



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en
empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro -
2021.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración**

AUTOR:

Aguirre Terrones, Yorgen (ORCID: 0000-0001-5595-5320)

ASESOR(A):

Dra. Rosales Domínguez, Edith G. (ORCID: 0000-0002-8360-4736)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi mamá y mi papá por haberme forjado como el individuo que soy actualmente, y a mi novia por su apoyo constante quien me motiva para conseguir mis anhelos.

Agradecimiento

Agradezco a mis compañeros y docentes por su tiempo y todos sus conocimientos que me han otorgado para el desarrollo total de mí tesis, de igual manera a la universidad por brindarme muchas oportunidades.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA.....	8
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Variables y operacionalización.....	10
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	40
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS	48
ANEXOS.....	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Resumen de procesamiento de casos	16
Tabla 2: Estadísticas de fiabilidad.....	16
Tabla 3: Cadenas de valor e innovación	16
Tabla 4: Variable 1 gestión del servicio al cliente.....	18
Tabla 5: Dimensión flexibilidad del servicio.....	19
Tabla 6: Dimensión respuesta oportuna	20
Tabla 7: Dimensión claridad de la información.....	21
Tabla 8: Variable 2 proceso administrativo	22
Tabla 9: Dimensión planeación	23
Tabla 10: Dimensión organización.....	24
Tabla 11: Dimensión dirección.....	25
Tabla 12: Dimensión control	26
Tabla 13: Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.....	28
Tabla 14: Grado de relación según coeficiente de correlación	29
Tabla 15: Prueba de correlación de las variables.....	30
Tabla 16: Prueba de regresión lineal de la hipótesis general	31
Tabla 17: Prueba de Anova de la hipótesis general	31
Tabla 18: Prueba de correlación de la dimensión 1 con la variable 1.....	32
Tabla 19: Prueba de regresión lineal de la hipótesis específica 1	33
Tabla 20: Prueba de Anova de la hipótesis específica 1	34
Tabla 21: Prueba de correlación de la dimensión 2 con la variable 1.....	35
Tabla 22: Prueba de regresión lineal de la hipótesis específica 2.....	36
Tabla 23: Prueba de Anova de la hipótesis específica 2.....	36
Tabla 24: Prueba de correlación de la dimensión 3 con la variable 1.....	37
Tabla 25: Prueba de regresión lineal de la hipótesis específica 3.....	38
Tabla 26: Prueba de Anova de la hipótesis específica 3.....	39
Tabla 27: Pregunta 1 de la encuesta realizada	66
Tabla 28: Pregunta 2 de la encuesta realizada	67
Tabla 29: Pregunta 3 de la encuesta realizada	68
Tabla 30: Pregunta 4 de la encuesta realizada	69
Tabla 31: Pregunta 5 de la encuesta realizada	70
Tabla 32: Pregunta 6 de la encuesta realizada	71
Tabla 33: Pregunta 7 de la encuesta realizada	72
Tabla 34: Pregunta 8 de la encuesta realizada	73
Tabla 35: Pregunta 9 de la encuesta realizada	74

Tabla 36: Pregunta 10 de la encuesta realizada	75
Tabla 37: Pregunta 11 de la encuesta realizada	76
Tabla 38: Pregunta 12 de la encuesta realizada	77
Tabla 39: Pregunta 13 de la encuesta realizada	78
Tabla 40: Pregunta 14 de la encuesta realizada	79
Tabla 41: Pregunta 15 de la encuesta realizada	80
Tabla 42: Pregunta 16 de la encuesta realizada	81
Tabla 43: Pregunta 17 de la encuesta realizada	82
Tabla 44: Pregunta 18 de la encuesta realizada	83
Tabla 45: Pregunta 19 de la encuesta realizada	84
Tabla 46: Pregunta 20 de la encuesta realizada	85

Índice de gráficos y figuras

	Pág.
Figura 1. Porcentaje de frecuencia de la gestión del servicio al cliente	18
Figura 2. Porcentaje de frecuencia de la flexibilidad del servicio.....	19
Figura 3. Porcentaje de frecuencia de la respuesta oportuna	20
Figura 4. Porcentaje de frecuencia de la claridad de la información.....	21
Figura 5. Porcentaje de frecuencia del proceso administrativo	22
Figura 6. Porcentaje de frecuencia de la planeación.....	23
Figura 7. Porcentaje de frecuencia de la organización.....	24
Figura 8. Porcentaje de frecuencia de la dirección.....	25
Figura 9. Porcentaje de frecuencia del control	26
Figura 10. Porcentaje de la pregunta 1 encuestada.....	66
Figura 11. Porcentaje de la pregunta 2 encuestada.....	67
Figura 12. Porcentaje de la pregunta 3 encuestada.....	68
Figura 13. Porcentaje de la pregunta 4 encuestada.....	69
Figura 14. Porcentaje de la pregunta 5 encuestada.....	70
Figura 15. Porcentaje de la pregunta 6 encuestada.....	71
Figura 16. Porcentaje de la pregunta 7 encuestada.....	72
Figura 17. Porcentaje de la pregunta 8 encuestada.....	73
Figura 18. Porcentaje de la pregunta 9 encuestada.....	74
Figura 19. Porcentaje de la pregunta 10 encuestada.....	75
Figura 20. Porcentaje de la pregunta 11 encuestada.....	76
Figura 21. Porcentaje de la pregunta 12 encuestada.....	77
Figura 22. Porcentaje de la pregunta 13 encuestada.....	78
Figura 23. Porcentaje de la pregunta 14 encuestada.....	79
Figura 24. Porcentaje de la pregunta 15 encuestada.....	80
Figura 25. Porcentaje de la pregunta 16 encuestada.....	81
Figura 26. Porcentaje de la pregunta 17 encuestada.....	82
Figura 27. Porcentaje de la pregunta 18 encuestada.....	83
Figura 28. Porcentaje de la pregunta 19 encuestada.....	84
Figura 29. Porcentaje de la pregunta 20 encuestada.....	85

Resumen

El presente trabajo de investigación buscó determinar la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021. La metodología utilizada fue de carácter descriptivo, ya que se realizó el análisis documental de diferentes artículos de revistas, con un nivel correlacional - causal, de tipo aplicada, y un diseño no experimental. Aplicándose una muestra censal a 40 trabajadores de 5 empresas que brindan soporte técnico. El instrumento usado fue el cuestionario con una escala de medición ordinal de tipo Likert, la técnica utilizada fue la encuesta, donde el 45% de los encuestados consideraron bueno con respecto a la gestión del servicio al cliente y el 60% de los encuestados también consideró bueno con respecto al proceso administrativo. Según los resultados inferenciales de las variables de estudio expresaron un nivel de significancia $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula, definiendo que, si existe relación entre las variables de estudio en 0.602 de grado correlacional, indicando que existe correlación positiva considerable. Por lo cual, se pudo concluir que la buena gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo ayuda a la organización conseguir sus metas trazadas.

Palabras clave: gestión del servicio al cliente, proceso administrativo, influencia.

Abstract

The present research work sought to determine the influence of customer service management on the administrative process in computer equipment maintenance companies, San Isidro - 2021. The methodology used was descriptive, since the documentary analysis of different journal articles was carried out, with a correlational - causal level, of applied type, and a non-experimental design. A census sample was applied to 40 workers from 5 companies that provide technical support. The instrument used was the questionnaire with an ordinal measurement scale of type Likert, the technique used was the survey, where 45% of the respondents considered good with respect to the management of customer service and 60% of the encestados also considered good with respect to the administrative process. According to the inferential results of the study variables, they expressed a level of significance $0.000 < 0.05$, rejecting the null hypothesis, defining that, if there is a relationship between the study variables in 0.602 of correlational degree, indicating that there is a considerable positive correlation. Therefore, it could be concluded that the good management of customer service in the administrative process helps the organization achieve its goals.

Keywords: customer service management, administrative process, influence.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional Arenal (2019) en su artículo científico menciona que la gestión del servicio al cliente es un requisito indispensable dentro de cualquier organización, ya que casi en todas las empresas las personas que nos atienden no son bien remuneradas y muchas veces no se encuentran comprometidos con la organización, es por ello que se debe mejorar los procesos de los canales de comunicación con el cliente, ya que de estas personas depende el prestigio de la empresa. Así mismo, los trabajadores deben ser mejor preparados para ofrecer un trato dinámico y preferencial.

Además, a nivel nacional Palacios (2018) en su artículo manifiesta que existe cierta dificultad durante la ejecución del proceso administrativo generando descontento o disgusto en los clientes, por la falta de atención de parte de las empresas, ya que mucho se han descuidado en la gestión del servicio al cliente. En tal sentido, es muy importante clasificar, monitorear y medir la conducta de nuestros clientes, para poderlos atender de una manera segmentada y personalizada para hacer un trabajo más eficiente. Así mismo, se debe realizar las tareas de manera coordinada para garantizar la comunicación entre las personas, ya que deben entender todos los procesos que están implicados, para que las empresas puedan lograr sus objetivos propuestos.

A nivel local según Heredia (2020) expresa que el servicio al cliente es un proceso que involucra a la compañía y su entorno, por tal motivo es conveniente investigarla para no afectar la productividad de la empresa, ya que la falta de información pertinente genera un desorden en el cumplimiento de los procesos. La problemática de la actual investigación tiene como pregunta general ¿Cuál es la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021? y las preguntas específicas son: a) ¿Cuál es la influencia de la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021?, b) ¿Cuál es la influencia de la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021?, c) ¿Cuál es la influencia de la claridad de la información en el proceso

administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021?.

El presente trabajo de investigación fue justificado por información bibliográfica, donde encontraremos diferentes conceptos de autores para el correcto manejo de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021, y poder emplear estrategias que nos servirán para mejorar los procesos administrativos y a la vez pueda servir como una guía a otras empresas del mismo rubro, que deseen estudiar el mismo contenido, y la justificación práctica es lograr una buena gestión del servicio al cliente, con la finalidad de que se logre un excelente proceso administrativo.

Así mismo, del tema investigado se plantea como objetivo general. Determinar la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021 y como objetivos específicos tenemos: a) Determinar la influencia de la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021, b) Determinar la influencia de la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021, c) Determinar la influencia de la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Este trabajo de investigación tiene como hipótesis general: Existe influencia significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021 y como hipótesis específicas tenemos: a) Existe influencia significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021, b) Existe influencia significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021, c) Existe influencia significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En el tiempo actual uno de los elementos muy determinantes para el desarrollo y aumento económico de una organización es la gestión del servicio al cliente y los procesos administrativos llevados a cabo de una manera adecuada para la realización de las actividades internamente en las empresas, ya que depende de este, los resultados que se espera alcanzar, a continuación, se mostrará estudios concernientes al tema.

En el ámbito internacional, Morales (2020) en la investigación realizada en Ecuador, donde su objetivo fue analizar la gestión de calidad del servicio al cliente en Pymes comercializadoras. La metodología fue mediante la revisión documental descriptiva realizada por otros investigadores en relación a la variable de estudio, el método usado es inductivo, ya que se analizaron fuentes como; artículos, libros y tesis. Así mismo, los resultados que se obtuvieron consisten en detectar las situaciones en las que trabajan las Pymes relacionadas al servicio al comprador, manifestándose que en estas organizaciones no emplean sistemas de administración de calidad y los métodos de evaluación del servicio son poco fiables. Finalmente se concluyó que las Pymes son piezas fundamentales para el desarrollo financiero de un país, por ende, en su proceso de formación se deben mejorar los factores internos (conocimientos y actitudes de los trabajadores).

Espinoza & Parra (2020) en la investigación realizada, teniendo como objetivo principal evaluar la gestión del servicio al cliente y su aportación a la mejora de la calidad caso Cooperativa Chone Ltda, Ecuador. La metodología es de tipo no experimental, descriptivo, utilizando un enfoque cuantitativo y de trabajo de campo para comprender; las cualidades, actitudes, opiniones y costumbres de los clientes, dado que se interactúa directamente con ellos, permitiéndonos conocer sus preocupaciones o necesidades que tienen. Los resultados obtenidos demostraron que: un 19% están de acuerdo con la gestión del servicio al cliente, además un 81% está completamente de acuerdo con dicha gestión, donde los clientes de la mencionada cooperativa demuestran una gran satisfacción en la gestión del servicio al cliente. En conclusión, queda evidenciada el buen trabajo realizado desde la gerencia y los departamentos de la Cooperativa Chone Ltda, además, se

debe atender a los clientes que muestran inconformidad con la gestión del servicio al cliente, ya que de ello depende el crecimiento y sostenibilidad del negocio.

Zambrano & Ormaza (2020) en el artículo científico realizado en Ecuador, donde su principal objetivo fue examinar la contribución del proceso administrativo en el reforzamiento de los emprendimientos de los comerciantes de la ciudad de Portoviejo; La metodología estuvo basada en un estudio cualitativo-cuantitativo y de campo, respaldado por las fuentes bibliográficas, regido con los métodos descriptivo, deductivo, inductivo y estadístico, Los resultados que se obtuvieron fueron a través del uso de encuestas realizadas vía online, contestando un cuestionario de interrogaciones abiertas y cerradas que fue diseñado en la plataforma Google, compartiendo un link por redes sociales y correo electrónico a una muestra de 253 comerciantes que realizan actividades económicas en Portoviejo – Ecuador. Finalmente se pudo concluir que al realizar los procesos administrativos tales como: planeación, organización, dirección y control obtendremos un aporte muy importante para el desarrollo de la organización.

Medina & Nogueira (2019) en su artículo científico realizado en Chile, teniendo como objetivo principal proponer un procedimiento para tener un orden entre los procesos para su perfeccionamiento, la metodología estuvo basada en instrumentos estadísticos, de más de ochenta procedimientos hallados en la literatura que nos permite facilitar el procesamiento de los resultados para una correcta representación de los procesos y se garantice la mejora continua en la organización. Los resultados obtenidos para mejorar los procesos, estuvo en base al compromiso de la alta dirección y el trabajo en equipo, involucrando a especialistas para aportar ideas y tomar buenas decisiones. Por último, se concluye que la participación activa de los colaboradores y el manejo eficiente del tiempo hace que los procesos sean más eficientes y se brinde soluciones inmediatas a los problemas en una organización.

Barrera (2018) en la investigación realizada en el departamento de Jutiapa, Guatemala; donde su objetivo principal fue, analizar y determinar el contexto actual del proceso administrativo de la empresa construservicios. La metodología se desarrolló en un estudio comparativo con otras empresas del mismo sector, considerando que mencionada empresa está integrada por un solo propietario y 26

colaboradores, haciendo un total de 38 colaboradores con respecto a las demás empresas con la que fueron parte de la investigación. Teniendo como resultados en la recolección de información, solo 18 colaboradores contestaron a la interrogante sobre su conocimiento de las políticas, y sobre los objetivos de la empresa 19 indicaron desconocer y no tenerlos claros. En conclusión: la empresa no cuenta con estrategias y políticas, no tienen objetivos ni metas establecidas, por otra parte, en las demás empresas de construcción si tienen claro la planificación de sus actividades manejan políticas y reglas, sus objetivos y estrategias están definidas.

En el contexto nacional Rojas (2018) en la investigación realizada en Callao, donde su objetivo fue determinar la relación entre la gestión de calidad y el servicio al cliente de la compañía Cafe Perú, La metodología estuvo basado en un diseño no experimental y correlacional detallado, tomando como muestra a 73 consumidores de la mencionada compañía ubicada en Minka – Callao; donde los resultados al procesar los datos y luego de interpretarlos, mostró que existe relación directa entre la gestión y el servicio al cliente de la compañía. Finalmente, se concluyó que la empresa Cafe Perú si cuenta con una excelente gestión de calidad para atender a sus clientes, debido a que ellos demuestran satisfacción al instante de obtener los productos o servicios de la compañía.

Molina (2019) en la investigación realizada, donde su objetivo general ha sido decidir la administración de inventario y la interacción con el servicio al comprador en la compañía Cerámica - Lima. La metodología usada ha sido hipotético deductivo, y un grado detallado correlacional, el diseño es no empírico transversal, del mismo modo, la población a averiguar estaba constituida por 50 trabajadores de la compañía Cerámica, donde se tomó como muestra a 44 trabajadores. Los resultados logrados luego de haber procesados los datos e interpretarlos, mostraron que hay correlación fuerte entre ambas variables de estudio, con una estimación de 0.898 y un grado de significancia de 0,000 que ha sido menor a la planteada de 0.05, indicando que se debería admitir la premisa alterna. Al final se puede concluir, que a medida que más grande sea la administración del inventario más grande va a ser el buen servicio al comprador en la organización Cerámica.

Valdivia (2020) en la investigación realizada en Arequipa - Perú, donde su objetivo principal fue determinar la necesidad de evaluar un proceso administrativo para ver cómo influye en la satisfacción de los clientes de dicha organización. Para poder lograr el objetivo trazado la metodología realizada estuvo basada en un enfoque mixto; donde se consiguió información de los trabajadores de la organización y de los clientes que asisten a ella, a través de instrumentos cuantitativos y cualitativos; donde los resultados obtenidos en la empresa con relación al proceso administrativo presenta dificultades en la aplicación e implementación, en tal sentido, el entorno laboral presenta una serie de observaciones que necesitan ser mejoradas para un mejor desempeño de sus funciones. Finalmente se concluye proponer medidas correctivas, en todos los canales de comunicación, mejora en los ambientes de trabajo, formalización de los documentos y contar con un plan estratégico.

