre todos, sin esperar algo a cambio y solo ver por una mejora continua diaria.

Normas: Uso voluntario que se debe de poner en práctica en todas las empresas, ya que está integrada a valores.

Ideologías: Ideas y creencias colectivas que son compatibles entre sí, esto conlleva a una mejor relación en la organización.

Dimensión 3: Procedimiento organizacional ante ello, (Pérez, 2014) menciona que, "en esta etapa las empresas establecen aquellos métodos organizacionales de trabajo o tareas de puestos que faciliten la aplicación de las políticas como: satisfacción del cliente, antigüedad de clientes y porcentaje de devoluciones del cliente". (p. 38).

El procedimiento organizacional se puede definir en la división de cargas de trabajos de tareas que deben ser ejecutadas, una combinación de tareas lógicas y eficientes, la departamentalización que se hace con cada trabajador. Para ello se debe establecer mecanismos para integrar las actividades de cada departamento, coordinación de trabajos de manera eficaz.

Satisfacción del cliente: Nivel de satisfacción de los clientes, según unos criterios de acción específica, relacionadas con la promesa de la empresa, nivel de conformidad del sujeto cuando hace una compra o utiliza un servicio.

Antigüedad de clientes: etapa en el que los consumidores permanecen ligados a la empresa manteniendo actividades.

Porcentaje de devoluciones del cliente: Por fallos, daños y entregas de productos o servicios fuera de plazos establecidos.

Lo mencionado anterior y gracias a cada aporte de distintos autores nos conllevan a plantear la siguiente realidad problemática general: ¿cómo se relaciona la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C. Distrito Ate, año 2019?, de igual importancia deriva a problemas específicos detallados en: primero ¿cómo se relaciona la reingeniería y políticas empresariales en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019?, segundo ¿cómo se relaciona la reingeniería y cultura de servicio en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019?, finalmente, ¿cómo se relaciona la reingeniería y procedimiento organizacional en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019?

De este modo, Hernández, *et al.* (2014) menciona que toda investigación inicia la causa del estudio manifestando los alegatos y demostrando la carencia e importancia de la misma (p. 40). La investigación se sustenta en 3 tipos de justificación: primero la justificación teórica (Bernal, 2010) sostiene que la justificación teórica tiene el propósito de generar nuevos conocimientos en base a teorías o principios existentes. (p.87).

Segundo la justificación metodológica; Sáenz *et al.* (2012) fundamenta que a investigación metodológica representa las técnicas utilizadas en la indagación a fin de generar conocimiento válido. En resumen, la investigación utilizará el método hipotético-deductivo determinada por un instrumento de medición, es decir el cuestionario, el cual permite recolectar datos.

Finalmente, la justificación práctica; en la que se pretenderá conocer la relación que existe entre los conceptos de estudios señalados anteriormente, permitiendo identificar el grado de relación entre las variables y facilitar estrategias de mejora para una buena calidad de vida en la ciudadanía. Hoy en día los clientes son los pilares fundamentales para que las empresas funcionen, pues de aquello depende el éxito o fracaso de las organizaciones.

Por otra parte, el planteamiento de la hipótesis general que deriva la investigación es la siguiente; como hipótesis nula se menciona a que no existe relación significativa entre la reingeniería y calidad en la atención al cliente, caso contrario representa la hipótesis alterna en la que sí existe relación significativa entre la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019. Del mismo modo se plantean las hipótesis específicas: primero, existe relación significativa entre la reingeniería y políticas empresariales en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019; segundo, existe relación significativa entre la reingeniería y cultura de servicio en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019; finalmente; existe relación significativa entre la reingeniería y procedimiento organizacional en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

De la misma forma se plantea como objetivo general: como se relaciona la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019. De la misma forma se plantean los siguientes objetivos específicos; primero, como se relaciona la reingeniería y políticas empresariales en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019, segundo, como se relaciona la reingeniería y cultura de servicio en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019; finalmente, como se relaciona la reingeniería y procedimiento organizacional en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

(Hernandez, 2014) señala “el diseño no experimental, definida como aquella que elabora la exploración sin operar las variables de estudio es decir que se estudia el contexto tal y como se muestra” (p.135).

Siguiendo el método dentro del tipo de diseño, la investigación es de corte transversal, ya que, el estudio de ambas variables se ejecuta en un solo instante y único tiempo.

Según (Sampieri H. , 2013) señala “en este nivel de exploración se ocupa de recoger datos en un solo instante y en un periodo único. Su fin es la de describir las variables y estudiar su incidencia e interacción en un instante dado, sin manipularlas” (p. 88).

El planteamiento de la exploración para la realización la investigación, se utilizará el diseño no experimental de corte transversal, descriptivo, correlacional.

No experimental, porque se realizará sin operar predeterminadamente las variables; transversal porque recolecta información en el presente en un momento dado; descriptivo correlacional, trata de analizar si hay vínculo entre las variables de estudio a través de descripción de sus dimensiones.

Así mismo el tipo de investigación, según (López Montenegro y Tapia, 2006) indican “un trabajo es una exploración aplicada porque busca resolver dilemas prácticos precisos, fundamentándose en los conocimientos obtenidos de una investigación pura. Su preocupación es aplicarlos a necesidades específicas de la humanidad [...] y es de nivel correlacional porque esta establece hasta qué punto están relacionadas dos variables o más, su relación se determina estadísticamente”. (p. 39).

Por otra parte, el tipo de exploración es aplicada, descriptiva, correlacional; aplicada ya que busca generar entendimiento con la aplicación directa a las dudas; descriptiva porque solo se especificarán las partes más sobresalientes de las variables en estudio, puesto que se van a utilizar técnicas de conteo de medición. Y correlacional porque tiene como objetivo determinar el grado de relación existente entre las variables presentes en la investigación.

Así mismo el nivel de investigación, Según (Huamanchumo y Rodríguez, 2015) “la investigación descriptivo – correlacional, vincula el nivel de relación entre las variables y el modo cómo interactúan dos o más variables entre sí, ya que se trabaja sobre existencias de hechos o tácticas y su particularidad fundamental es la de exhibir, describir las características y propiedades de las variables tal y acorde las realidades” (p. 74 – 76).

El nivel de investigación es descriptivo correlacional, ya que mide el vínculo existente entre las variables trabajadas describiendo tal como se muestra.

Finalmente el enfoque de investigación, según (Sampieri R. H., 2007) el enfoque que se utilizó es cuantitativo ya que emplea la recopilación de datos para evidenciar la hipótesis, teniendo como base la medición numérica y el análisis estadístico, con la finalidad de implantar patrones de demostrar y probar teorías (p. 67).

2.2. Operacionalización de variables

Reingeniería; ante ello, (Fuentes, 2014) indica que, “la reingeniería tiene como principal razón que las organizaciones logren estar enfocadas en el: proceso, valor y cliente”. (p.55).

La reingeniería es una reformulación completa de los procesos ya existentes, constituye una reconfiguración de procesos en las empresas. Consiste en una determinación y evaluación de los procesos que no dan valor agregado a la empresa, contribuye a su vez la preparación del personal para la asimilación de los cambios que puede haber, incitando a participar en las nuevas formas de trabajo, donde se brinde un valor agregado de la actividad que se realice.

Finalmente, (Pérez, 2014) indica que, “C.E.A.C debe enmarcarse en cada uno de los trabajadores para que de esa manera se lleve una buena relación con el cliente, se sustenta en: políticas, culturas y procedimientos”. (p .9).

C.E.A.C se define como valor añadido a los que optan por tu servicio, satisfaciendo sus necesidades ya sean tangibles en cuestión a productos o intangibles que generalmente son de servicio, actos que recibe el cliente, y sus expectativas como cliente. Esto conlleva a tomar decisiones en cuanto a mejoras, deseos y gustos de los clientes, concientizando a cada integrante de la empresa sobre cómo puede afectar su trabajo con la manera de brindarle un buen servicio que quede en la mente del consumidor gestionando de forma sistemática cuyas relaciones con los clientes.

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Reingeniería	(Fuentes, 2014) indica que la reingeniería debe sustentarse en: proceso, valor y cliente . La reingeniería es una reformulación completa de los procesos ya existentes, constituye una reconfiguración de procesos en las empresas (p.55).	La reingeniería trata de la configuración eficaz de los procesos de las organizaciones, con el propósito de regenerar los resultados y reducir posibles cuellos de botella.	-Proceso eficaz	-Tiempo	1-2	Ordinal
				-Seguridad	3-4	
				-Resultado	5	
			-Valor del cliente	-Fidelización	6	
				-Rentabilidad	7	
			-Percepción del cliente	-Innovación	8	
				-Emociones	9	
				-Confianza	10-11	
				-Servicio	12	

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Calidad en la Atención al Cliente	(Pérez, 2014) indica que, “C.E.A.C debe enmarcarse en: políticas, culturas y procedimientos , para que de esa manera se lleve una buena relación con el cliente. (p.9).	La importancia de calidad en la atención al cliente es vital en la empresa, ya que es el valor adicional que le permitirá posicionarse en la mente del consumidor.	-Políticas empresariales	-Competitividad	13	Ordinal
				-Compromiso	14-15	
				-Ética	16	
				-Organización	17	
			-Cultura de servicio	-Normas	18-19	
				-Ideologías	20-21	
			-Procedimiento organizacional	-Satisfacción del cliente	22	
				-Antigüedad del cliente	23	
				-Porcentaje de devoluciones del cliente	24	

2.3. Población muestra y marco muestral

Una vez definida la metodología de la investigación se procede a estructurar la característica poblacional del objeto de estudio que se pretende investigar, definida por, (Sampieri H. , 2013), “se comprende por población a la agrupación completa de personas, elemento o medidas que tienen algunas particularidades comunes observables en un lugar y en un momento definido” (p.174). Para los fines de la exploración la población estuvo formada por los operarios de la organización Jestir S.A.C, que cuenta con 45 colaboradores actualmente, el perfil de los trabajadores se caracteriza porque son personas comprometidas con el trabajo que realizan, y de esta manera satisfacen la necesidad del cliente que adquiere su trabajo, en cuanto a la edad son actualmente personas entre 20 a 43 años de sexo indistinto.

La muestra para (Carrasco, 2005), “parte representativa de la población, cuyas peculiaridades principales son las de ser objetiva y reflejo leal de ella, de tal forma que los frutos obtenidos en la muestra puedan universalizarse a todos los integrantes que constituyen dicha población” (p.237).

El estudio es una investigación censal ya que consta de 45 trabajadores de la empresa Jestir S.A.C.

El marco muestral según (Cáceres, 2013),” permite relacionar la elección de elementos afirmando la probabilidad que todos puedan ser elegidos.” (p.48).

La lista de la nómina de trabajadores fue proporcionada por el área de Recursos Humanos.

Tabla 1

Trabajadores x sexo	N° Trabajadores
Hombres	41
Mujeres	4
Total	45

Fuente: Elaboración personal

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

Según (Mediano, 2014), “es un método originalmente utilizada para recoger información de las aportaciones personales de un grupo” (p.297). En la presente indagación se empleó la encuesta, con el propósito de recolectar datos. Llamamos técnica a métodos que permite al indagador, relacionar la investigación con el objeto o individuo.

Consecutivamente la técnica de recolección de datos para (Mediano, 2014), “el cuestionario es la primera prueba que debe pasar es de expertos, valorarán la adecuación de los interrogantes” (p.257). En la presente indagación se empleó el sondeo como instrumento con escala de Likert por ser una investigación cuantitativa. Uso del indagador para recopilar e inspeccionar información.

Validez, según (Hernández, 2010). “La validez se determina como el nivel en que una herramienta realmente mide la variable que desea medir” (p.201).

Validez del constructo, el instrumento será avalado en la operacionalización de la variable desde el ámbito teórico, en la cual se constituirá por las dimensiones, indicadores, Ítems, niveles o rangos.

Validez de contenido, el instrumento se estimará si presenta precisión de los ítems que alcancen los objetivos de la investigación.

Validez interna, se verá la coherencia del instrumento sustentado desde el problema, los objetivos y la hipótesis a lo que se quiere medir.