Según Morán (2020) en la investigación realizada en Pucallpa, donde su objetivo fue determinar la relación de la gestión de calidad y eficiencia del proceso administrativo del sector restobar de Yarinacocha. Así mismo, la metodología fue de tipo cuantitativa-correlacional y descriptiva, elaborada a través de una encuesta con un cuestionario de 25 preguntas realizadas a los microempresarios del mismo rubro, donde en relación a la gestión de calidad, el 58,8% menciona que hace una mejora continua. Sin embargo, el 88,2 % no utilizan los mecanismos de gestión, conllevando a tener una gestión no muy formal. Los resultados logrados demuestran que, si hay correlación en medio de las cambiantes de análisis en las organizaciones del rubro restobar, ya que es muy importante que brinden un agradable servicio al cliente y a la vez una buena gestión de calidad. Finalmente, se pudo concluir que hay que realizar mejoras en los procesos administrativos de las microempresas para mantener y sostener la gestión del negocio.

Mormontoy (2018) en la investigación realizada en la provincia de cusco – Perú, su objetivo principal fue determinar el proceso administrativo en las compañías agroindustriales alimentaria del Cusco. Así mismo, la metodología de la averiguación es cuantitativa, con un diseño no empírico, de grado detallado y corte transversal; los resultados logrados demostraron que el proceso administrativo de la mencionada organización tiene una media de 3.62% mostrando que no existe un

correcto proceso administrativo, existiendo muchos reclamos por los clientes en la demora en las atenciones. Finalmente, se pudo concluir que en la empresa se debe mejorar los procesos administrativos, debido a que los colaboradores desconocen sobre estos procesos que son indispensables para el crecimiento de la organización.

Respecto a las teorías relacionadas al tema investigado diferentes autores han dado su criterio y establecieron sus propias teorías, donde describiremos algunas de ellas.

Teoría de Calidad y Servicio de Karl Albrecht y Jan Carlzon. Se centra en vender al comprador lo que desee comprar realmente. Partiendo de este criterio Albrecht realiza 7 aspectos que miden la calidad de servicio que son los próximos: 1 comunicación fluida, 2 amabilidad en la atención, 3 comprensión de las necesidades y expectativas del comprador, 4 capacidad de respuesta, 5 comunicación dinámica y entendible, 6 accesibilidad para quitar la incertidumbre y 7 credibilidad expresada en ellos. Además, nos plantea que esta teoría se resume en un triángulo del servicio que comprende un apropiado sistema, personal con bastante buena vocación y una estrategia de servicio dirigida a las necesidades siendo el eje primordial el comprador (Albrecht, 1983).

Teoría clásica de la administración por Henry Fayol, quien define a la administración como un proceso que debería cumplir con 5 elementos fundamentales que son: Prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Fayol enfatiza el precio de su ideología administrativa, definiéndola no como un privilegio para los representantes de una organización, sino como una función que se debería compartir, entre los miembros de la organización. Además, Fayol también nos menciona que toda compañía requiere utilizar una metodología en sus actos, y el proceso administrativo es sin duda, dicha metodología que se pide para la solución de los inconvenientes que puedan emerger en cualquier organización (Fayol, 1916).

A continuación, se presentan los diferentes enfoques conceptuales con respecto a las variables de estudio, según Hermida & Iglesias (2018, pág. 12) enfatizan que el servicio al cliente, es una herramienta que incluye a las actividades estratégicas del marketing y que ofrece un contratista con la finalidad de que el consumidor adquiera

el servicio o producto en el lugar y momento apropiado. Así mismo, según Blanco (2019, pág. 15) define al servicio al cliente como, la labor y buena disposición de parte de los colaboradores de una empresa, para poder ejecutar un buen trabajo, ya que el trabajador debe tener ciertas características como conocer muy bien el producto en venta y tener habilidades para la prestación de servicios. Además, Prado & Pascual (2018) expresan que el servicio al cliente es un tipo de servicios que facilitan todas las empresas con la finalidad de poder orientar a los clientes en los procesos de compra o contratación en el que están inmersos, incluyendo tareas que respondan las dudas y preguntas de los clientes al momento de tomar sus pedidos (pág. 21).

Según el diario El Mundo Economía y Negocios (2017) menciona que el proceso administrativo es una fase en la que la gestión es elaborada desde el punto de vista práctico y teórico. Además, es aplicable para la ejecución de acciones tanto que pueden ser de grado organizacional, o personal. Por ende, tener un orden cronológico en los procesos administrativos nos permite tomar acciones de una manera más rápida y eficiente frente a los problemas que se presenten en una organización. Según Blandez (2016) menciona que se le llama proceso administrativo porque internamente en las empresas se coordina una secuencia de actividades significativas que nos conllevan al logro de nuestros propios fines trazados; debido a que, estas se fijan luego de coordinar las ocupaciones y de haber definido los recursos necesarios, para después comprobar el cumplimiento de las metas (pág. 9).

III. METODOLOGÍA

Como afirma Kanuk & Schiffman (2017) la investigación cuantitativa es de carácter descriptivo, que se utiliza para comprender el comportamiento del consumidor, Así mismo, lo describen como una investigación positiva ya que consiste en observar, experimentar y utilizar técnicas como la encuesta, por lo que refiere que al tener una muestra probabilística se logra generalizar a poblaciones grandes para obtener un análisis estadístico complejo (pág. 27).

La investigación descriptiva parte de una colección de información y datos por medio de técnicas como podría ser la encuesta o la observación para su siguiente estudio y especificación (Sáez, 2017, pág. 87).

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación fue de diseño no experimental con un nivel correlacional - causal, ya que se busca la relación de la variable servicio al cliente y el proceso administrativo.

Tipo de investigación: Aplicada

A partir de la perspectiva de Frascati (2015) argumenta que la indagación aplicada, se basa en la ejecución de nuevos trabajos para obtener conocimientos que se encuentren dirigidos a un objetivo específico. Así mismo, también lo define como una investigación que requiere de todo el conocimiento existente y profundizarlo, para intentar solucionar un problema específico (pág. 54).

Diseño de la investigación: No experimental

La investigación de diseño no experimental es aquella que se lleva a cabo sin manipular las variables de estudio para las cuales se analizan los eventos a medida que ocurren, a diferencia de la investigación experimental que requiere de mucho más tiempo para su realización (Escobar & Bilbao, 2020, pág. 64).

Nivel de investigación: Correlacional - Causal

Gonzales & Chávez (2017, pág.12) describe que la investigación con nivel correlacional es aquella que permite relacionar dos o más variables para pronosticar sus resultados futuros. Teniendo en cuenta a Rosendo (2018) refiere que la investigación causal es un tipo de investigación convincente con el objetivo de relacionar la causa y efecto, de una variable independiente y dependiente (pág. 48).

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Servicio al cliente

Definición conceptual:

Solano (2017) refiere que la atención al cliente se basa en un conjunto de actividades que realizan las compañías para satisfacer las necesidades de los clientes, entre estas actividades tenemos: flexibilidad del servicio, respuesta oportuna y claridad de la información (pág. 8).

Dimensiones de la variable 1:

Dimensión 1: Flexibilidad del servicio

Ortega (2020) menciona que la flexibilidad del servicio consiste en presentar múltiples soluciones que sean adaptables a las necesidades de los clientes, brindándoles soluciones personalizadas, para de esta manera llevar a cabo las metas de la organización (pág.80).

Indicadores de la dimensión 1:

Indicador 1: Amabilidad

Consiste en ayudar a los demás, ser afectuoso, agradable, cariñoso, servicial y cortés; ya que si eres amable con otras personas ellos también lo serán contigo (Ortega, 2021, pág. 73)

Indicador 2: Atención personalizada

Según Flores (2020) menciona que la atención personalizada consiste en el trato directo entre el cliente y la empresa, teniendo en cuenta las preferencias y necesidades que tiene el cliente (pág. 55)

Dimensión 2: Respuesta oportuna

López (2020) manifiesta que la respuesta oportuna en la atención al cliente, en una organización consiste en que debemos estar preparados para dar una respuesta rápida a los problemas que se presenten, ya que no brindar una respuesta inmediata a los reclamos puede provocar efectos no deseados y mala imagen para la empresa (pág.34).

Indicador de la dimensión 2:

Indicador 1: Atención inmediata

Como lo expresa Escudero (2017) en una empresa es muy importante recibir una atención inmediata, ya que esto evita que los clientes estén esperando mucho tiempo al momento de recibir algún servicio o producto (pág. 217)

Dimensión 3: Claridad de la información

Consiste en organizar las ideas, utilizar frases cortas, también debemos tener en claro lo que queremos escribir o decir sin dar muchos rodeos (Gago, 2016, pág. 132).

Indicador de la dimensión 3:

Indicador 1: Información precisa

Brindar información rigurosa y puntual sobre los servicios que ofrece la compañía, es primordial para la toma de elecciones, debido a que siempre hay varios inconvenientes involucrados con la distorsión de la información (Hermida & Iglesias, 2018, pág. 46).

Variable 2: Proceso administrativo

Definición conceptual:

Según Blandez (2016) manifiesta que el proceso administrativo consiste en organizar las actividades para el logro de las metas y objetivos de una compañía. Por lo cual, se tienen que llevar a cabo las 4 funciones vitales de la administración que son: la planeación, organización, dirección y control (pág. 7).

Dimensiones de la variable 2:

Dimensión 1: Planeación

Como afirma Custodio (2020) la planeación es la acción temprana de toma de decisiones que sean posibles realizar, por lo que se considera que para la planeación debemos de tener objetivos preseleccionados que queremos lograr en un determinado tiempo (pág. 11).

Indicadores de la dimensión 1:

Indicador 1: Misión

Según Varcárcel (2020) considera que conocer nuestra visión es esencial para poder administrar una organización, ya que nos permitirá conocer el propósito que se pretende alcanzar con el emprendimiento (pág. 202).

Indicador 2: Visión

La visión de la empresa también es considerada como el sueño que tiene la entidad, ya que es la imagen proyectada a mediano o largo plazo, Así mismo, es la manera como consideramos que sea la empresa más adelante (Cosme, 2020, pág. 55).

Dimensión 2: Organización

La organización es un conjunto de personas con diferentes roles y cargos que se relacionan para interactuar y alcanzar un solo objetivo o meta (Nicole, 2017, pág. 10).

Indicador de la dimensión 2:

Indicador 1: Estructura

La composición organizacional de una organización, es la interacción entre los papeles de la misma, debido a que esta interacción se da por la necesidad de laborar en grupo para el logro de las metas (Peláez, 2019, pág. 68).

Dimensión 3: Dirección

La dirección consiste en la gestión de recursos para lograr los objetivos planificados de una gerencia, por lo que exige que los responsables hagan uso de sus conocimientos y habilidades para cumplir las metas planteadas (Westreicher, 2020, pág. 5).

Indicador de la dimensión 3:

Indicador 1: Liderazgo

Según Wright & Mackinnon (2017) mencionan que el liderazgo es el proceso que se realiza como parte de un rol que involucra relaciones, ya que se lidera en relación con otros (pág. 84).

Dimensión 4: Control

Según Pereira (2019) Refiere que el control es la acción implementada por la administración y tiene como finalidad desarrollar la eficacia y eficiencia de los bienes de una empresa. Por lo tanto, todas las actividades de control deben ser registradas en formatos legales para un buen crecimiento de la empresa (pág. 12).

Indicadores de la dimensión 4:

Indicador 1: Eficacia

La eficacia es la capacidad de poder lograr las metas y objetivos trazados con los recursos disponibles en un determinado tiempo (Drucker, 2018, pág. 123).

Indicador 2: Eficiencia

La eficiencia con respecto a la atención al cliente radica en brindar soluciones al instante, respuestas inmediatas y resultados óptimos a las atenciones de los clientes (Liker, 2019, pág. 78).

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Población:

En el distrito de San Isidro, según información de páginas amarillas existen 14 empresas dedicadas a brindar servicio técnico y mantenimiento de computadoras, de las cuales se ha tomado a 5 empresas incluyendo a la empresa en estudio para sacar la población de la presente investigación conformada por 40 trabajadores que brindan servicio de atención al cliente.

Según López & Fachelli (2017) expresan que la población es un conjunto de componentes que establecen el ámbito de atención sobre el que pretendemos deducir los resultados de nuestro análisis (pág. 9).

Criterios de inclusión:

1. Personal que labora brindando atención en el servicio al cliente del área de mantenimiento de equipos de cómputo.
2. Trabajadores que deseen participar voluntariamente.
3. Trabajadores con más de 2 años de experiencia en el área y la compañía.

Criterios de exclusión:

1. Personal que labore en otras áreas que no sean de mantenimiento de equipos de cómputo.
2. Personal que no desea participar en el trabajo de investigación.
3. Personal que se encuentre de vacaciones o con descanso médico.

Muestra:

El presente estudio no requiere cálculo del tamaño de muestra ni procedimiento de muestreo pues se trabajó con toda la población que son 40 colaboradores.

La muestra está compuesta de un subconjunto de unidades de estudio que representa a la población (Hernández & Coello, 2020, pág. 59).

Según Padilla (2018), menciona que la muestra censal es una muestra en la que todas las unidades de investigación se evalúan como muestra, ya que la población a examinar se especifica como un censo porque es población, muestra y universo a la vez (pág. 150).

Muestreo:

El muestreo es la sucesión mediante la cual el indagador podrá elegir a las personas que forman parte del estudio a partir de la muestra considera previamente (Barrera, 2017, pág. 7).

En este caso no se requirió utilizar de muestreo alguno porque la muestra es censal.

Unidad de análisis:

Son las características, propiedades, cualidades de objetos hechos o personas, a los cuales se aplican los instrumentos para lograr medir las variables de investigación (Valdivia & Romero, 2019, pág. 326).

La unidad de análisis son las empresas de soporte técnico de cómputo

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**Técnica:** Encuesta

Según Serrano (2020), expresa que la encuesta es una técnica de recaudación de datos, que se realiza a una muestra de personas, contestando un cuestionario de preguntas para recolectar datos sobre uno o más temas específicos (pág. 73).

En la investigación que aquí se presenta, la encuesta se utilizó como técnica.

Instrumento: Cuestionario

Los cuestionarios son documentos realizados por un conjunto de preguntas debidamente ordenadas y estructuradas, este instrumento se usa para recoger información de manera eficaz y útil (Niño, 2019, pág. 91).

Validez:

Como dice Ballesteros (2019) una vez elaborado el cuestionario debe someterse a valoración de expertos, para inspeccionar si las preguntas tienen coherencia, estructura y están relacionadas directamente con los objetivos de la investigación (pág. 54).

En la investigación se realizó un cuestionario de 20 preguntas, el cual constituye una encuesta. Que estuvo validado por un juicio de expertos, conformado por: Dra. Fanny Esperanza Zavala Alfaro, la Dra. Edith Geobana Rosales Domínguez y la Mag. Luzmila Gabriela Maurtua Gurmendi, quienes determinaron que el cuestionario es aplicable.

Confiabilidad: Alfa de Cronbach

Es usado para medir la confiabilidad del instrumento, ya que cuando más cerca este el valor de la prueba del Alfa de Cronbach a 1.00, más correlación tendrán los ítems (Sánchez, 2019, pág. 276).

La consistencia interna del instrumento se determinó mediante una prueba piloto aplicando la encuesta a 20 colaboradores, para de esta manera poder determinar el Alfa de Cronbach.

Tabla 1

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaborado con el SPSS

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,863	20

Fuente: Elaborado con el SPSS

Tabla 3

Cadenas de valor e innovación

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Fuente: Tomado de Sánchez, (2019, pág. 276).

INTERPRETACIÓN: Según resultados mostrados en la Tabla 2 de las estadísticas de confiabilidad del instrumento desarrollado por el Alfa de Cronbach nos arrojaron un valor de 0.86, lo que demuestra que el instrumento tiene una excelente confiabilidad y por lo tanto puede ser utilizado.

3.5. Procedimientos

Se realizó un cuestionario de 20 preguntas con una medición ordinal tipo Lickert relacionada con las variables de investigación, gestión del servicio al cliente y proceso administrativo, luego el instrumento fue validado por medio del juicio de expertos quienes consideraron que el cuestionario era aplicable. Luego se realizó una prueba piloto a la mitad de la muestra para finalmente poder calcular la confiabilidad con el programa SPSS 25.

3.6. Método de análisis de datos

Se realizó el análisis de datos recogidos, utilizando el software Microsoft office (Excel) y SPSS 25, para posteriormente ser procesados con la estadística descriptiva e inferencial. Según Gutiérrez (2020) expresa que la estadística descriptiva es un conjunto de métodos que sirven para recolectar datos, que puede ser mediante encuestas o bases de datos, y la estadística inferencial comprende las técnicas y métodos usados con el fin de hacer estimaciones o predicciones sobre poblaciones a partir de una parte de ella tomada como muestra (pág. 40).