La validez del instrumento se hizo por expertos que son docentes expertos en investigación a quienes se les entregará la tabla de operacionalización de variables, la ficha de validación y el instrumento.

Tabla 2

EXPERTO	ESPECIALIDAD	CONFIABILIDAD
Dr. .Gutiérrez Vaisman Jacobó	Metodólogo	Aplicable
Dr. Vázquez Espinoza Juan	Metodólogo	Aplicable
Dr. Carranza Estela Teodoro	Temático	Aplicable

Estos expertos dieron su aprobación a través de sus firmas en los formatos.

Fuente: *Elaboración personal*

La confiabilidad se realizó con el estadístico Alfa de Cronbach la cual sirve para indicar el nivel de confiabilidad del instrumento, para (Barón, 2010), “se puede mencionar que la confiabilidad es una medida del fallo que puede originar un instrumento al ser voluble” (p.29).

Para la confiabilidad del instrumento se hizo un sondeo a los 45 trabajadores de la empresa Jestir S.A.C, para la cual se empleó el sistema de la consistencia interna empleado el estadístico A.C porque el cuestionario tiene la escala de tipo Likert. Como parte de la interpretación (Carrasco, 2005), recomienda datos para evaluar los resultados del coeficiente A.C:

Tabla 3

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy alta

Fuente: Carrasco, p.50.

En el estudio se aplicó una encuesta a 45 usuarios arrojando como valores lo siguiente:

Tabla 3

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	45	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	45	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,938	24

Fuente: Resultado obtenido por el SPSS

El resultado de la tabla 3 indica un valor de 0,938 lo que indica que el instrumento tiene un grado de confiabilidad muy alta.

2.5. Procedimiento

Para ambas variables se realizó la base de datos, en lo cual se guardará los valores que se obtendrán a través del manejo de las herramientas de medida, para posteriormente ser empleados en el PC en el análisis descriptivo que arroja mediante el SPSS para Windows. Para la investigación se presentó resultados, los cuales se tomará en cuenta en las tablas con el fin de resumir las informaciones de ambas variables. Utilizando la encuesta en la recopilación de datos, validez de la herramienta teniendo en cuenta la validez de expertos, en la fiabilidad del instrumento que se considero fue el Alfa Cronbach, empleando la escala de Likert, para el detalle de los resultados que se tomó en cuenta, las correlaciones Spearman, Kolmogorov-Smirnov ya que se contó con una población menor a 50 además de ello el chi cuadrado. Cada uno con sus respectivos gráficos.

2.6. Métodos de análisis de datos

El método hipotético-deductivo es la primera vía de inferencias lógicos deductivos para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan comprobar.

2.7. Aspectos éticos

En la presente investigación se tendrá en cuenta y se garantiza la veracidad de los resultados obtenidos por parte de los operadores de la empresa Jestir S.A.C, que participaron en la encuesta. Asimismo, se consideró el código de ética profesional del gerente, estipulada en el capítulo XIV, artículo 114 en el que señala “el estudiante deberá reconocer la autoría literal en su quehacer académico, entendiendo esto el evitar el plagio y la copia de materiales protegidos”, fomentando así la investigación y fortaleciendo el espíritu de responsabilidad con la sociedad.

III. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 4

Descripción de la variable reingeniería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	8,9	8,9
	Casi nunca	4	8,9	17,8
	A veces	9	20,0	37,8
	Casi siempre	14	31,1	68,9
	Siempre	14	31,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 4, se constata que un 31,1% de los encuestados mencionan que siempre debe existir reingeniería mientras un 20,0% menciona a veces, el 8,9% casi nunca y finalmente el 8,9% menciona nunca.

Tabla 5

Descripción de la dimensión proceso eficaz

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	13,3	13,3
	Casi nunca	4	8,9	22,2
	A veces	15	33,3	55,6
	Casi siempre	2	4,4	60,0
	Siempre	18	40,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 5, se constata que un 40,0% de los encuestados mencionan que siempre debe evaluarse un buen proceso eficaz mientras un 4,4% menciona casi siempre, el 33,3% a veces, el 8,9% casi nunca y finalmente el 13,3% menciona nunca.

Tabla 6

Descripción de la dimensión valor del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	11,1	11,1	11,1
Casi nunca	5	11,1	11,1	22,2
Válidos Casi siempre	24	53,3	53,3	75,6
Siempre	11	24,4	24,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 6, se constata que un 24,4% de los encuestados mencionan que siempre se le debe dar un buen valor del cliente mientras un 53,3% menciona casi siempre, el 11,1% a veces y finalmente el 11,1% menciona casi nunca.

Tabla 7

Descripción de la dimensión percepción del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,2	2,2	2,2
Casi nunca	4	8,9	8,9	11,1
Válidos A veces	21	46,7	46,7	57,8
Casi siempre	9	20,0	20,0	77,8
Siempre	10	22,2	22,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 7, se constata que un 22,2% de los encuestados mencionan que siempre debe existir percepción del cliente mientras un 20,0% menciona casi siempre, el 46,7% a veces, el 8,9% casi nunca y finalmente el 2,2% menciona nunca.

Tabla 8

Descripción de la variable calidad en la atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	2,2	2,2
	Casi nunca	6	13,3	15,6
	A veces	14	31,1	46,7
	Casi siempre	10	22,2	68,9
	Siempre	14	31,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 8, se constata que un 31,1% de los encuestados mencionan que siempre confía en la calidad en la atención al cliente mientras un 22,2% menciona casi siempre, el 31,1% a veces, el 13,3% casi nunca y finalmente el 11,1% menciona nunca.

Tabla 9

Descripción de la dimensión políticas empresariales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	2,2	2,2
	Casi nunca	6	13,3	15,6
	A veces	17	37,8	53,3
	Casi siempre	11	24,4	77,8
	Siempre	10	22,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 9, se constata que un 22,2% de los encuestados mencionan que siempre confía en una buena política empresarial mientras un 24,4% menciona casi siempre, el 37,8% a veces, el 13,3% casi nunca y finalmente el 2,2% menciona nunca.

Tabla 10

Descripción de la dimensión cultura de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	13,3	13,3
	Casi nunca	5	11,1	24,4
	A veces	13	28,9	53,3
	Casi siempre	7	15,6	68,9
	Siempre	14	31,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 10, se constata que un 31,1% de los encuestados mencionan que siempre debe existir una buena cultura del servicio mientras un 15,6% menciona casi siempre, el 28,9% a veces, el 11,1% casi nunca y finalmente el 13,3% menciona nunca.

Tabla 11

Descripción de la dimensión procedimiento organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	13,3	13,3
	Casi nunca	2	4,4	17,8
	A veces	1	2,2	20,0
	Casi siempre	19	42,2	62,2
	Siempre	17	37,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: En la tabla 11, se constata que un 37,8% de los encuestados mencionan que siempre debe existir un buen procedimiento organizacional mientras un 42,2% menciona casi siempre, el 2,2% a veces, el 4,4% casi nunca y finalmente el 13,3% menciona nunca.

Análisis estadístico inferencial

Tabla 12

Prueba de normalidad de la hipótesis

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Reingeniería	,226	45	,000	,859	45	,000
Calidad en la atención al cliente	,192	45	,000	,877	45	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: Cuando la muestra lo conforman 45 elementos la teoría recomienda trabajar la prueba de hipótesis con el estadístico de Shapiro Wilk, en ella podemos observar un nivel de significancia obtenida de 0,000 para ambas variables; entonces este valor no supera el valor teórico estipulado 0,05, demostrando así que para el contraste de las hipótesis es recomendable utilizar el estadístico Rho de Spearman.

Prueba de normalidad, correlación; según (Bernal, 2010) “El análisis de regresión lineal y correlación es un método estadístico usado para calcular la influencia de dos o más variables y su grado de influencia.

Tabla 13

Niveles de correlación dependiendo el coeficiente de Rho.

Coeficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa grande o perfecta
-0.90	Correlación negativa muy alta o muy fuerte
-0.75	Correlación negativa alta o considerable
-0.50	Correlación negativa moderada o media
-0.25	Correlación negativa baja o débil
-0.10	Correlación negativa muy baja o muy débil
+0.00	No existe correlación alguna entre las variables o es nula
+0.10	Correlación positiva muy baja o muy débil
+0.25	Correlación positiva baja o débil
+0.50	Correlación positiva moderada o media
+0.75	Correlación positiva alta o considerable
+0.90	Correlación positiva muy alta o muy fuerte
+1.00	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Bernal (2010).

Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H0: No existe relación significativa entre la Reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

H1: Si existe relación significativa entre la Reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

Tabla 14

Correlación entre la Reingeniería y calidad en la atención al cliente

		Reingeniería	Calidad en la atención al cliente
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,888**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	45	45
	Coefficiente de correlación	,888**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	45	45

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

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: El resultado plasmado en la tabla 14 arrojó un valor de 0,888 para ambos conceptos, esto corresponde a un nivel de correlación muy alta entre ambas variables de estudio. Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia del 0,000 el cual nos indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir que si existe relación entre la Reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

Prueba de Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 1

H0: No existe relación significativa entre la reingeniería y políticas empresariales en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

H1: Si existe relación significativa entre la reingeniería y políticas empresariales en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

Tabla 15

Correlación entre la Reingeniería y políticas empresariales

		Reingeniería	Políticas empresariales
Rho de Spearman	Reingeniería		
	Coefficiente de correlación	1,000	,574**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	45	45
	Políticas empresariales		
	Coefficiente de correlación	,574**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	45	45

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

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: El resultado plasmado en la tabla 15 arrojó un valor de 0,574 para ambos conceptos, esto corresponde a un nivel de correlación moderada entre ambas variables de estudio. Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia del 0,000 el cual nos indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir que si existe relación entre la Reingeniería y políticas empresariales en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

Prueba de Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 2

H0: No existe relación significativa entre la reingeniería y cultura del servicio en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

H1: Si existe relación significativa entre la reingeniería y cultura de servicio en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

Tabla 16

Correlación entre la Reingeniería y cultura de servicio

Correlaciones

		Reingeniería	Cultura del servicio
Rho de Spearman	Reingeniería		
	Coefficiente de correlación	1,000	,819**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	45	45
	Cultura del servicio		
	Coefficiente de correlación	,819**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	45	45

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

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: El resultado plasmado en la tabla 16 arrojó un valor de 0,819 para ambos conceptos, esto corresponde a un nivel de correlación muy alta entre ambas variables de estudio.

Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia del 0,000 el cual nos indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir que si existe relación entre la Reingeniería y cultura de servicio en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

Tabla 17

Correlación entre la Reingeniería y procedimiento organizacional

Prueba de Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 3

H0: No existe relación significativa entre la reingeniería y procedimiento organizacional en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

H1: Si existe relación significativa entre la reingeniería y procedimiento organizacional en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

Correlaciones

		Reingeniería	Procedimiento organizacional
Reingeniería	Coefficiente de correlación	1,000	,907**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	45	45
Procedimiento organizacional	Coefficiente de correlación	,907**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	45	45

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

Fuente: Elaboración SPSS 22

Interpretación: El resultado plasmado en la tabla 17 arrojó un valor de 0,907 para ambos conceptos, esto corresponde a un nivel de correlación muy alta entre ambas variables de estudio. Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia del 0,000 el cual nos indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir que si existe relación entre la Reingeniería y procedimiento organizacional en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

IV. DISCUSIÓN

El estudio ha sido elaborado mediante el análisis estadístico con el objetivo de precisar si existe relación entre la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019.

El objetivo general de la presente exploración es determinar la relación entre la primera variable reingeniería y la segunda, calidad en la atención al cliente. Mediante el estudio de correlación spearman se argumenta la existencia de relación entre ambas variables, ya que se consiguió un nivel de significancia menor a 0.000 y un coeficiente de correlación de 0,888 que demuestra una correlación positiva alta o considerable. Dicho resultado posee similitud con los resultados adquiridos por Santana (2013) en su tesis titulada *“Reingeniería de procesos y servicios en biblioteca de la Facultad de Ciencias Médicas”*, la cual finaliza que mediante la prueba estadística Spearman el coeficiente de correlación fue de 0.60 lo cual es una correlación positiva moderada, por lo tanto, se evidencia que existe relación entre la variable reingeniería de procesos y servicios.