3.7. Aspectos éticos

La información presentada en la investigación es transparente y autentico, no se adulteró resultados, los datos recopilados fueron presentados de acuerdo a los hallazgos encontrados, siendo nuestra fuente principal los colaboradores de cinco empresas, área de atención al cliente, que brindan soporte técnico en el distrito de San Isidro, quienes respondieron la encuesta planteada, cooperando con los resultados de forma voluntaria.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tablas de frecuencia

Variable 1: Gestión del servicio al cliente

Tabla 4

Gestión del servicio al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	22,5	22,5	22,5
	Regular	13	32,5	32,5	55,0
	Bueno	18	45,0	45,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

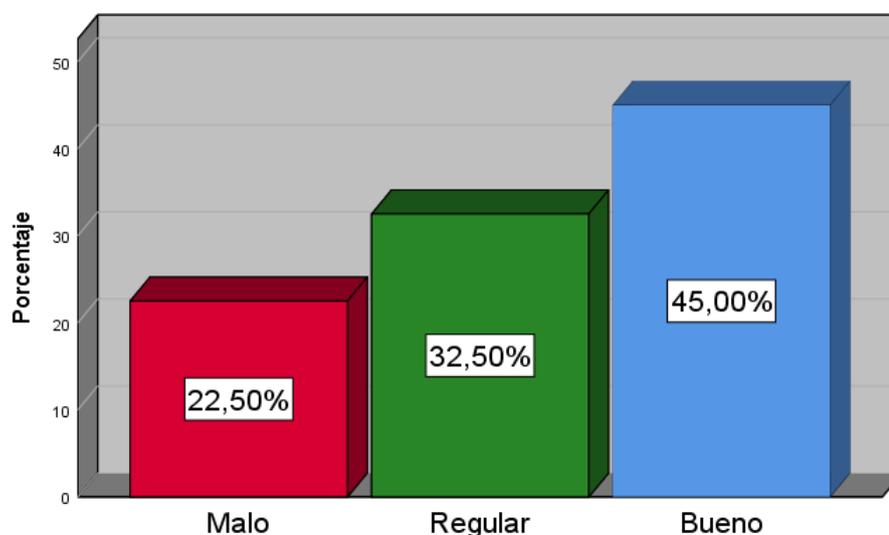


Figura 1. Porcentaje de frecuencia de la gestión del servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Según la Tabla 4 y Figura 1 se observa que, de 40 encuestados, el 22.50% consideró que es malo la gestión del servicio al cliente, el 32.50% considera que es regular y el 45.00% considera que es bueno.

Dimensión 1: Flexibilidad del servicio

Tabla 5

Flexibilidad del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	10,0	10,0	10,0
	Regular	9	22,5	22,5	32,5
	Bueno	27	67,5	67,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

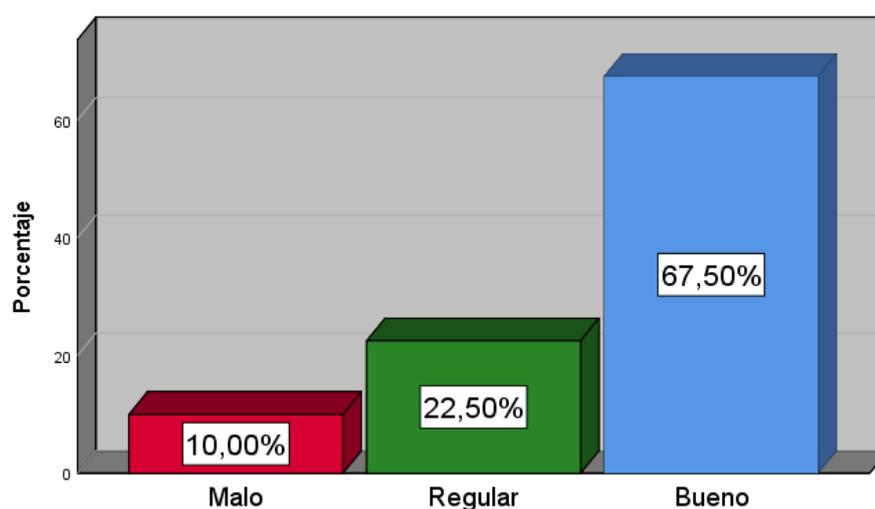


Figura 2. Porcentaje de frecuencia de la flexibilidad del servicio

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Se evidencia en la Tabla 5 y Figura 2 que de 40 encuestados manifestaron referente a la flexibilidad del servicio que brinda la compañía, es malo en un 10.00%, el 22.50% es regular y el 67.50% es bueno.

Dimensión 2: Respuesta oportuna

Tabla 6

Respuesta oportuna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	2	5,0	5,0	5,0
	Regular	19	47,5	47,5	52,5
	Bueno	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

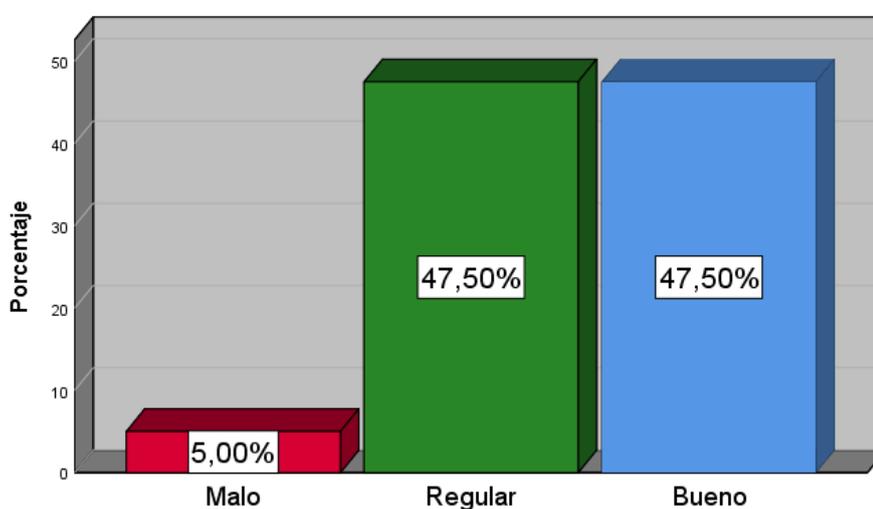


Figura 3. Porcentaje de frecuencia de la respuesta oportuna

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Según la Tabla 6 y Figura 3 se observa que de 40 encuestados expresaron que la respuesta oportuna que realiza la empresa para atender a los clientes es malo en un 5.00%, el 47.50% es regular y el 47.50% es bueno.

Dimensión 3: Claridad de la información

Tabla 7

Claridad de la información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	7,5	7,5	7,5
	Regular	24	60,0	60,0	67,5
	Bueno	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

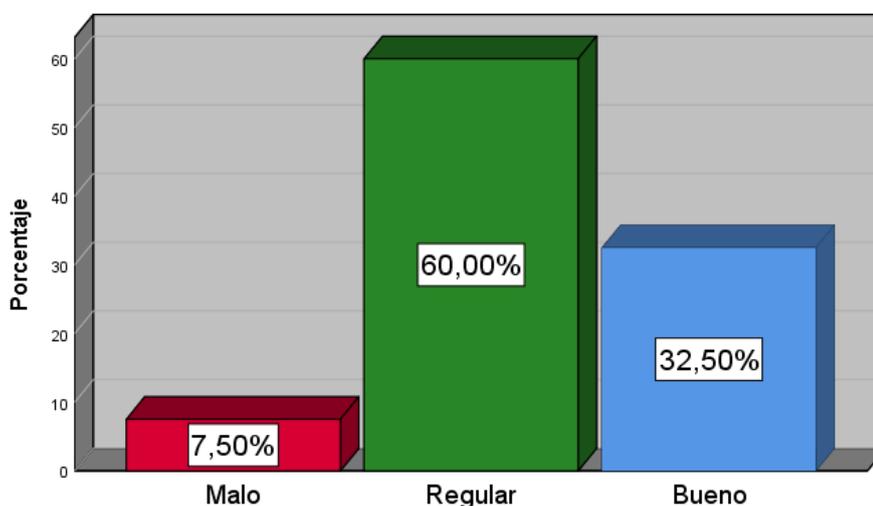


Figura 4. Porcentaje de frecuencia de la claridad de la información

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Al observar la Tabla 7 y Figura 4 se hace evidente que, de 40 encuestados, manifestaron que la claridad de la información que brinda la compañía a sus clientes es malo en un 7.50%, el 60.00% es regular y el 32.50% es bueno.

Variable 2: Proceso administrativo

Tabla 8

Proceso administrativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	2,5	2,5	2,5
	Regular	15	37,5	37,5	40,0
	Bueno	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

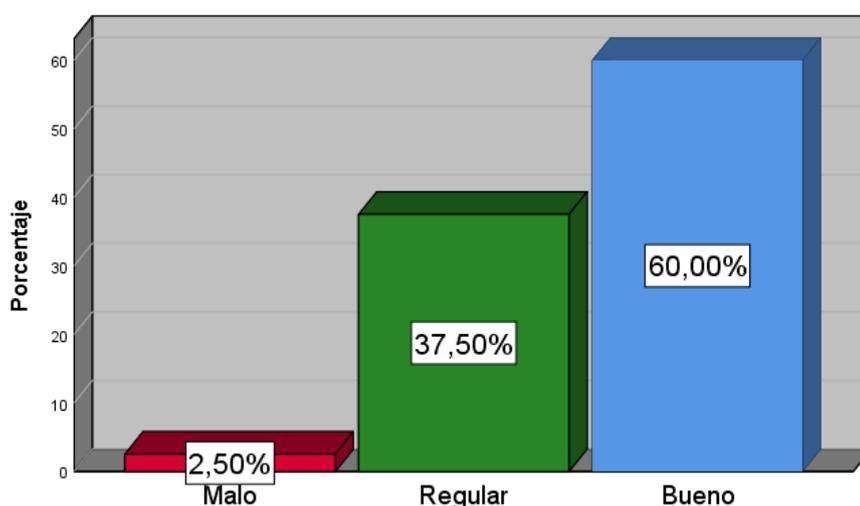


Figura 5. Porcentaje de frecuencia del proceso administrativo

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Según la Tabla 8 y Figura 5 se observa que de 40 colaboradores encuestados manifestaron con respecto al proceso administrativo que realiza la empresa es malo en un 2.50%, el 37.50% es regular y el 60.00% es bueno.

Dimensión 4: Planeación

Tabla 9

Planeación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	5	12,5	12,5	12,5
	Regular	6	15,0	15,0	27,5
	Bueno	29	72,5	72,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

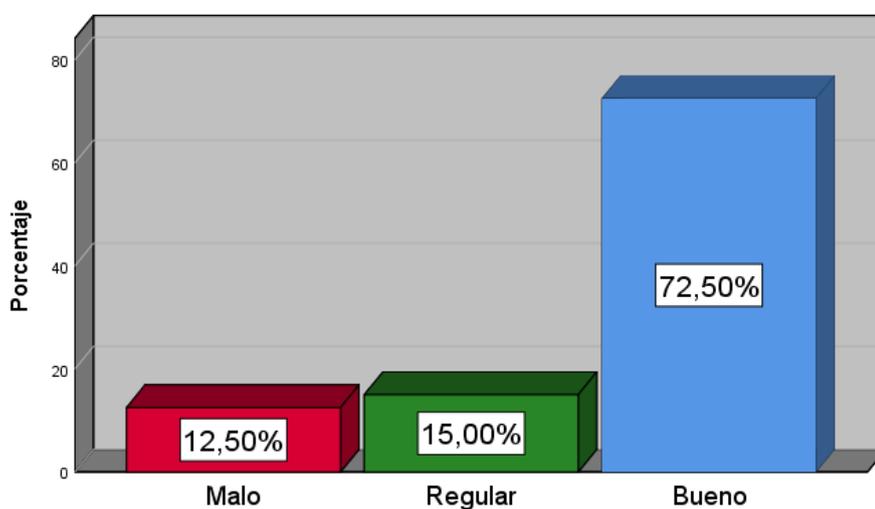


Figura 6. Porcentaje de frecuencia de la planeación

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Según la Tabla 9 y Figura 6 se puede evidenciar que de 40 encuestados manifestaron con respecto a la planeación de las actividades de la empresa que es malo en un 12.50%, el 15.00% es regular y el 72.50% es bueno.

Dimensión 5: Organización

Tabla 10

Organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	10,0	10,0	10,0
	Regular	24	60,0	60,0	70,0
	Bueno	12	30,0	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

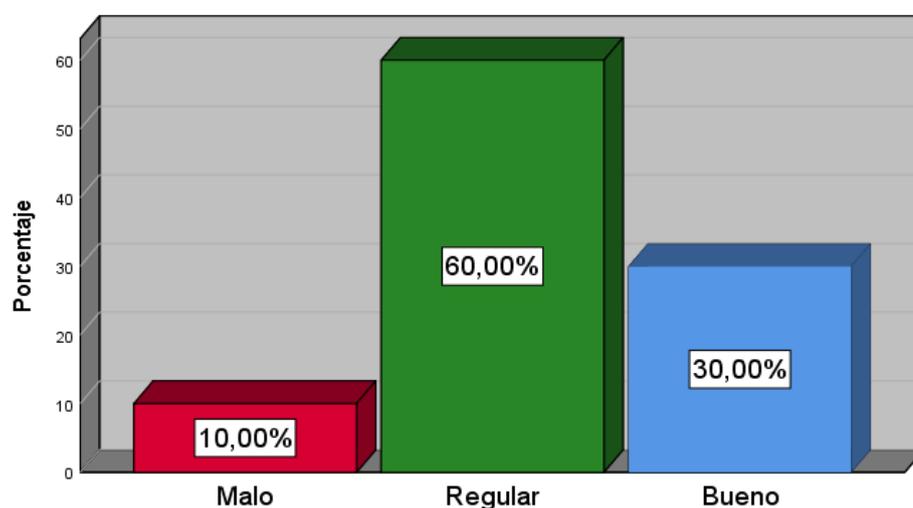


Figura 7. Porcentaje de frecuencia de la organización

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Al observar la Tabla 10 y Figura 7 se muestra que de los 40 encuestados manifestaron con respecto a la organización de la empresa que es malo en un 10.00%, el 60.00% es regular y el 30.00% es bueno.

Dimensión 6: Dirección

Tabla 11

Dirección

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	7,5	7,5	7,5
	Regular	25	62,5	62,5	70,0
	Bueno	12	30,0	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

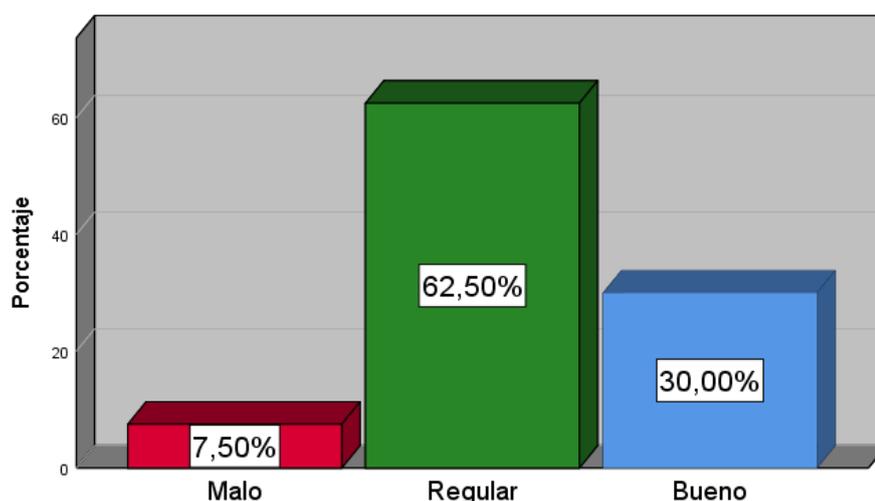


Figura 8. Porcentaje de frecuencia de la dirección

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Según la Tabla 11 y Figura 8 se observa que de 40 trabajadores encuestados consideran con respecto a la dirección que se enfocan las compañías para lograr sus objetivos que es malo en un 7.50%, el 62.50% es regular y el 30.00% es bueno.

Dimensión 7: Control

Tabla 12

Control

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	2	5,0	5,0	5,0
	Regular	15	37,5	37,5	42,5
	Bueno	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

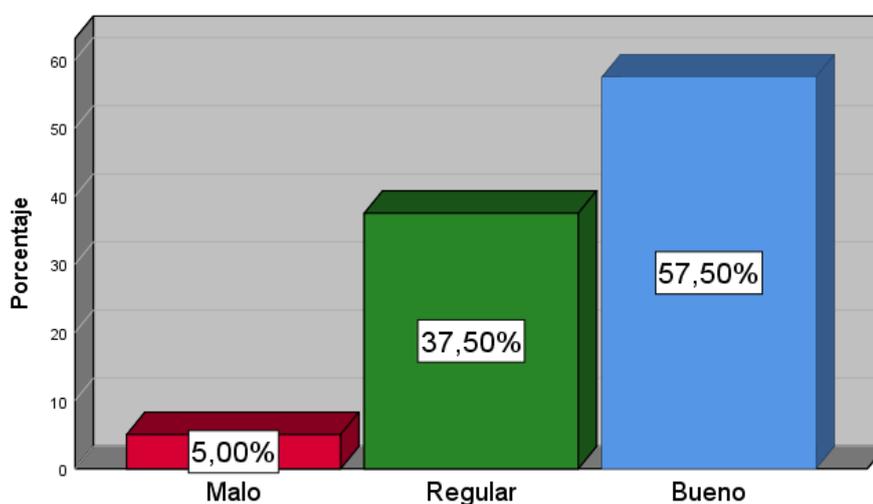


Figura 9. Porcentaje de frecuencia del control

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación:

Al observar la Tabla 12 y Figura 9 se muestra que de 40 encuestados manifestaron que el control que realiza la empresa para atender a sus clientes el 5.00% considera que es malo, el 37.50% manifiesta que es regular y el 57.50% considera que es bueno.