Por consiguiente, objetivos específicos: primero: busca determinar la relación entre, reingeniería y políticas empresariales. Mediante el análisis spearman se prueba que existe una relación positiva moderada o media entre la variable y la dimensión, ya que se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.000 y un coeficiente de correlación de 0,574 que demuestra una correlación positiva moderada o media. Dicho resultado obtenido por Cachott (2014) en su tesis *“Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el restaurante Los pollos de la Colón”* la cual finaliza que mediante la prueba estadística Spearman el coeficiente de correlación fue de 0.74 lo cual es una correlación positiva moderada o media, por lo tanto, demostró que existe relación entre la variable calidad en el servicio y atención al cliente.

Segundo: determinar la relación entre, reingeniería y cultura de servicio. Mediante el análisis Spearman se demuestra que existe una relación positiva alta o considerable entre la variable reingeniería y la dimensión cultura de servicio, ya que obtuvo un nivel de significancia menor a 0.000 y un coeficiente de correlación de 0,819 que demuestra una correlación positiva alta o considerable. Dicho resultado obtenido por Rivera (2013) en su tesis titulada *“Consultoría en reingeniería de procesos”* la cual finaliza que mediante la prueba estadística Spearman el coeficiente de correlación fue de 0.61 lo cual es una correlación positiva moderada o media, por tanto, demostró que se relacionan, reingeniería y procesos.

Tercero: determinar la relación entre reingeniería y procedimiento organizacional. Mediante el análisis Spearman se demuestra que existe una relación positiva muy alta o muy fuerte entre la variable reingeniería y la dimensión procedimiento organizacional, ya que obtuvo un nivel de significancia menor a 0.00 y un coeficiente de correlación de 0,907 que demuestra una correlación positiva muy alta. Dicho resultado obtenido por Reibán (2015) en su tesis titulada “*Reingeniería de procesos para la empresa inmobiliaria innova de la ciudad de Cuenca*” la cual finaliza que mediante la prueba estadística Spearman el coeficiente de correlación fue de 0.51 lo cual es una correlación positiva moderada o media, por lo tanto, demostró que se relaciona la reingeniería y los procesos.

V. CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo una aproximación teórica de acuerdo a los aportes de diversos autores con la finalidad de ser utilizadas para siguientes investigaciones.

Por lo tanto, la temática tuvo las siguientes conclusiones:

1. El objetivo general de la investigación fue demostrar si existe relación entre la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C, Distrito Ate, año 2019, esta premisa se corroboró mediante el estadístico de correlación de Rho de Spearman arrojando una correlación positive alta, por ende la hipótesis alterna fue aceptada como verdadera ya que los resultados que se obtuvo lo respaldan de acuerdo a que el nivel de significancia estadística es menor al valor teórico que exige la investigación, concluyendo así que efectivamente si existe relación entre las variables de estudio.
2. El primer objetivo específico consistió en determinar la relación entre la reingeniería y políticas empresariales, de modo que los resultados obtenidos con el coeficiente Spearman el cual determino que existe relación entre ambas consideraciones mencionadas al principio, logrando así comprobar la hipótesis como verdadera. De este modo podemos confirmar que si existe relación entre la reingeniería y políticas empresariales.
3. El segundo objetivo específico consistió en determinar la relación entre la reingeniería y cultura de servicio, de modo que los resultados obtenidos con el coeficiente Spearman el cual determino que existe relación positive moderada entre ambas consideraciones mencionadas al principio, logrando así comprobar la hipótesis como verdadera. De este modo podemos confirmar que si existe relación entre la reingeniería y cultura de servicio.
4. Finalmente se trató de determinar la relación entre la reingeniería y procedimiento organizacional, ha sido corroborado por los resultados obtenidos con el coeficiente de Spearman que existe una correlación alta, y consecuentemente aceptando la hipótesis de investigación. De modo que podemos deducir que si existe relación entre la reingeniería y procedimiento organizacional.

VI. RECOMENDACIONES

La presente investigación representa una fuente de apoyo para futuras investigaciones en el campo administrativo y procesos, con esto se quiere llegar a orientar la temática en otras direcciones que reflejen el entorno actual, ya que estamos en un ciclo cambiante.

1. La organización debe consolidarse bajo un marco de satisfacción para los consumidores, y pensando siempre en priorizar a los clientes, brindando un servicio de excelencia.
2. La empresa debe enmarcarse en establecer reglas, y normas que rijan la actividad diaria de la empresa, involucrando a cada uno de los trabajadores.
3. La empresa debe promover el compromiso integral de los colaboradores para así cumplir de cada uno de los objetivos ya plasmados.
4. Priorizar lo que realmente necesita ser cambiado como, establecer mecanismos que logren incidir en la mejora de sus competencias de cada colaborador

VII. REFERENCIAS

- Arce, C. S. (2016). *"Reingeniería de los procesos de Producción Artesanal"*. Lima.
- Barón, L. Y. (2010). *Confiabilidad y validez de constructo de instrumento*. Colombia: 3° ed.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: 3° ed.
- Cabeza, M. J. (2017). *Implementación de la Reingeniería de procesos para reducir los costos de producción, en el área de productiva de la carpintería Majice, Ancash 2017*. Lima.
- Cáceres, L. J. (2013). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: 3° ed.
- Cachott, V. I. (2014). *"Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el Restautante Los Pollos de la Colon"*. Ecuador.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: 3° ed.
- Crosby, P. B. (2009). *La calidad como filosofía de gestión. Pablogiugni*.
- Cruz, E. A. (2016). *"Reingeniería de procesos logísticos de entrada para mejorar la efectividad del área de logística"*. Trujillo.
- Feigenbaum, A. V. (2009). *Calidad total de calidad*. Estados Unidos.
- Figueroa, J. J. (2014). *Atención al Cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos*. Lima.
- Fuentes, A. J. (2014). *"Reingeniería Estratégica de Alta Tecnología Aplicada"*. Mexico: Lagares de México, S.A, de C.V.. Copyright.
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigación*. España: Pablo de la Torriente, 1994.
- Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill: 4° ed.
- Huamanchumo y Rodríguez, F. (2015). *Metodología de la investigación en las Organizaciones*. Perú: (1° ed.) Perú Editorial Summit.
- Juran, J. M. (1997). *La calidad como filosofía de gestión*. Estados Unidos: 2° ed.
- López Montenegro y Tapia, R. (2006). *La investigación eje fundamental del derecho*. Colombia: 3° ed.

- Mediano, C. M. (2014). *Técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos*. Madrid: 3° ed.
- Najul Gosoy, J. (2011). El capital humano en la atención y la calidad de servicio. *Laboral revista Venezolana*, 2.
- Natha, K. (2014). Expectativas de la reingeniería. *Hispavista*, 3.
- Pérez, V. (2014). *Calidad total en la Atención al Cliente*. ESPAÑA: Vigo, 2006.
- Rafoso Pomar, S. (2011). Reingeniería de procesos: conceptos, enfoques y nuevas aplicaciones. *Ciencias de la información*, 2.
- Reibán, D. E. (2015). *"Reingeniería de procesos para la empresa mobiliaria iinova de la ciudad de Cuenca"*. Cuenca.
- Rivera, A. E. (2014). *"Consultoría en reingeniería de procesos"*. México.
- Salazar Yépez, W. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente. *Industrial Data*, 2.
- Sampieri, H. (2013). *Metodología de la investigación*. México: 6° ed.
- Sampieri, R. H. (2007). *Fundamentos de la metodología de la investigación*. América: 6° ed.
- Santana, G. y. (2013). *"Reingeniería de procesos y servicios en biblioteca de la Facultad de Ciencias Médicas"*. Cuba.
- Tarifa, C. (2012). Reingeniería para el posicionamiento en el mercado. *Mail.com*, 1.
- Taylor, F. (2009). La reingeniería frente al reto de la productividad . *Dialnet*.

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUCCIONES

Estimado trabajador en este cuestionario encontrará una lista de preguntas. Marque con una “X” la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

1 = Nunca	2 = Casi nunca	3 = A veces	4 = Casi siempre	5 = Siempre
-----------	----------------	-------------	------------------	-------------

REINGENIERÍA						
DIMENSIONES	ÍTEMS	1	2	3	4	5
Proceso eficaz	1.El tiempo utilizado para cada proceso de trabajos es el adecuado					
	2.El tiempo que le dan de descanso en el trabajo es el indicado					
	3.El uso de implementos de seguridad son los adecuados					
	4.Las condiciones en las que usted trabaja es de prevención con el fin de evitar cualquier accidente					
	5.Los resultados de cada trabajo terminado cumplen con sus expectativas					
Valor del cliente	6.Los clientes que requieren de su servicio los fidelizan por la calidad de servicio que brindan					
	7.Los beneficios conseguidos por la capacidad al desempeñar su trabajo son bien remunerados					
Percepción del cliente	8.La idea de innovar nuevos métodos de servicios al cliente ayuda a facilitar las actividades					
	9.El estado de ánimo que presenta usted afecta directamente en su rendimiento de trabajo					
	10. El resultado que obtiene después de haber brindado un servicio le da la confianza que hace un buen trabajo					
	11.La empresa le brinda confianza para que usted le cuente o diga cualquier inquietud					
	12.Los servicios que realizan satisfacen las necesidades de sus consumidores					

Tabla de Valoración

		Escala de Medición
Nunca		1 punto
Casi nunca		2 puntos
A veces		3 puntos
Casi siempre		4 puntos
Siempre		5 puntos

RANGO	NIVEL
	Reingeniería
	Baja
0-20	Reingeniería
21-40	Media
41-60	Reingeniería
	Alta

ANEXO 2

INSTRUCCIONES

Estimado trabajador en este cuestionario encontrará una lista de preguntas. Marque con una “X” la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

1 = Nunca	2 = Casi nunca	3 = A veces	4 = Casi siempre	5 = Siempre		
CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE						
DIMENSIONES	ÍTEMS	1	2	3	4	5
Políticas empresariales	1.La competitividad que existe en la empresa genera mayor satisfacción al consumidor					
	2. Estar comprometido con tu trabajo ayuda en gran manera a cumplir con cada una de las actividades que se te ha sido solicitada					
	3.El compromiso que mantienes con tu trabajo ayuda en tu crecimiento laboral					
	4.El trabajo que realizas busca el compromiso que te has planteado					
	5.La organización funciona mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos					
Cultura de servicio	6.Las normas establecidas en la empresa son respetadas					
	7.Cumples con cada una de las normas de la empresa					
	8.Son respetadas cada una de las ideas que tienen tus compañeros de trabajo					
	9.Se práctica la igualdad para todos en tu labor de trabajo					
Procedimiento organizacional	10.El nivel de satisfacción de la persona cuando obtiene el servicio terminado cumple con tus expectativas					
	11.La antigüedad de clientes permanece vinculada a la empresa por la calidad de servicio					
	12.El nivel de devoluciones de auto se mide por entregarlas fuera de tiempo					


Tabla de Valoración

		Escala de Medición
Nunca		1 punto
Casi nunca		2 puntos
A veces		3 puntos
Casi siempre		4 puntos
Siempre		5 puntos

RANGO	NIVEL
0-20	Calidad en la atención al cliente Baja
21-40	Calidad en la atención al cliente Media
41-60	Calidad en la atención al cliente Alta

ANEXO 3 Matriz de validación del instrumento


MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA REINGENIERIA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador:		MENDOZA ROJAS YAJAIRA MADJELEIN					
Apellidos y nombres del experto:		DR. Gutierrez Vaisman Jacobo					
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
REINGENIERÍA	Proceso eficaz	Tiempo	El tiempo utilizado para cada proceso de trabajos es el adecuado	Likert Ordinal 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>		
			El tiempo que le dan de descanso en el trabajo es el indicado		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Seguridad	El uso de implementos de seguridad son los adecuados		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Las condiciones en las que ustedes trabajan son de prevención con el fin de evitar cualquier accidente		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Resultado	Los resultados de cada trabajo terminado cumplen con sus expectativas	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Valor del cliente	Fidelización	Los clientes que requieren de su servicio los fidelizan por la calidad de servicio que brindan		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Rentabilidad	Los beneficios conseguidos por la capacidad al desempeñar su trabajo son bien remunerados		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Percepción del cliente	Innovación	La idea de innovar nuevos métodos de servicios al cliente ayuda a facilitar las actividades		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Emociones	El estado de ánimo que presenta un colaborador afecta directamente al rendimiento de su trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Confianza	El resultado que obtienen después de haber brindado un servicio les da la confianza que hacen un buen trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
			La empresa le brinda confianza para que usted le cuente o diga cualquier inquietud		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Servicio	Los servicios que realizan satisfacen las necesidades de sus consumidores		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto				Fecha: 23 / 11 / 2018			