4.2. Resultados inferenciales (prueba de hipótesis)

4.2.1. Prueba de normalidad

Una de las pruebas más usadas para revisar la normalidad de todas las cambiantes por separado es la prueba de Kolmogorov-Smirnov que compara la capacidad de repartición teórica con la experimental, la potencia de esta prueba está en funcionalidad de que la muestra sea enorme (Huarancca, 2020, pág. 86).

Hipótesis de normalidad

H₀: la distribución es normal

H_a: la distribución no es normal

Reglas de decisión

1. Por tamaño de la muestra

N = 40

Si $n < 50$, entonces Saphiro–Wilk; si $n > 50$, entonces Kolmogorov-Smirnov
El teorema central del límite menciona que se considera una muestra grande cuando el tamaño supera a 30 ($n \geq 30$), así mismo se considera una muestra pequeña cuando esta es menor a 30 ($n \leq 30$) (Gutiérrez & Vladimirovna, 2016, pág. 105)

2. Por resultados de significancia

Sig p = 5% = 0.05

Sig E < Sig p = Rechaza la H₀; entonces se acepta la hipótesis alternativa

Sig E > Sig p = Acepta la H₀; entonces se rechaza la hipótesis alternativa

Tabla 13

Prueba de normalidad de Shapiro–Wilk

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GESTIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE	,284	40	,000	,776	40	,000
PROCESO ADMINISTRATIVO	,380	40	,000	,677	40	,000

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: en el presenta trabajo se tiene una muestra de 40 empleados y de acuerdo a las reglas si $n < 50$ haremos uso de Saphiro–Wilk. Por tanto, en la Tabla 13 Utilizo los resultados de Saphiro–Wilk, donde se observa que los resultados de la Sig E = 0,000 menor que la Sig p = 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alternativa, es decir se sigue una distribución no normal.

4.2.2. Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

Correlación de Pearson es un indicador utilizado para explicar cuantitativamente la fuerza y dirección de la interacción entre dos variables cuantitativas de repartición habitual y ayuda a decidir la tendencia de dos variables a ir juntas, a lo que además se llama covarianza (González & Chávez, 2017, pág. 62).

La correlación de Spearman es el similar no paramétrico de la correlación de Pearson, se fundamenta en la sustitución del costo original de cada variable por sus rangos, de la misma forma que se puede mirar en su fórmula. Si hay una correlación intensa, los rangos tienen que ser consistentes: bajos rangos de X se correlacionarán con bajos rangos de Y (García, Ruiz, Rodríguez & Cruz, 2019, pág. 10).

Tabla 14

Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Sampieri & Collado (2014)

Hipótesis general: Existe correlación significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021

Hipótesis nula: no existe correlación significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021

Hipótesis alternativa: si existe correlación significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021

Sig p = 5% = 0.05

Sig E < Sig p = Rechaza la H0; entonces se acepta la hipótesis alternativa

Sig E > Sig p = Acepta la H0; entonces se rechaza la hipótesis alternativa

Tabla 15

Prueba de correlación de las variables

Correlaciones			Gestión del servicio al cliente	Proceso administrativo
Rho de Spearman	Gestión del servicio al cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,602**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Proceso administrativo	N	40	40
		Coeficiente de correlación	,602**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: de acuerdo a la tabla 15 se tuvo una correlación de entre la gestión del servicio al cliente y el proceso administrativo de 0. 602, que según la tabla 14 es considerada una correlación positiva considerable. Así mismo, el resultado de la significancia E que se encuentra en la tabla 15 es de 0.000 menor que la Sig p (0.05) lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, aceptando a la hipótesis alternativa, es decir la gestión del servicio al cliente si se estaría correlacionando con el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo.

Prueba de regresión lineal de la hipótesis general

Hipótesis general: Existe influencia significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021

Hipótesis nula: no existe influencia significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021

Hipótesis alternativa: si existe influencia significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021

Tabla 16

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,573 ^a	,328	,311	,456

a. Predictores: (Constante), Gestión del servicio al cliente

Interpretación: de la tabla 16 se observa que el R cuadrado 0.328 lo que estaría afirmando que la variable Gestión del servicio al cliente estaría influyendo en la variable proceso administrativo en 32.8%.

Prueba de anova de la hipótesis general

Tabla 17

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	3,865	1	3,865	18,568	,000 ^b
	Residuo	7,910	38	,208		
	Total	11,775	39			

a. Variable dependiente: Proceso administrativo

b. Predictores: (Constante), Gestión del servicio al cliente

Interpretación: de acuerdo con los resultados de anova de la tabla 17 se observa el que valor F de Fisher cae dentro de la zona de rechazo pues la significancia obtenida es $0.000 < 0.05$ por lo que se acepta la hipótesis alternativa, es decir se reafirma que la gestión del servicio al cliente si estaría influyendo con el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo.

Prueba de hipótesis específica 1

HE1: existe correlación significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis nula: no existe correlación significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis alterna: si existe correlación significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Sig p = 5% = 0.05

Sig E < Sig p = Rechaza la H0; entonces se acepta la hipótesis alternativa

Sig E > Sig p = Acepta la H0; entonces se rechaza la hipótesis alternativa

Tabla 18

Prueba de correlación de la dimensión flexibilidad del servicio con la variable proceso administrativo.

Correlaciones			Flexibilidad del servicio	Proceso administrativo
Rho de Spearman	Flexibilidad del servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,354*
		Sig. (bilateral)	.	,025
	Proceso administrativo	N	40	40
		Coeficiente de correlación	,354*	1,000
Sig. (bilateral)	,025	.		
		N	40	40

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

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la Tabla 18 se tuvo una correlación de entre la dimensión flexibilidad del servicio con la variable proceso administrativo de 0.354, que según la tabla 14 es considerada una correlación positiva media.

Así mismo, el resultado de la significancia E que se encuentra en la tabla 18 es de 0.025 menor que la Sig p (0.05) lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, aceptando a la hipótesis alternativa, es decir la dimensión flexibilidad del servicio si se estaría correlacionando con en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo.

Prueba de regresión lineal de la hipótesis específica 1

HE1: existe influencia significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis nula: no existe influencia significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis alterna: si existe influencia significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Tabla 19

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,261 ^a	,068	,044	,537

a. Predictores: (Constante), Flexibilidad del servicio

Interpretación: Según la Tabla 19 se evidencia que el R cuadrado 0.068 lo que estaría afirmando que la dimensión flexibilidad del servicio estaría influyendo en la variable proceso administrativo en 6.8%.

Prueba de anova de la hipótesis específica 1

Tabla 20

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	,802	1	,802	2,776	,104 ^b
	Residuo	10,973	38	,289		
	Total	11,775	39			

a. Variable dependiente: Proceso administrativo

b. Predictores: (Constante), Flexibilidad del servicio

Interpretación: de acuerdo con los resultados de anova de la tabla 20 se observa el que valor F de Fisher cae dentro de la zona de rechazo pues la significancia obtenida es $0.104 > 0.05$ por lo que se acepta la hipótesis nula, es decir se reafirma que la dimensión Flexibilidad del servicio no estaría influyendo en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo.

Prueba de hipótesis específica 2

HE2: existe correlación significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis nula: no existe correlación significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis alterna: si existe correlación significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Sig p = 5% = 0.05

Sig E < Sig p = Rechaza la H0; entonces se acepta la hipótesis alternativa

Sig E > Sig p = Acepta la H0; entonces se rechaza la hipótesis alternativa

Tabla 21

Prueba de correlación de la dimensión respuesta oportuna con la variable proceso administrativo.

Correlaciones			Respuesta oportuna	Proceso administrativo
Rho de Spearman	Respuesta oportuna	Coeficiente de correlación	1,000	,411**
		Sig. (bilateral)	.	,008
	N		40	40
	Proceso administrativo	Coeficiente de correlación	,411**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
	N		40	40

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

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 21 se tuvo una correlación de entre la dimensión respuesta oportuna con la variable proceso administrativo de 0.411, que según la tabla 14 es considerada una correlación positiva media. Así mismo, el resultado de la significancia E que se encuentra en la tabla 21 es de 0.008 menor que la Sig p (0.05) lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, aceptando a la hipótesis alternativa, es decir la dimensión respuesta oportuna si se relaciona con en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Prueba de regresión lineal de la hipótesis específica 2

HE2: existe influencia significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis nula: no existe influencia significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis alterna: si existe influencia significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Tabla 22

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,332 ^a	,110	,087	,525

a. Predictores: (Constante), Respuesta oportuna

Interpretación: de la tabla 22 se evidencia que el R cuadrado 0.110 lo que estaría afirmando que la dimensión flexibilidad del servicio estaría influyendo en la variable proceso administrativo en 11%.

Prueba de anova de la hipótesis específica 2

Tabla 23

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,296	1	1,296	4,699	,037 ^b
	Residuo	10,479	38	,276		
	Total	11,775	39			

a. Variable dependiente: Proceso administrativo

b. Predictores: (Constante), Respuesta oportuna

Interpretación: de acuerdo con los resultados de anova de la tabla 23 se observa el que valor F de Fisher cae dentro de la zona de rechazo pues la significancia obtenida es $0.037 < 0.05$ por lo que se acepta la hipótesis alternativa, es decir se reafirma que la dimensión respuesta oportuna si estaría influyendo en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo.

Prueba de hipótesis específica 3

HE3: existe correlación significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis nula: no existe correlación significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis alternativa: si existe correlación significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Sig p = 5% = 0.05

Sig E < Sig p = Rechaza la H0; entonces se acepta la hipótesis alternativa

Sig E > Sig p = Acepta la H0; entonces se rechaza la hipótesis alternativa

Tabla 24

Prueba de correlación de la dimensión claridad de la información con la variable proceso administrativo.

Correlaciones			Claridad de la información	Proceso administrativo
Rho de Spearman	Claridad de la información	Coeficiente de correlación	1,000	,383*
		Sig. (bilateral)	.	,015
	Proceso administrativo	N	40	40
		Coeficiente de correlación	,383*	1,000
	Sig. (bilateral)	,015	.	
	N	40	40	

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

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: de acuerdo a la tabla 24 se tuvo una correlación de entre la dimensión claridad de la información con la variable proceso administrativo de 0.383, que según la tabla 14 es considerada una correlación positiva media.

Así mismo, el resultado de la significancia E que se encuentra en la tabla 24 es de 0.015 menor que la Sig p (0.05) lo que significa que se rechaza la hipótesis nula, aceptando a la hipótesis alternativa, es decir la dimensión claridad de la información si se relaciona con el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo.

Prueba de regresión lineal de la hipótesis específica 3

HE3: existe influencia significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis nula: no existe influencia significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Hipótesis alternativa: si existe influencia significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

Tabla 25

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,416 ^a	,173	,152	,506

a. Predictores: (Constante), Claridad de la información

Interpretación: de la tabla 25 se observa que el R cuadrado 0.173 lo que estaría afirmando que la dimensión claridad de la información estaría influyendo en la variable proceso administrativo en 17.3%.

Prueba de anova de la hipótesis específica 3

Tabla 26

ANOVA ^a						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	2,042	1	2,042	7,971	,008 ^b
	Residuo	9,733	38	,256		
	Total	11,775	39			

a. Variable dependiente: Proceso administrativo

b. Predictores: (Constante), Claridad de la información

Interpretación: de acuerdo con los resultados de anova de la tabla 26 se observa el que valor F de Fisher cae dentro de la zona de rechazo pues la significancia obtenida es $0.008 < 0.05$ por lo que se acepta la hipótesis alternativa, es decir se reafirma que la dimensión claridad de la información si estaría influyendo en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo.

V. DISCUSIÓN

En el presente estudio al determinar la influencia entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, se pudo obtener como resultados (Tabla 4, Figura 1) que de los 40 encuestados el 45% (18), manifestaron que la gestión del servicio al cliente dentro de su empresa es buena. Así mismo, al evaluar el proceso administrativo de su empresa se tuvo como resultado (Tabla 8, figura 5), que el 60% (24) determinan que se desarrolla un buen proceso, en base a los resultados se puede decir, que la empresa está desarrollando una buena gestión del servicio al cliente, debido a que el proceso administrativo según los colaboradores también se realiza de manera buena. Así mismo, al realizar la prueba de correlación entre las dos variables utilizando el Rho de Spearman se obtiene un coeficiente de correlación de 0.602 considerada una correlación positiva considerable. Es decir, el resultado de significancia fue de $0.000 < 0.05$ por lo que, se rechaza la hipótesis nula, aceptando a la hipótesis alternativa como se observa en la (Tabla 15), es decir que la gestión del servicio al cliente si se relaciona con el proceso administrativo en las empresas. Además, al realizar la prueba de regresión lineal, según la (Tabla 16) se observa que el R cuadrado es de 0.328 y en la prueba de Anova (Tabla 17) el valor de Fisher muestra una significancia de $0.000 < 0.05$ lo que estaría afirmando que la variable Gestión del servicio al cliente estaría influyendo en la variable proceso administrativo. Por lo tanto, tomando la investigación de Molina (2019) se puede corroborar, que mientras exista una buena gestión mayor será el buen servicio al cliente, así mismo, Medina & Nogueira (2019), determinan que la participación de los trabajadores hace que los procesos sean más eficientes frente a los problemas en una organización. Cómo se menciona en la teoría de Henry Fayol (1916) que define al proceso administrativo como una función que se debe compartir entre el jefe y los colaboradores de una organización. De tal manera, bajo los criterios que se menciona y analizando los resultados que se obtuvo en la investigación, se confirma que mientras el proceso administrativo se desarrolle de manera eficaz se podrá obtener una buena gestión en la atención del servicio al cliente.

Al determinar el primer objetivo específico que menciona la influencia de la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo se deduce que en las empresas

en estudio el 67.5% (27) de los trabajadores califican que la flexibilidad del servicio al cliente es buena (Tabla 5, Figura 2). En tal sentido, podemos decir que las empresas que brindan este servicio presentan múltiples soluciones teniendo en cuenta las preferencias y necesidades de los clientes. Así mismo, al realizar la prueba de correlación entre la dimensión flexibilidad del servicio y la variable proceso administrativo utilizando el Rho de Spearman se adquiere un coeficiente de correlación de 0.354 considerada una correlación positiva media, donde el resultado de significancia obtenido fue de $0.025 < 0.05$ por lo que, se rechaza la hipótesis nula, como se observa en la (Tabla 18), es decir la dimensión flexibilidad del servicio si se estaría correlacionando con en el proceso administrativo. Además, al realizar la prueba de regresión lineal, según la (Tabla 19) se observa que el R cuadrado es de 0.068 lo que estaría afirmando que la dimensión flexibilidad del servicio estaría influyendo en la variable proceso administrativo en 6.8%. De tal manera relacionándolo con Espinoza & Parra (2020), quienes mencionan que el buen trabajo se evidencia desde la gerencia, pero que también se debe dar mucha importancia en la atención de los clientes que muestran alguna inconformidad con el servicio brindado, ya que depende de ellos el crecimiento de la empresa. Además, Ortega (2020) expresa que la flexibilidad del servicio se apoya en exponer diversas alternativas de solución que sean adaptables a las necesidades de los clientes, brindando soluciones personalizadas, para de esta manera poder contribuir con las metas de la organización. Por lo tanto, podemos deducir en base a los resultados de la investigación y antecedentes, que la flexibilidad del servicio debe ser oportuna y eficaz, mostrando interés ante los problemas en el servicio de los clientes.

Al determinar el segundo objetivo específico que menciona la influencia de la respuesta oportuna en el proceso administrativo se observa (Tabla 6, Figura 3) que el 47.5% (19) que los colaboradores refieren que la respuesta oportuna en el proceso administrativo dentro de sus empresas es buena. Esto nos quiere decir, que las empresas están aptas y dispuestas para brindar una respuesta inmediata a los reclamos que pueden tener los clientes, para que no se lleven una mala imagen de la empresa. En tal sentido, al realizar la prueba de correlación entre la dimensión respuesta oportuna y la variable proceso administrativo mediante el Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.411 considerada una

correlación positiva media, obteniendo como resultado de significancia de $0.008 < 0.05$ por lo que, se rechaza la hipótesis nula, aceptando a la hipótesis alternativa como se observa en la (Tabla 21), es decir la dimensión respuesta oportuna si se relaciona con el proceso administrativo. De igual modo, al realizar la prueba de regresión lineal, según la (Tabla 22) se observa que el R cuadrado es de 0.110 y en la prueba de Anova (Tabla 23) el valor de Fisher muestra una significancia de $0.037 < 0.05$ lo que estaría afirmando que la dimensión respuesta oportuna si estaría influyendo en el proceso administrativo. Por otro lado, teniendo en cuenta a López (2020) quien considera que debemos estar preparados para dar una respuesta rápida, para no provocar mala imagen a la organización. Finalmente, se puede definir que la respuesta oportuna ante la solución de problemas de los clientes en una empresa debe ser eficaz e inmediata para cuidar la imagen y prestigio de la empresa.