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

ANEXO 4 Matriz de validación del instrumento

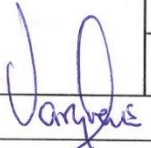
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA REINGENIERIA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador:		MENDOZA ROJAS YAJAIRA MADELEIN					
Apellidos y nombres del experto:		DR. GUTIERREZ JAISMAN JACOBO.					
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	Políticas empresariales	Competitividad	La competitividad que existe en la empresa genera mayor satisfacción al consumidor	Likert Ordinal 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Compromiso	Estar comprometido con tu trabajo ayuda en gran manera a cumplir con cada una de las actividades que se te ha sido solicitada		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El compromiso que mantienes con tu trabajo ayuda en tu crecimiento laboral		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Ética	El trabajo que realizas busca el compromiso que te has planteado		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Cultura de servicio	Normas	La organización funciona mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Las normas establecidas en la empresa son respetadas		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Cumples con cada una de las normas de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Ideologías	Son respetadas cada una de las ideas que tienen tus compañeros de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Se práctica la igualdad para todos en tu labor de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Procedimiento organizacional	Satisfacción del cliente	El nivel de satisfacción de la persona cuando obtiene el servicio terminado cumple con tus expectativas		<input checked="" type="checkbox"/>		
Antigüedad del cliente		La antigüedad de clientes permanece vinculadas a la empresa por la calidad de servicio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Porcentaje de devoluciones		El nivel de devoluciones de auto se mide por entregarlas fuera de tiempo	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto				Fecha 23 / 11 / 2018			

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

ANEXO 5 Matriz de validación del instrumento

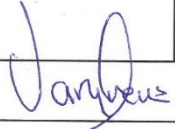
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA REINGENIERIA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador: MENDOZA ROJAS YAIRA MADJELEIN							
Apellidos y nombres del experto: DR. VÁSQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
REINGENIERÍA	Proceso eficaz	Tiempo	El tiempo utilizado para cada proceso de trabajos es el adecuado	Likert Ordinal 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre	✓		
			El tiempo que le dan de descanso en el trabajo es el indicado		✓		
		Seguridad	El uso de implementos de seguridad son los adecuados		✓		
			Las condiciones en las que ustedes trabajan son de prevención con el fin de evitar cualquier accidente		✓		
	Resultado	Los resultados de cada trabajo terminado cumplen con sus expectativas	✓				
	Valor del cliente	Fidelización	Los clientes que requieren de su servicio los fidelizan por la calidad de servicio que brindan		✓		
		Rentabilidad	Los beneficios conseguidos por la capacidad al desempeñar su trabajo son bien remunerados		✓		
	Percepción del cliente	Innovación	La idea de innovar nuevos métodos de servicios al cliente ayuda a facilitar las actividades		✓		
		Emociones	El estado de ánimo que presenta un colaborador afecta directamente al rendimiento de su trabajo		✓		
			El resultado que obtienen después de haber brindado un servicio les da la confianza que hacen un buen trabajo		✓		
		Confianza	La empresa le brinda confianza para que usted le cuente o diga cualquier inquietud		✓		
			Servicio		Los servicios que realizan satisfacen las necesidades de sus consumidores	✓	
Firma del experto 			Fecha 23/11/2018				

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

ANEXO 6 Matriz de validación del instrumento


MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA REINGENIERIA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador: MENDOZA ROJAS YAJAIRA MADELEIN							
Apellidos y nombres del experto: DR. VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSEACIONES / SUGERENCIAS
CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	Políticas empresariales	Competitividad	La competitividad que existe en la empresa genera mayor satisfacción al consumidor	Likert Ordinal 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Compromiso	Estar comprometido con tu trabajo ayuda en gran manera a cumplir con cada una de las actividades que se te ha sido solicitada		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El compromiso que mantienes con tu trabajo ayuda en tu crecimiento laboral		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Ética	El trabajo que realizas busca el compromiso que te has planteado		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Cultura de servicio	Organización	La organización funciona mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Las normas establecidas en la empresa son respetadas		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Normas	Cumples con cada una de las normas de la empresa		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Ideologías		Son respetadas cada una de las ideas que tienen tus compañeros de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Procedimiento organizacional	Satisfacción del cliente	El nivel de satisfacción de la persona cuando obtiene el servicio terminado cumple con tus expectativas		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Antigüedad del cliente	La antigüedad de clientes permanece vinculadas a la empresa por la calidad de servicio		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Porcentaje de devoluciones	El nivel de devoluciones de auto se mide por entregarlas fuera de tiempo		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Firma del experto				Fecha	23 / 11 / 2018	

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

ANEXO 7 Matriz de validación del instrumento


MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA REINGENIERIA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador: MENDOZA ROJAS YAJAIRA MADJELEIN							
Apellidos y nombres del experto: DR. CARMANZA ESTELA TEODORO							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
REINGENIERÍA	Proceso eficaz	Tiempo	El tiempo utilizado para cada proceso de trabajos es el adecuado	Likert Ordinal 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre	✓		
			El tiempo que le dan de descanso en el trabajo es el indicado		✓		
		Seguridad	El uso de implementos de seguridad son los adecuados		✓		
			Las condiciones en las que ustedes trabajan son de prevención con el fin de evitar cualquier accidente		✓		
	Resultado	Los resultados de cada trabajo terminado cumplen con sus expectativas	✓				
	Valor del cliente	Fidelización	Los clientes que requieren de su servicio los fidelizan por la calidad de servicio que brindan		✓		
		Rentabilidad	Los beneficios conseguidos por la capacidad al desempeñar su trabajo son bien remunerados		✓		
	Percepción del cliente	Innovación	La idea de innovar nuevos métodos de servicios al cliente ayuda a facilitar las actividades		✓		
		Emociones	El estado de ánimo que presenta un colaborador afecta directamente al rendimiento de su trabajo		✓		
		Confianza	El resultado que obtienen después de haber brindado un servicio les da la confianza que hacen un buen trabajo		✓		
			La empresa le brinda confianza para que usted le cuente o diga cualquier inquietud		✓		
	Servicio	Los servicios que realizan satisfacen las necesidades de sus consumidores	✓				
Firma del experto			Fecha 23/11/18				