Al determinar el tercer objetivo específico que determina la influencia de la claridad de la información en el proceso administrativo en las empresas; se apreció (Tabla 7, Figura 4) que el 60% (24) de los encuestados expresaron que la claridad de la información que brinda la empresa a sus clientes es regular. En tal sentido, podemos decir que la claridad de la información que brindan los colaboradores a los clientes está siendo desarrollada regularmente, por lo que se debe organizar las ideas para dar un respuesta clara y precisa. Por consiguiente, al realizar la prueba de correlación entre la dimensión claridad de la información y la variable proceso administrativo a través de el Rho de Spearman se alcanzó un coeficiente de correlación de 0.383 considerada una correlación positiva media. Además, se obtuvo una significancia de $0.015 < 0.05$ rechazando la hipótesis nula, aceptando a la hipótesis alternativa (Tabla 24), es decir la dimensión claridad de la información si se relaciona con el proceso administrativo. Por otro lado, al realizar la prueba de regresión lineal, según la (Tabla 25) se observa que el R cuadrado es de 0.173 y en la prueba de Anova (Tabla 26) el valor de Fisher muestra una significancia de $0.008 < 0.05$ es decir se estaría afirmando que la dimensión claridad de la información si estaría influyendo en el proceso administrativo en empresas de mantenimientos de quipos de cómputo. De acuerdo con Gago (2016) enfatiza que la claridad de la información se basa en ordenar las ideas, usar frases cortas y tener en claro lo que vamos a mencionar sin dar muchos rodeos para que nuestros

clientes nos puedan entender. Además, según la teoría de calidad y servicio de Karl Albrecht (1983) menciona que para medir la calidad de servicio debemos tener en cuenta en sus siete puntos de vista, donde uno de ellos es; la comunicación dinámica, fluida y entendible, dirigida a las necesidades del cliente. Finalmente se pudo concluir que la claridad de la información agiliza el proceso administrativo y otorga fluidez en la comunicación de las empresas con sus clientes, para que no mal interpreten lo que se les pretende transmitir y se deje de concretar ventas.

VI. CONCLUSIONES

Primera: En base a los resultados que se obtuvo de la presente investigación, se llegó a concluir sobre el objetivo e hipótesis general, al determinar la influencia de la gestión de servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, donde el 45% consideró bueno respecto a la gestión del servicio al cliente y 60% también consideró bueno con respecto al proceso administrativo. Además, según los resultados inferenciales de las variables de estudio mostraron un nivel de significancia $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula, demostrando que, si existe relación entre las variables de estudio en 0.602 de grado correlacional, lo cual nos indica que existe correlación positiva considerable. Así mismo, se observa que el R cuadrado es de 0.328 y en la prueba de Anova el valor de Fisher muestra una significancia de $0.000 < 0.05$ lo que estaría afirmando que la variable gestión del servicio al cliente estaría influyendo en la variable proceso administrativo. Además, el 32.5% considera que la gestión del servicio al cliente es regular y con respecto al proceso administrativo el 37.5% considera regular. Por lo que, se puede concluir que el buen manejo de la gestión del servicio al cliente y del proceso administrativo ayuda a la empresa lograr sus objetivos y metas trazadas. Así mismo, hace que los trabajadores estén más comprometidos con la organización y realicen una buena atención a los clientes. Sin embargo, de acuerdo a los resultados encontrados tanto la gestión del servicio al cliente como el proceso administrativo se estaría llevando a cabo de manera regular, donde la gestión del servicio al cliente influye en un 32.8% en el proceso administrativo.

Segunda: Respecto a los resultados ya obtenidos se cumplió el objetivo específico 1 e hipótesis 1 sobre la influencia de la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo, donde el 67.5% de los colaboradores refieren que es buena. Los resultados inferenciales mostraron un nivel de significancia de $0.025 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna. Concluyendo que si existe relación entre la dimensión flexibilidad del servicio con el proceso administrativo de 0.354 de grado de correlación positiva media. Por otra parte, en la prueba de regresión lineal se observa que el R cuadrado es de 0.068 lo que estaría afirmando que la dimensión flexibilidad del servicio estaría influyendo en la variable proceso administrativo. Sin embargo, el 22.5% considera que la flexibilidad

del servicio es regular. Por lo que se concluye que, las empresas si realizan flexibilidad del servicio a sus clientes, dando soluciones inmediatas frente a los problemas que se puedan presentar. Además de acuerdo a los resultados encontrados la flexibilidad del servicio influye en un 6.8% en el proceso administrativo.

Tercera: De acuerdo a los resultados encontrados se logró el objetivo específico 2 e hipótesis 2 que menciona la influencia de la respuesta oportuna en el proceso administrativo el 47.5% refiere que es buena. Así mismo los resultados inferenciales mostraron un nivel de significancia de $0.008 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula, por lo que se concluye que si hay relación entre la dimensión respuesta oportuna y el proceso administrativo de 0.411 de grado correlación positiva media. De igual modo, al realizar la prueba de regresión lineal, se observa que el R cuadrado es de 0.110 y la prueba de Anova el valor de Fisher muestra una significancia de $0.037 < 0.05$ afirmando que la dimensión respuesta oportuna si estaría influyendo en el proceso administrativo. Así mismo, el 47.5% consideró que la respuesta oportuna es regular y el 5% consideró que es malo. Concluyendo que al brindar una respuesta inmediata en el momento oportuno ayudará a la empresa a seguir creciendo, aumentando su cartera de clientes por su buena imagen ante ellos.

Cuarta: Respecto a los resultados alcanzados se cumplió con el objetivo específico 3 e hipótesis 3, al determinar la influencia de la claridad de la información en el proceso administrativo donde el 60% de los colaboradores refieren que es regular. Los resultados inferenciales mostraron un nivel de significancia de $0.015 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula, concluyendo que si existe relación entre la dimensión claridad de la información con el proceso administrativo de 0.383 de grado de correlación positiva media. Así mismo, se observa que el R cuadrado es de 0.173 y en la prueba de Anova el valor de Fisher muestra una significancia de $0.008 < 0.05$ afirmando que la dimensión claridad de la información si estaría influyendo en 17.3% en el proceso administrativo. Sin embargo, el 32.50% consideró que la claridad de la información es buena, y el 7.50% consideró malo. Por lo que se concluye que, la claridad de la información en las empresas hace que los procesos se lleven de una manera más rápida, ya que al mantener una buena comunicación con los clientes incrementará las ventas y la rentabilidad de las empresas.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación y en base a las conclusiones planteadas se tiene las siguientes recomendaciones:

Primera: Se recomienda a las organizaciones que realizan mantenimiento de equipos de cómputo en el distrito de San Isidro, utilizar una base de datos para agilizar la gestión del servicio al cliente. Además, contar con un stock de repuestos para acelerar el proceso administrativo, debido a que ayuda a la compañía lograr sus fines y metas trazadas, ya que, el crecimiento de quejas y reclamos afecta a la organización y que al reducirlos produciría una mejor ejecución del proceso administrativo. Además, hace que los trabajadores estén más relacionados con la organización y realicen una buena atención a sus clientes.

Segunda: se recomienda a las empresas de mantenimiento de equipos de cómputo ser flexibles en sus servicios brindados, dando a los clientes descuentos y facilidades de pagos, entre otros; debido a que al encuestar a los colaboradores sólo el 67.5% consideró que es buena, mostrando que las organizaciones si realizan cierta flexibilidad del servicio a sus clientes, dando soluciones inmediatas ante los inconvenientes que se puedan presentar y de esta manera lograr que los clientes se sientan contentos con los servicios otorgados.

Tercera: se recomienda a las empresas de mantenimiento de equipos de cómputo brindar una respuesta oportuna a través del canal de atención al cliente, donde los cliente insatisfechos se sientan escuchados para así buscar la mejor solución posible, ya que sólo el 47.5% de los colaboradores encuestados consideraron que la respuesta oportuna que realizan las empresas es buena, por lo que es indispensable que se haga seguimiento de los casos hasta asegurarse que el reclamo fue cerrado satisfactoriamente, para que el cliente sienta que su reclamo no fue en vano y esto nos sirva para mejorar internamente en la empresa y no vuelva a ocurrir.

Cuarta: se recomienda a los colaboradores de las empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, área de garantías brindar información clara y entendible a sus clientes, ya que una buena comunicación con los clientes aumentará las ventas y la productividad de la empresa. Así mismo, según resultados obtenidos sólo el

32.50% consideró que la claridad de la información es buena. Por lo que, es fundamental mejorar la comunicación con el cliente, realizando estrategias de comunicación como; redes sociales, correo electrónico; donde se podrá promocionar los productos y servicios.

REFERENCIAS

- Albrecht, k. (1983). *Organization Development . a total systems approach to positive change any business organization*. Englewood: Cambridge.any business organization. Englewood: Cambridge.
- Arenal Laza, C. (2019). *Customer / consumer service management*. Editorial Tutor Training.
- Ballesteros Velázquez , B. (2019). *Investigación social desde la práctica educativa*. Madrid: Edición digital (epub).
https://www.researchgate.net/publication/330957891_Investigacion_social_desde_la_practica_educativa
- Barrera , M. (2018). *Análisis del procesos administrativo de la empresa Construservicios, ubicada en el municipio de Jutiapa (Tesis de grado)*. Universidad Rafael Landivar, Jutiapa - Guatemala.
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/01/01/Barrera-Marlen.pdf>
- Barrera Soriano , J. (2017). *Población, muestra y muestreo*. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio (1era. Edición)*. Málaga: Editorial IC.
- Blandez Ricalde, M. (2016). *Proceso Administrativo* . México: Editorial Digital UNID.
- Cosme Vidal, J. (2020). *Planificación y gestión del tiempo*. España: Editorial Elearning S.L.
- Custodio Cadena, C. (2020). *Planeación: Concepto y Modalidades (2da. edición)*. España.
- Drucker, P. (2018). *Eficacia ejecutiva (Imprescindibles)*. España: Editorial Penguin Random House.
- Escobar, P., & Bilbao, J. (2020). *Investigación y educación superior (2da. Edición)*. Estados Unidos: Editorial Lulu.com.

- Escudero Serrano, J. (2017). *Comunicación y atención al cliente (2da. Edición)*. España: Ediciones Paraninfo SA.
- Espinoza, D., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. *Polo del Conocimiento*, 5(08), 42-65, doi: 10.23857/pc.v5i8.1569. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554392>
- Fayol, H. (1916). *Administration Industrielle et Générale*. Paris: Fondo editorial ITM.
- Finantop, D. d. (8 de octubre de 2017). Diario el mundo economía y negocios. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/Firmas/Moises-Bittan/Procesos-administrativos-y-gerencia.aspx#ixzz4uyJ6zkDR>
- Flores Chamorro, L. (2020). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*. Madrid: Editorial CEP S.L.
- Frascati. (2015). *Guía para la recopilación y presentación de información sobre la investigación y el desarrollo experimental*. España: Editorial MIC.
- Gago Muñiz, M. (2016). *Técnicas de información y atención al cliente / Consumidor / Usuario*. Madrid: Editorial CEP.
- González, F., & Chávez, J. (2017). *Estadística aplicada en Psicología y Ciencias de la salud*. México: Editorial El Manual Moderno.
- Gutiérrez Banegas, A. (2020). *How to understand statistics easily*. México: Pearson Publishing House.
- Heredia, J. (2020). *Gestión por procesos para mejora de la productividad de la empresa Ingetrafic SRL(Tesis de Grado)*. Lima.
- Hermida, A., & Iglesias, I. (2018). *Operaciones administrativas comerciales (1era. Edición)*. España: Editorial Vigo.
- Hernández, R., & Coello, S. (2020). *The process of scientific research (2da. edition)*. Cuba: University Publishing House.

- Huarancca, E. (2020). Aplicación del método dialéctico en el desarrollo de habilidades investigativas. España: Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Kanuk, L., & Schiffman, L. (2017). Consumer Behavior(8ava. Edition). Pearson Publishing House.
- Liker, J. (2019). *Las claves del éxito de toyota: 14 principios de gestión del fabricante más grande del mundo*.
- López Salas, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Madrid-España: Ediciones Paraninfo,SA.
- López, P., & Fachelli, S. (2017). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. España: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Medina, A., & Nogueira, D. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Revista chilena de ingeniería*, 27(2). doi:10.4067/S0718-33052019000200328
- Molina Romero, A. (2019). *Gestión de inventarios y su relación con el servicio al cliente en una empresa cerámica, Lima, 2019 (Tesis de grado)*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55404>
- Morales, Y. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. *Revista científica dominio de las ciencias*, 6(3), 1118-1142, doi: 10.23857/dc.v6i3.1341.
- Moran Arirama, K. (2020). Gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos de las mypes del sector servicio, rubro resto-bar Yarinacocha. *(Tesis de Grado)*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa - Perú. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18378>
- Mormontoy, V. (2018). *Proceso administrativo de las empresas agroindustriales alimentarias del parque industrial, Wanchaq*. Cusco - Perú.
- Nicole Roldán, P. (2017). Organización. *Economipedia haciendo facil la economía*.

- Niño Rojas, V. (2019). *Metodología de la Investigación: Diseño, ejecución e informe (2da. Edición)*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ortega, G. (2020). *Customer service in the business process*. España.
- Ortego, A. (2021). *La amabilidad es mi Superpoder: un libro para niños sobre la empatía, el cariño y la solidaridad*. España: Spanish Edition.
- Padilla Castillo, G. (2018). *La cultura como herramienta de expresión humana*. España: Editorial gedisa.
- Palacios, O. (2018). *Sistema web para la automatización del proceso administrativo (Tesis de Grado)*. Trujillo.
- Peláez, J. (2019). *La nueva gestión humana: Cómo liderar el cambio en un mundo empresarial con marea emocional (1era. Edición)*. España: Ediciones Caligrama.
- Pereira Palomo, C. (2019). *Internal control in companies its application and effectiveness (1era. Edition)*. México.
- Prado, A., & Pascual, L. (2018). *Marketing industrial y de servicios*. Madrid: ESIC Editorial Pearson.
- Rojas Romero, M. (2018). *Gestión de calidad y servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018 (Tesis de Grado)*. Universidad César Vallejo, Perú.
- Rosendo Ríos, V. (2018). *Market research*. Madrid: Editorial ESIC.
- Roy-García, I., Rivas-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, M., & Palacios-Cruz, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista Alergia México*, 66(3), 354-360.
- Sánchez Cano, J. (2019). *Cadenas de valor e innovación (1era. Edición)*. México: Editorial UJED.
- Serrano, J. (2020). *Research methodology*. México: Gamma Edition.
- Solano Torrenegra, E. (2017). *¿Cuánta razón tiene el cliente? Manual práctico de servicio al cliente*. Editorial Pearson.

- Valdivia , P. (2020). Influencia del proceso administrativo y el entorno laboral en la satisfacción del cliente en el centro de Servicio de Dercocenter Roberts de la Empresa Reparaciones y Servicios del Sur S.A.C. en Arequipa –Perú – 2020. (*Trabajo de investigación para optar el grado académico de Bachiller en Administración*). Universidad Continental, Arequipa.
- Valdivia Dueñas, M., & Romero Delgado, H. (2019). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de Tesis (5ta. Edición)*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Varcárcel Sánchez, J. (2020). *Regenerando el valor de la empresa: Una visión holística de las teorías empresariales (1era. Edición)*. España: Editorial Penguin Random House.
- Wright, S., & Mackinnon, C. (2017). *Alquimia de liderazgo la magia del líder coach*. Lima - Perú: UPC.
- Zambrano, M., & Ormaza, M. (2020). Proceso administrativo de fortalecimiento a los emprendimientos de comerciantes de la calle Alajuela de Portoviejo. *Revista científica dominio de las ciencias*, 6(3), 467-486, doi: 10.23857/dc.v6i3.1410.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCENPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Independiente: Gestión del servicio al cliente	Solano, (2017) sostiene que el servicio al cliente es un conjunto de actividades que realizan las empresas para poder satisfacer las necesidades de los clientes que son: flexibilidad del servicio, respuesta oportuna y claridad de la información (pág. 8).	Básicamente el servicio al cliente es un elemento indispensable para la marcha de una organización, ya que constituye el centro de interés fundamental para el fracaso o éxito de la misma.	Flexibilidad del servicio	Amabilidad	1,2	Ordinal tipo Lickert 5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
				Atención personalizada	3,4,5	
			Respuesta oportuna	Atención inmediata	6,7,8	
			Claridad de la información	Información precisa	9,10	
Variable dependiente: Proceso administrativo	Según Blandez, (2016) considera que el proceso administrativo es la organización de actividades para el logro de los objetivos y metas de una empresa. Por lo que, se deben cumplir las cuatro funciones vitales de la administración que son: la planeación, organización, dirección y control (pág. 7).	El proceso administrativo es un conjunto de etapas o pasos que se realiza en una organización para llevar a cabo los objetivos y metas trazadas	Planeación	Misión	11,12	Ordinal tipo Lickert 5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
				Visión	13,14	
			Organización	Estructura	15,16	
			Dirección	Liderazgo	17,18	
			Control	Eficacia	19	
				Eficiencia	20	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Matriz de consistencia

TÍTULO: Gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro -2021.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021?</p> <p>Problemas específicos: a) ¿Cuál es la influencia de la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021? b) ¿Cuál es la influencia de la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021? c) ¿Cuál es la influencia de la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021</p> <p>Objetivos específicos: a) Determinar la influencia de la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021. b) Determinar la influencia de la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021. c) Determinar la influencia de la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.</p>	<p>Hipótesis general: Existe influencia significativa entre la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021</p> <p>Hipótesis específicas: a) Existe influencia significativa entre la flexibilidad del servicio en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021. b) Existe influencia significativa entre la respuesta oportuna en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021. c) Existe influencia significativa entre la claridad de la información en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.</p>	<p>Variable independiente: Gestión del servicio al cliente</p> <p>Variable Dependiente: Proceso administrativo</p>	<p>Flexibilidad del servicio</p> <p>Respuesta oportuna</p> <p>Claridad de la información</p> <p>Planeación</p> <p>Organización</p> <p>Dirección</p> <p>Control</p>	<p>ENFOQUE: cuantitativo</p> <p>TIPO: Aplicada</p> <p>NIVEL: correlacional – causal</p> <p>DISEÑO: no experimental</p> <p>POBLACIÓN: 40 colaboradores</p> <p>MUESTRA: 40 colaboradores</p> <p>TÉCNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>

Anexo 3: Cuestionario a los colaboradores

CUESTIONARIO

Objetivo general. Determinar la relación de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.

INSTRUCCIONES: En este cuestionario se desea saber su opinión acerca de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo según las siguientes opciones:

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

Ítems	Preguntas	Valoración				
		5	4	3	2	1
VARIBALE 1: GESTION DEL SERVICIO AL CLIENTE						
Dimensión 1: Flexibilidad del servicio						
1	¿Cree usted que el servicio que brindan sus compañeros es amable para los clientes?					
2	¿Recibe usted capacitación frecuente de la empresa en base al trato amable hacia los clientes?					
3	¿Considera usted que se realiza una atención personalizada como parte de la flexibilidad en el servicio?					
4	¿Considera usted que se realiza una atención personalizada en el tiempo establecido?					
5	¿Cree usted, que el servicio que brindan los colaboradores es dirigida hacia una atención personalizada?					
Dimensión 2: Respuesta oportuna						
6	¿Considera usted que sus compañeros como trabajadores de la empresa ofrecen una atención inmediata?					
7	¿Se siente usted totalmente capacitado por la empresa para desarrollar una atención inmediata a los clientes?					
8	¿Ante la demanda de clientes se les está dando una atención inmediata?					
Dimensión 3: Claridad de la Información						
9	¿Maneja usted información precisa para dar solución a los problemas de los equipos?					

10	¿La empresa le brinda a usted información precisa sobre los productos para que estas sean transmitidas a los clientes?						
VARIABLE 2: PROCESO ADMINISTRATIVO							
Dimensión 1: Planeación							
11	¿Las actividades que realiza la empresa van de acuerdo a su misión?						
12	¿Comprende la misión con claridad de su empresa?						
13	¿Se sienten comprometidos para alcanzar la visión de la empresa?						
14	¿Me siento parte de la empresa y estoy comprometido con la visión para lograr los objetivos y metas trazadas?						
Dimensión 2: Organización							
15	¿La estructura de la empresa es atractiva y moderna?						
16	¿Encuentra comodidad en las instalaciones y espacios de la empresa?						
Dimensión 3: Dirección							
17	¿Considera si en la empresa existe liderazgo en la toma de decisiones?						
18	¿El liderazgo organizacional se dirige hacia la capacitación continua de los colaboradores?						
Dimensión 4: Control							
19	¿Las condiciones laborales son eficaces para lograr los objetivos?						
20	¿La empresa brinda los recursos necesarios para cumplir eficientemente los procesos administrativos?						

Anexo 4: Matriz de validación del instrumento por juicio de expertos

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE Y PROCESO ADMINISTRATIVO

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro - 2021. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE GESTIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE

Definición de la variable: **Gestión del servicio al cliente**

Solano, (2017) sostiene que el servicio al cliente es un conjunto de actividades que realizan las empresas para poder satisfacer las necesidades de los clientes que son: flexibilidad del servicio, respuesta oportuna y claridad de la información (pág. 8).

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Flexibilidad del servicio	Amabilidad	¿Cree usted que el servicio que brindan sus compañeros es amable para los clientes?	1	1	1	1	
		¿Recibe usted capacitación frecuente de la empresa en base al trato amable hacia los clientes?	1	1	1	1	
	Atención personalizada	¿Considera usted que se realiza una atención personalizada como parte de la flexibilidad en el servicio?	1	1	1	1	
		¿Considera usted que se realiza una atención personalizada en el tiempo establecido?	1	1	1	1	
		¿Cree usted, que el servicio que brindan los colaboradores es dirigida hacia una atención personalizada?	1	1	1	1	
Respuesta oportuna	Atención inmediata	¿Considera usted que sus compañeros como trabajadores de la empresa ofrecen una atención inmediata?	1	1	1	1	
		¿Se siente usted totalmente capacitado por la empresa para desarrollar una atención inmediata a los clientes?	1	1	1	1	
		¿Ante la demanda de clientes se les está dando una atención inmediata?	1	1	1	1	
Claridad de la información	Información precisa	¿Maneja usted información precisa para dar solución a los problemas de los equipos?	1	1	1	1	
		¿La empresa le brinda a usted información precisa sobre los productos para que estas sean transmitidas a los clientes?	1	1	1	1	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE PROCESO ADMINISTRATIVO

Definición de la variable: **Proceso administrativo**

Según Blandez, (2016) considera que el proceso administrativo es la organización de actividades para el logro de los objetivos y metas de una empresa. Por lo que, se deben cumplir las cuatro funciones vitales de la administración que son: la planeación, organización, dirección y control (pág. 7).

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Planeación	Misión	¿Las actividades que realiza la empresa van de acuerdo a su misión?	1	1	1	1	
		¿Comprende la misión con claridad de su empresa?	1	1	1	1	
	Visión	¿Se sienten comprometidos para alcanzar la visión de la empresa?	1	1	1	1	
		¿Me siento parte de la empresa y estoy comprometido con la visión para lograr los objetivos y metas trazadas?	1	1	1	1	
Organización	Estructura	¿La estructura de la empresa es atractiva y moderna?	1	1	1	1	
		¿Encuentra comodidad en las instalaciones y espacios de la empresa?	1	1	1	1	
Dirección	Liderazgo	¿Considera si en la empresa existe liderazgo en la toma de decisiones?	1	1	1	1	
		¿El liderazgo organizacional se dirige hacia la capacitación continua de los colaboradores?	1	1	1	1	
Control	Eficacia	¿Las condiciones laborales son eficaces para lograr los objetivos?	1	1	1	1	
	Eficiencia	¿La empresa brinda los recursos necesarios para cumplir eficientemente los procesos administrativos?	1	1	1	1	

Cuestionario para la variable Gestión del servicio al cliente

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:

Siempre (S)	Casi siempre (CS)	A veces (A)	Casi nunca (CN)	Nunca (N)
5	4	3	2	1

Enunciado	S	CS	A	CN	N
Dimensión 1: Flexibilidad del servicio	5	4	3	2	1
¿Cree usted que el servicio que brindan sus compañeros es amable para los clientes?					
¿Recibe usted capacitación frecuente de la empresa en base al trato amable hacia los clientes?					
¿Considera usted que se realiza una atención personalizada como parte de la flexibilidad en el servicio?					
¿Considera usted que se realiza una atención personalizada en el tiempo establecido?					
¿Cree usted, que el servicio que brindan los colaboradores es dirigida hacia una atención personalizada?					
Dimensión 2: Respuesta oportuna					
¿Considera usted que sus compañeros como trabajadores de la empresa ofrecen una atención inmediata?					
¿Se siente usted totalmente capacitado por la empresa para desarrollar una atención inmediata a los clientes?					
¿Ante la demanda de clientes se les está dando una atención inmediata?					
Dimensión 3: Claridad de la información					
¿Maneja usted información precisa para dar solución a los problemas de los equipos?					
¿La empresa le brinda a usted información precisa sobre los productos para que estas sean transmitidas a los clientes?					

Cuestionario para la variable Proceso administrativo

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:

Siempre (S)	Casi siempre (CS)	A veces (A)	Casi nunca (CN)	Nunca (N)
5	4	3	2	1

Enunciado	S	CS	A	CN	N
Dimensión 1: Planeación	5	4	3	2	1
¿Las actividades que realiza la empresa van de acuerdo a sumisión?					
¿Comprende la misión con claridad de su empresa?					
¿Se sienten comprometidos para alcanzar la visión de la empresa?					
¿Me siento parte de la empresa y estoy comprometido con la visión para lograr los objetivos y metas trazadas?					
Dimensión 2: Organización					
¿La estructura de la empresa es atractiva y moderna?					
¿Encuentra comodidad en las instalaciones y espacios de la empresa?					
Dimensión 3: Dirección					
¿Considera si en la empresa existe liderazgo en la toma de decisiones?					
¿El liderazgo organizacional se dirige hacia la capacitación continua de los colaboradores?					
Dimensión 3: Control					
¿Las condiciones laborales son eficaces para lograr los objetivos?					
¿La empresa brinda los recursos necesarios para cumplir eficientemente los procesos administrativos?					

¡Muchas gracias por su participación!

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Determinar la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.
Nombres y apellidos del experto	Fanny Esperanza Zavala Alfaro
Documento de identidad	07356295
Años de experiencia en el área	13 años
Máximo Grado Académico	Doctora
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad César Vallejo
Cargo	Docente
Número telefónico	950942945
Firma	 Es aplicable
Fecha	20 /09/ 2021

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Determinar la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.
Nombres y apellidos del experto	Luzmila Gabriela Maurtua Gurmendi
Documento de identidad	07379211
Años de experiencia en el área	3 años
Máximo Grado Académico	Magister
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad Cesar Vallejo
Cargo	Asesor de Tesis
Número telefónico	987243929
Firma	 Es aplicable
Fecha	21 /09/ 2021

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Determinar la influencia de la gestión del servicio al cliente en el proceso administrativo en empresas de mantenimiento de equipos de cómputo, San Isidro – 2021.
Nombres y apellidos del experto	Ediht G. Rosales Domínguez
Documento de identidad	25703679
Años de experiencia en el área	15 años
Máximo Grado Académico	Doctora en ciencias administrativas (UNMSM)
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad César vallejo
Cargo	Docente
Número telefónico	955866716
Firma	 Es aplicable
Fecha	21 /09/ 2021

Anexo 5: Base de datos de los resultados de las encuestas

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Total
E1	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	90
E2	5	3	5	5	4	3	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	82
E3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
E4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
E5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	93
E6	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	94
E7	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	84
E8	3	3	5	3	2	5	4	3	5	3	5	4	5	5	4	3	5	3	5	3	78
E9	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
E10	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	87
E11	5	4	3	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
E12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	3	3	5	3	89
E13	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	89
E14	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
E15	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	92
E16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
E17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	99
E18	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
E19	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
E20	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	85
E21	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	95
E22	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	88
E23	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	87
E24	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	98
E25	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	94
E26	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96
E27	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	95
E28	5	3	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	81
E29	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	93
E30	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	93
E31	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	87
E32	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	92
E33	4	3	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	88
E34	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	89
E35	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	93
E36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
E37	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
E38	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	85
E39	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
E40	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	78

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6: Estadística de Fiabilidad realizado con el programa SPSS

	 P1	 P2	 P3	 P4	 P5	 P6	 P7	 P8	 P9	 P10	 P11	 P12	 P13	 P14	 P15	 P16	 P17	 P18	 P19	 P20
1	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4
2	5	3	5	5	4	3	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
6	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
7	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4
8	3	3	5	3	2	5	4	3	5	3	5	4	5	5	4	3	5	3	5	3
9	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
11	5	4	3	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	3	3	5	3
13	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
14	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
18	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7: Tablas y figuras para cada una de las preguntas encuestadas

Tabla 27

P1. ¿Cree usted que el servicio que brindan sus compañeros es amable para los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	2	5,0	5,0	5,0
Casi siempre	11	27,5	27,5	32,5
Siempre	27	67,5	67,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

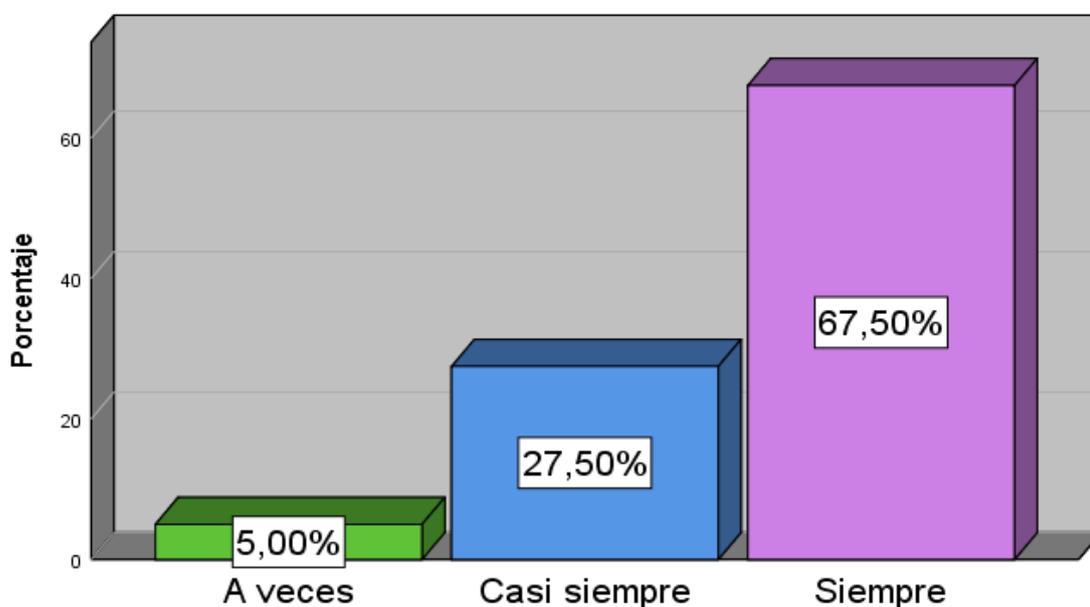


Figura 10. Porcentaje de la pregunta 1 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 27 y la figura 10, sobre la pregunta ¿Cree usted que el servicio que brindan sus compañeros es amable para los clientes?; se encontró que el 67.50% (27) respondieron que siempre brindan un servicio amable, mientras que el 27.50% (11) indican que casi siempre, así mismo el 5% (2) marcaron que a veces brindan un servicio amable.

Tabla 28

P2. ¿Recibe usted capacitación frecuente de la empresa en base al trato amable hacia los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	15	37,5	37,5	62,5
	Siempre	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

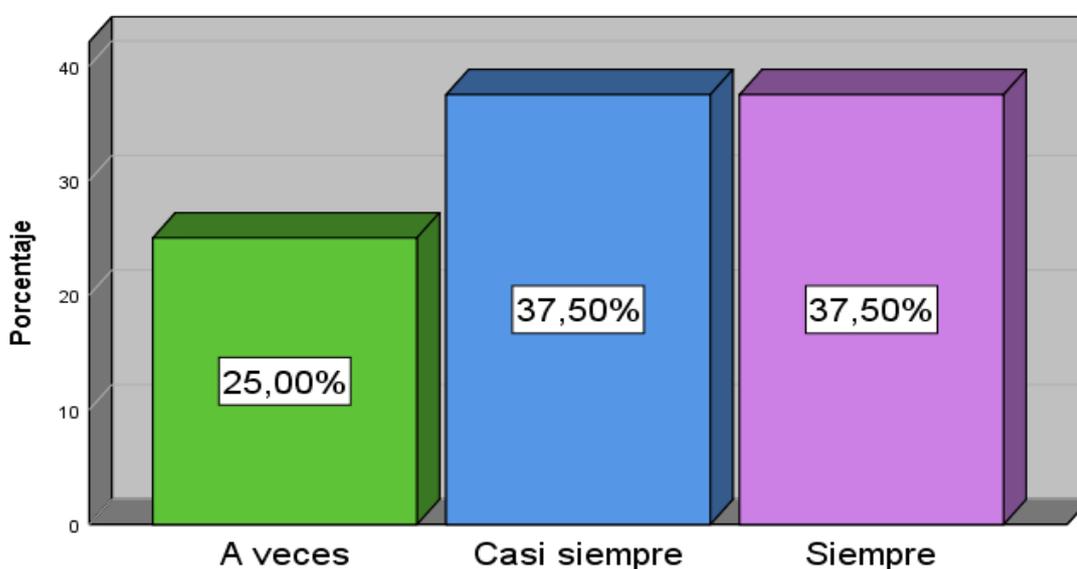


Figura 11. Porcentaje de la pregunta 2 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 28 y la figura 11, sobre la pregunta ¿Recibe usted capacitación frecuente de la empresa en base al trato amable hacia los clientes?; se encontró que el 37.50% (15) respondieron que siempre reciben capacitaciones, del mismo modo el 37.50% (15) indican que casi siempre, así mismo el 25% (10) marcaron que a veces reciben capacitaciones.