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

ANEXO 8 Matriz de validación del instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA REINGENIERIA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador: MENDOZA ROJAS YAIRA MADELEIN							
Apellidos y nombres del experto: Dr. CARMINO ESTEBAN TEBORO							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSEACIONES / SUGERENCIAS
CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	Políticas empresariales	Competitividad	La competitividad que existe en la empresa genera mayor satisfacción al consumidor	Likert Ordinal 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Compromiso	Estar comprometido con tu trabajo ayuda en gran manera a cumplir con cada una de las actividades que se te ha sido solicitada		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El compromiso que mantienes con tu trabajo ayuda en tu crecimiento laboral		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Ética	El trabajo que realizas busca el compromiso que te has planteado		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Organización	La organización funciona mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Cultura de servicio	Normas	Las normas establecidas en la empresa son respetadas		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Cumples con cada una de las normas de la empresa		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Ideologías	Son respetadas cada una de las ideas que tienen tus compañeros de trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se práctica la igualdad para todos en tu labor de trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Procedimiento organizacional	Satisfacción del cliente	El nivel de satisfacción de la persona cuando obtiene el servicio terminado cumple con tus expectativas		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Antigüedad del cliente	La antigüedad de clientes permanece vinculadas a la empresa por la calidad de servicio		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Porcentaje de devoluciones	El nivel de devoluciones de auto se mide por entregarlas fuera de tiempo		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto			Fecha	23/11/18			

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

MATRIZ DE CONSISTENCIA
TÍTULO: CUESTIONARIO SOBRE LA REINGENIERÍA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019.

AUTORA: Yajaira Madelein Mendoza Rojas

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
			Variable 1: Reingeniería				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos	
Problema General: ¿Cómo se relaciona la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2018?	Objetivo general Como se relacionada la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2018.	Hipótesis general: Existe relación significativa entre la reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2018.	Proceso Eficaz	Tiempo	1 - 2	Reingeniería baja (0 - 20) Reingeniería media (21 - 40) Reingeniería alta (41 - 60)	
					Seguridad		3-4
				Resultado	5		
Problemas específicos: ¿Cómo se relaciona la reingeniería y proceso eficaz y la en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	Objetivos específicos Cómo se relaciona la reingeniería y proceso eficaz y la en la empresa Jestir S.A.C. 2019	Hipótesis específicas: Existe relación significativa entre la reingeniería y proceso eficaz en la empresa Jestir S.A.C. 2018.	Valor del cliente	Fidelización	6	Reingeniería baja (0 - 20) Reingeniería media (21 - 40) Reingeniería alta (41 - 60)	
					Rentabilidad		7
¿Cómo se relaciona la reingeniería y percepción del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	¿Cómo se relaciona la reingeniería y percepción del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	¿Cómo se relaciona la reingeniería y percepción del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	Percepción del cliente	Innovación	8	Reingeniería baja (0 - 20) Reingeniería media (21 - 40) Reingeniería alta (41 - 60)	
					Emociones		9
					Confianza		10-11
					Servicio		12
			Variable 2: Calidad en la Atención al Cliente				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos	
¿Cómo se relaciona la reingeniería y valor del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	¿Cómo se relaciona la reingeniería y valor del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	¿Cómo se relaciona la reingeniería y valor del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2018.	Políticas empresariales	Competitividad	13	Calidad en la atención al cliente (0 - 20) Calidad en la atención al cliente (21 - 40) Calidad en la atención al cliente (41 - 60)	
					Compromiso		14-15
					Ética		16
				Organización	17		
¿Cómo se relaciona la reingeniería y percepción del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	¿Cómo se relaciona la reingeniería y percepción del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2019?	¿Cómo se relaciona la reingeniería y percepción del cliente en la empresa Jestir S.A.C. 2018.	Cultura de servicio	Normas Ideologías	18-19	Calidad en la atención al cliente (0 - 20) Calidad en la atención al cliente (21 - 40) Calidad en la atención al cliente (41 - 60)	
							20-21
			Procedimiento Organizacional	Satisfacción del C.	22	Calidad en la atención al cliente (0 - 20) Calidad en la atención al cliente (21 - 40) Calidad en la atención al cliente (41 - 60)	
					Antigüedad del C.		23
					Devoluciones del C.		24

Yo, **CARLOS ANTONIO, CASMA ZÁRATE** docente de la Facultad DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo FILIAL LIMA NORTE, revisor de la tesis titulada

“LA REINGENIERÍA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019” de la estudiante YAJAIRA MADELEIN MENDOZA ROJAS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Los Olivos, 05 de Julio de 2019



.....
Carlos Antonio, Casma Zárate

DNI: 06153553

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



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La reingeniería y calidad en la atención al cliente en la empresa Jestir S.A.C. Distrito Ato, Año 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

YAJAIRA MADELEIN, MENDOZA ROJAS (0000-0003-3268-2942)

ASESOR

MGTR. CARLOS ANTONIO, CASMA ZARATE (0000-0001-5454-3423)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERÚ

Resumen de coincidencias

25 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	10 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
4	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
6	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
7	documents.mx Fuente de Internet	<1 %
8	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
9	orcid.org Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.uss.edu.pe	<1 %



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo YAJAIRA MADELEIN MENDOZA ROJAS, identificado con DNI N° 73885796, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "LA REINGENIERÍA Y CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA JESTIR S.A.C, DISTRITO ATE, AÑO 2019"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....


FIRMA

DNI: 73885796

FECHA: 05 de Julio del 2019

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