Tabla 169

P3. ¿Considera usted que se realiza una atención personalizada como parte de la flexibilidad en el servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	3	7,5	7,5	7,5
Casi siempre	16	40,0	40,0	47,5
Siempre	21	52,5	52,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

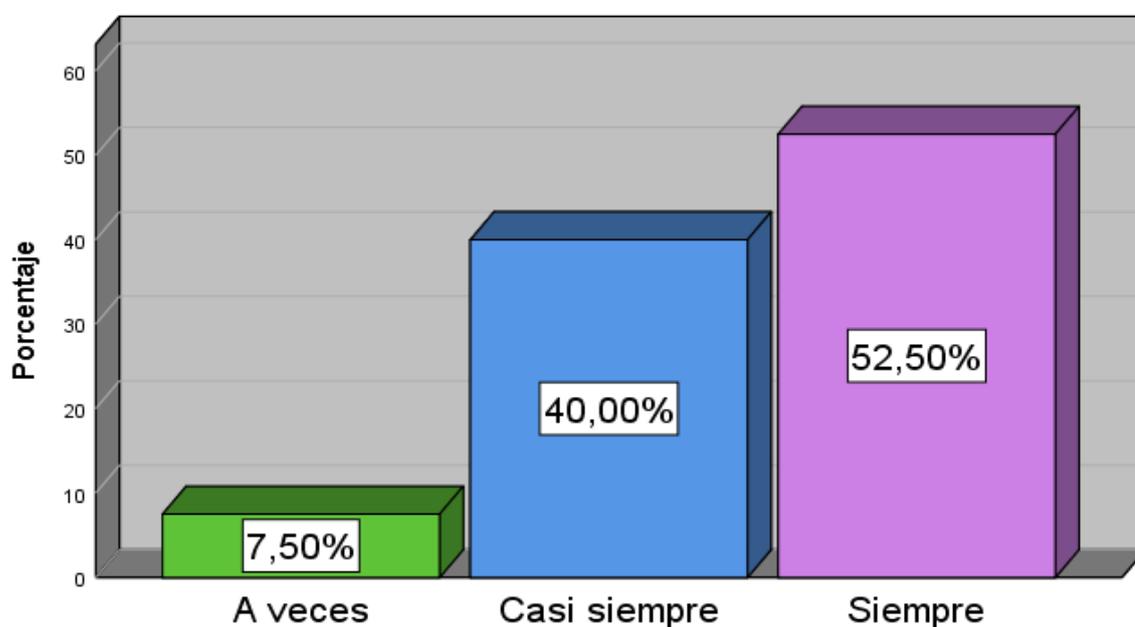


Figura 12. Porcentaje de la pregunta 3 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 29 y la figura 12, sobre la pregunta ¿Considera usted que se realiza una atención personalizada como parte de la flexibilidad en el servicio?; se encontró que el 52.50% (21) respondieron que siempre dan una atención personalizada, así mismo el 40% (16) indican que casi siempre, mientras que el 7.50% (3) marcaron que a veces brindan una atención personalizada.

Tabla 30

P4. ¿Considera usted que se realiza una atención personalizada en el tiempo establecido?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	3	7,5	7,5	7,5
	Casi siempre	17	42,5	42,5	50,0
	Siempre	20	50,0	50,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

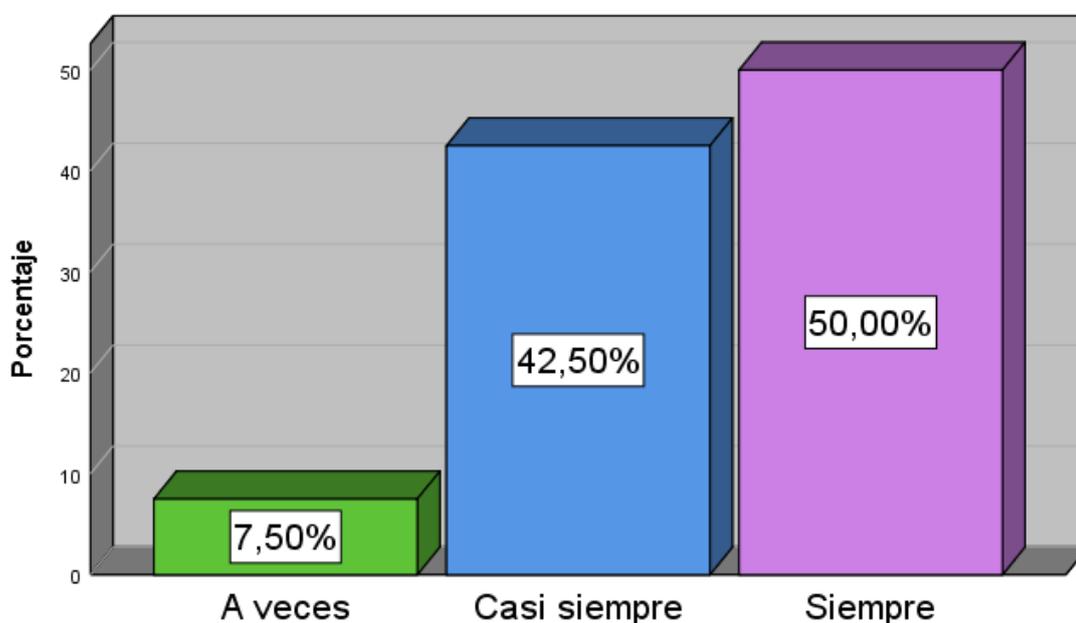


Figura 13. Porcentaje de la pregunta 4 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 30 y la figura 13, sobre la pregunta ¿Considera usted que se realiza una atención personalizada en el tiempo establecido?; se encontró que el 50% (20) respondieron que siempre dan una atención en el tiempo establecido, así mismo el 42.50% (17) indican que casi siempre, mientras que el 7.50% (3) marcaron que a veces brindan una atención a su debido tiempo.

Tabla 31

P5. ¿Cree usted, que el servicio que brindan los colaboradores es dirigida hacia una atención personalizada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,5	2,5	2,5
	A veces	3	7,5	7,5	10,0
	Casi siempre	14	35,0	35,0	45,0
	Siempre	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

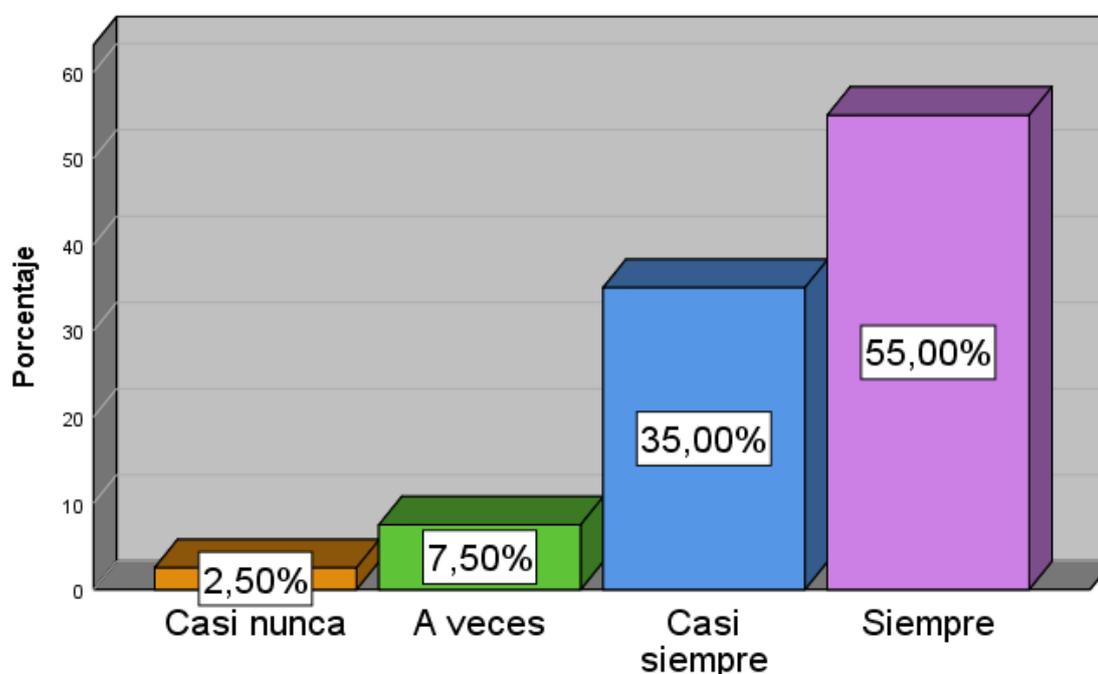


Figura 14. Porcentaje de la pregunta 5 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 31 y la figura 14, sobre la pregunta ¿Cree usted, que el servicio que brindan los colaboradores es dirigida hacia una atención personalizada?; se encontró que el 55% (22) respondieron que siempre, así mismo el 35% (14) indican que casi siempre, mientras que el 7.50% (3)

marcaron que a veces y el 2.50% (1) indican que casi nunca la atención es personalizada de parte de colaboradores.

Tabla 32

P6. ¿Considera usted que sus compañeros como trabajadores de la empresa ofrecen una atención inmediata?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	3	7,5	7,5	7,5
Casi siempre	16	40,0	40,0	47,5
Siempre	21	52,5	52,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

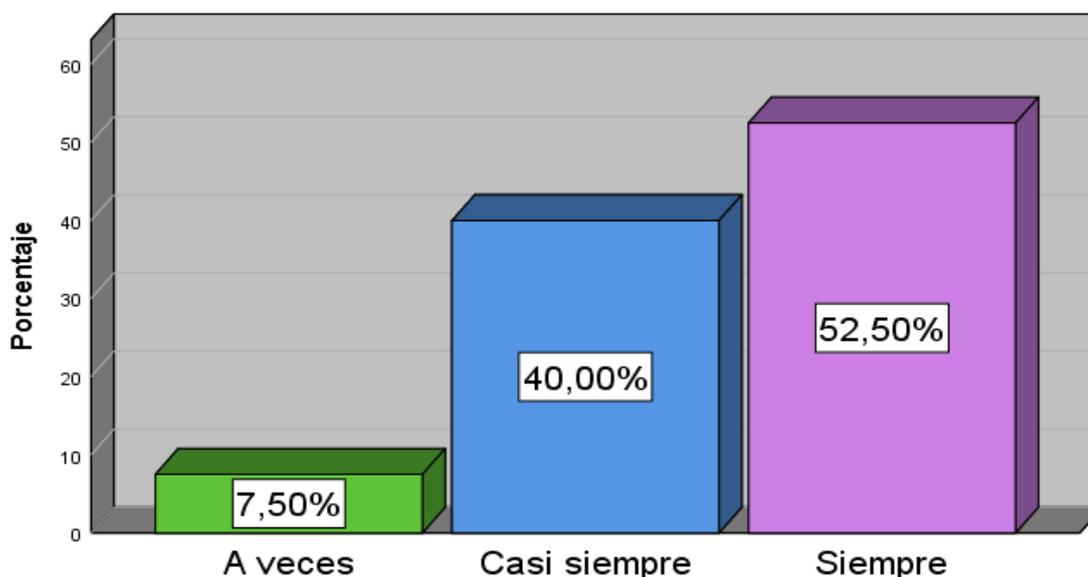


Figura 15. Porcentaje de la pregunta 6 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 32 y la figura 15, sobre la pregunta ¿Considera usted que sus compañeros como trabajadores de la empresa ofrecen una atención inmediata?; se encontró que el 52,50% (21) respondieron que siempre dan una atención inmediata, así mismo el 40% (16) indican que casi siempre, mientras que el 7.50% (3) marcaron que a veces brindan una atención inmediata.

Tabla 33

P7. ¿Se siente usted totalmente capacitado por la empresa para desarrollar una atención inmediata a los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi siempre	16	40,0	40,0	42,5
	Siempre	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

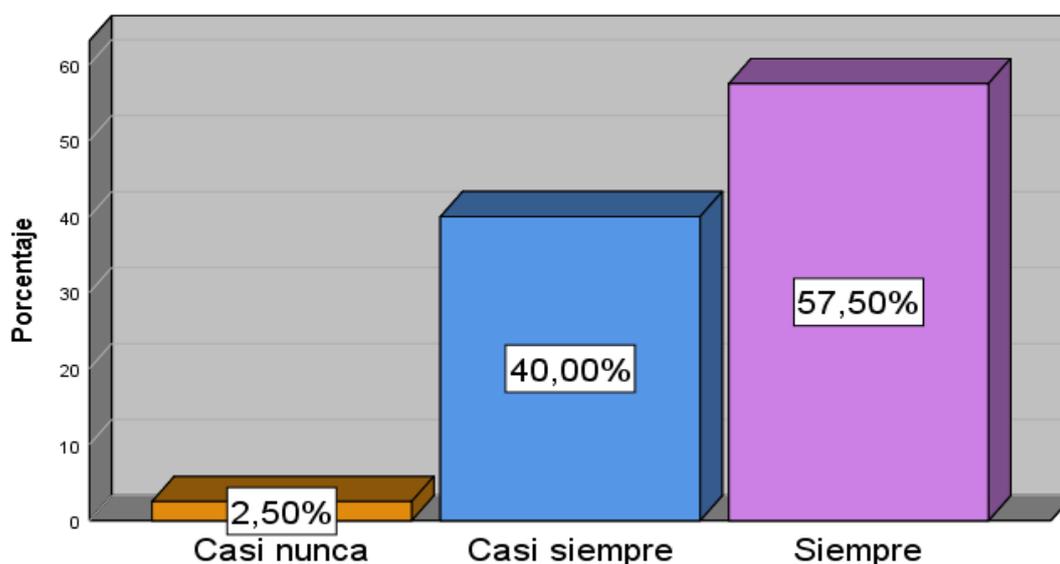


Figura 16. Porcentaje de la pregunta 7 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 33 y la figura 16, sobre la pregunta ¿Se siente usted totalmente capacitado por la empresa para desarrollar una atención inmediata a los clientes?; se encontró que el 57,50% (23) respondieron que siempre, así mismo el 40% (16) indican que casi siempre, mientras que el 2.50% (1) marcaron que a veces.

Tabla 34

P8. ¿Ante la demanda de clientes se les está dando una atención inmediata?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	1	2,5	2,5	2,5
Casi siempre	25	62,5	62,5	65,0
Siempre	14	35,0	35,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

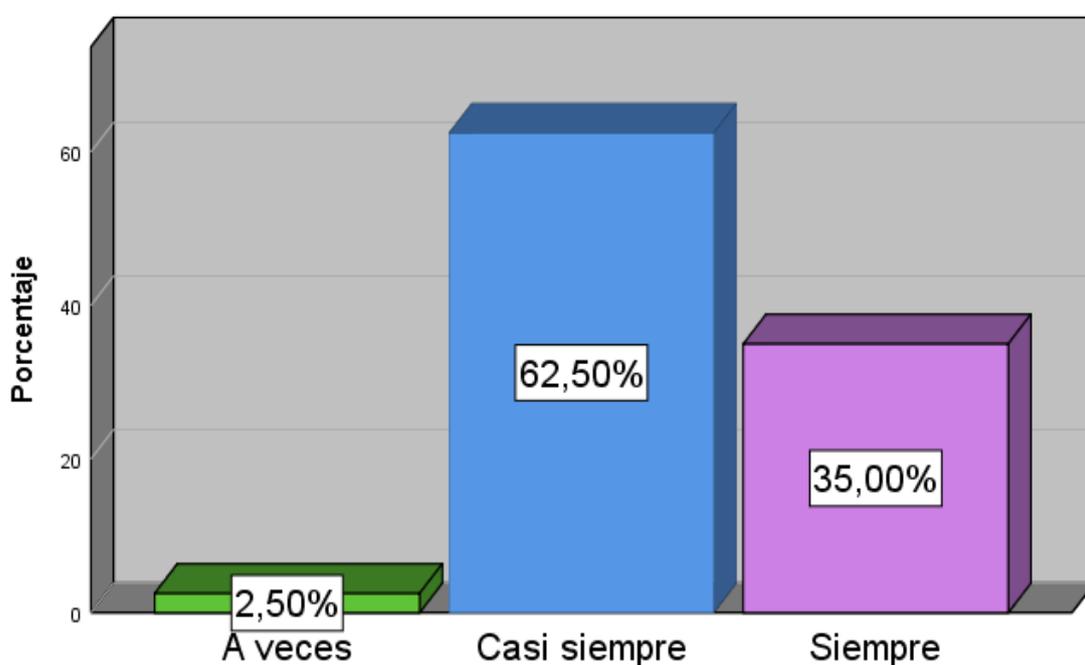


Figura 17. Porcentaje de la pregunta 8 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 34 y la figura 17, sobre la pregunta ¿Ante la demanda de clientes se les está dando una atención inmediata?; se encontró que el 62.50% (25) respondieron que casi siempre, así mismo el 35% (14) indican que siempre, mientras que el 2.50% (1) marcaron que a veces.

Tabla 35

P9. ¿Maneja usted información precisa para dar solución a los problemas de los equipos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	1	2,5	2,5	2,5
Casi siempre	19	47,5	47,5	50,0
Siempre	20	50,0	50,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

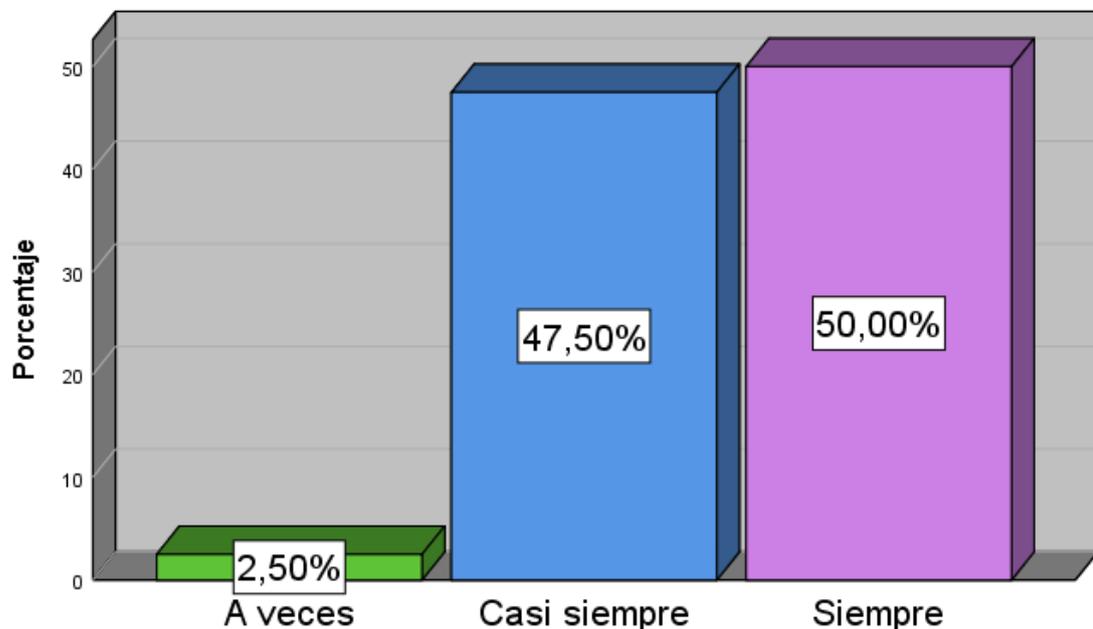


Figura 18. Porcentaje de la pregunta 9 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 35 y la figura 18, sobre la pregunta ¿Maneja usted información precisa para dar solución a los problemas de los equipos?; se encontró que el 50% (20) respondieron que siempre, así mismo el 47.50% (19) indican que casi siempre, mientras que el 2.50% (1) marcaron que a veces.

Tabla 36

P10. ¿La empresa le brinda a usted información precisa sobre los productos para que estas sean transmitidas a los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	2,5	2,5	2,5
A veces	5	12,5	12,5	15,0
Casi siempre	14	35,0	35,0	50,0
Siempre	20	50,0	50,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

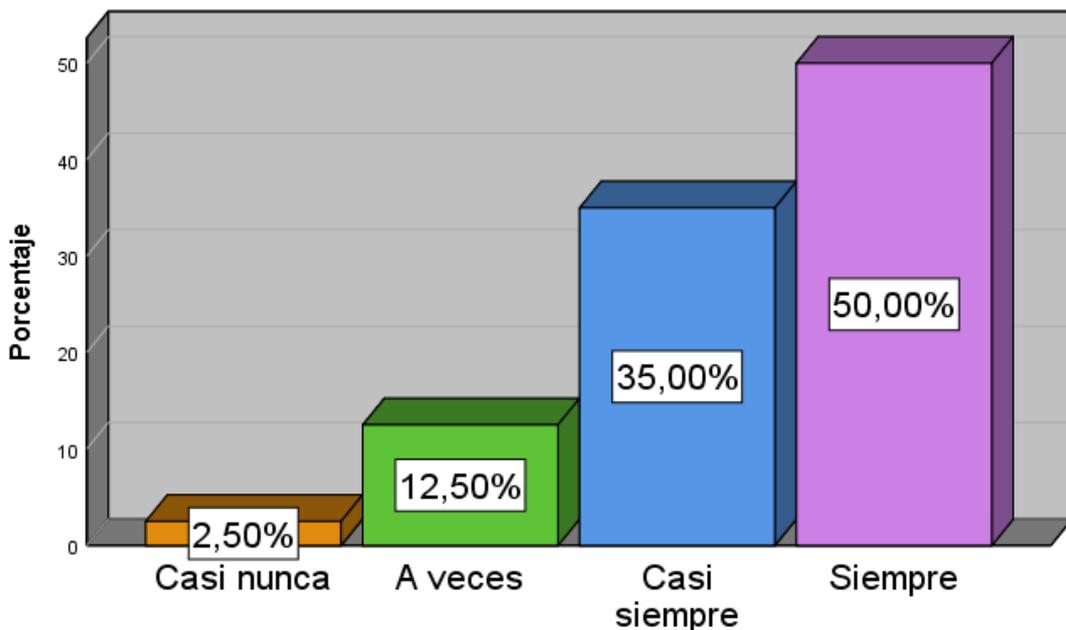


Figura 19. Porcentaje de la pregunta 10 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 36 y la figura 19, sobre la pregunta ¿La empresa le brinda a usted información precisa sobre los productos para que estas sean transmitidas a los clientes?; se encontró que el 50% (20) respondieron que siempre, así mismo el 35% (14) indican que casi siempre, mientras que el 12.50% (5) marcaron que a veces y el 2.50%(1) casi nunca.

Tabla 37

P11. ¿Las actividades que realiza la empresa van de acuerdo a su misión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	13	32,5	32,5	32,5
	Siempre	27	67,5	67,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

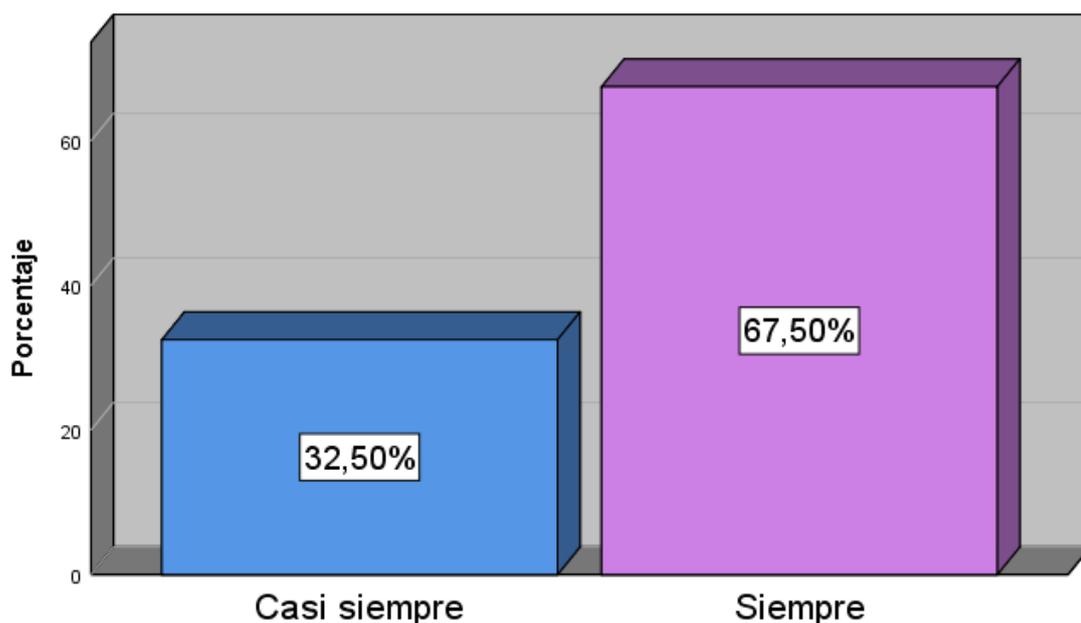


Figura 20. Porcentaje de la pregunta 11 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 37 y la figura 20, sobre la pregunta ¿Las actividades que realiza la empresa van de acuerdo a su misión?; se encontró que el 67.50% (27) respondieron que siempre, así mismo el 32.50% (13) indican que casi siempre.

Tabla 38

P12. ¿Comprende la misión con claridad de su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	1	2,5	2,5	2,5
Casi siempre	15	37,5	37,5	40,0
Siempre	24	60,0	60,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

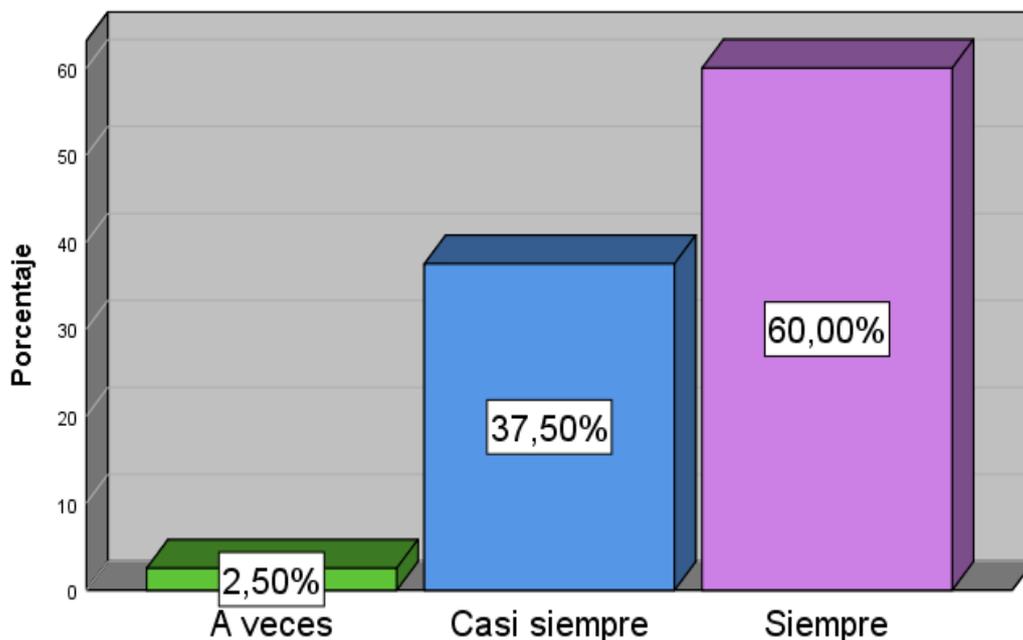


Figura 21. Porcentaje de la pregunta 12 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 38 y la figura 21, sobre la pregunta ¿Comprende la misión con claridad de su empresa?; se encontró que el 60% (24) respondieron que siempre, así mismo el 37.50% (15) indican que casi siempre, de tal manera el 2.50% (1) indico que a veces.

Tabla 3917

P13. ¿Se sienten comprometidos para alcanzar la visión de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	10	25,0	25,0	25,0
	Siempre	30	75,0	75,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

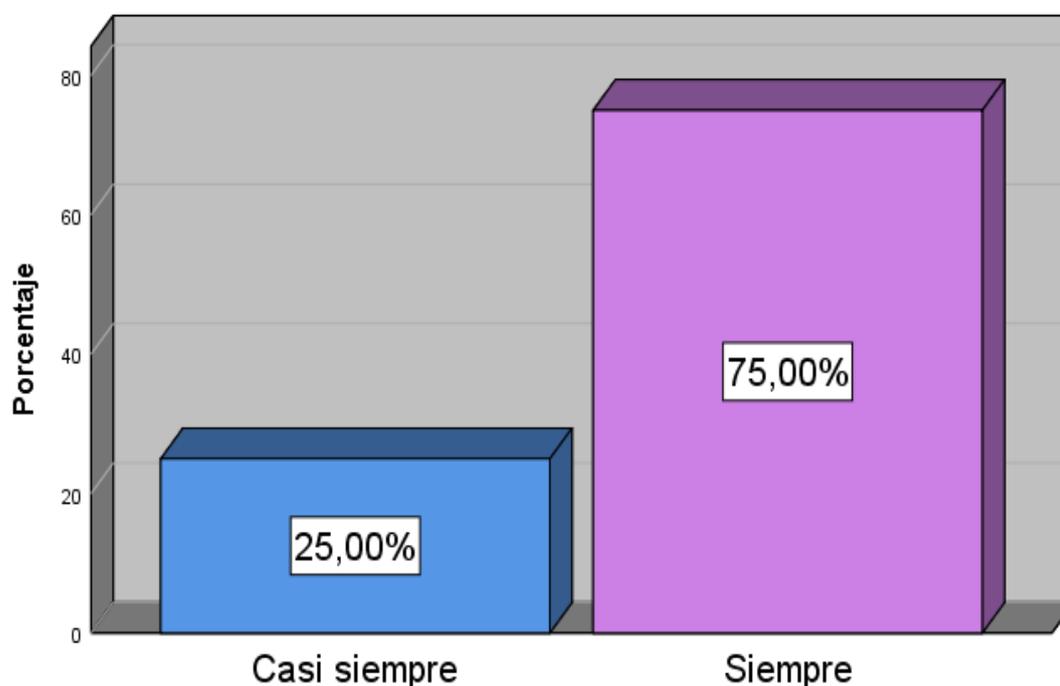


Figura 22. Porcentaje de la pregunta 13 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 39 y la figura 22, sobre la pregunta ¿Se sienten comprometidos para alcanzar la visión de la empresa?; se encontró que el 75% (30) respondieron que siempre, así mismo el 25% (10) indican que casi siempre.

Tabla 40

P14. ¿Me siento parte de la empresa y estoy comprometido con la visión para lograr los objetivos y metas trazadas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	6	15,0	15,0	15,0
	Siempre	34	85,0	85,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

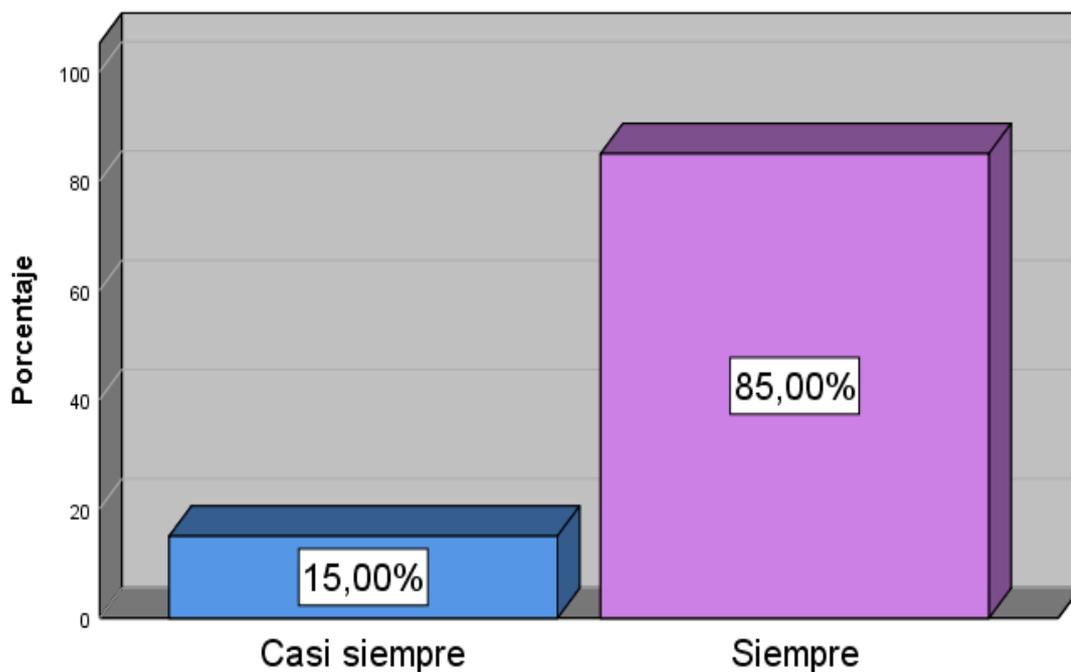


Figura 23. Porcentaje de la pregunta 14 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 40 y la figura 23, sobre la pregunta ¿Me siento parte de la empresa y estoy comprometido con la visión para lograr los objetivos y metas trazadas?; se encontró que el 85% (34) respondieron que siempre, así mismo el 15% (6) indican que casi siempre.

Tabla 41

P15. ¿La estructura de la empresa es atractiva y moderna?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	2	5,0	5,0	5,0
Casi siempre	21	52,5	52,5	57,5
Siempre	17	42,5	42,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

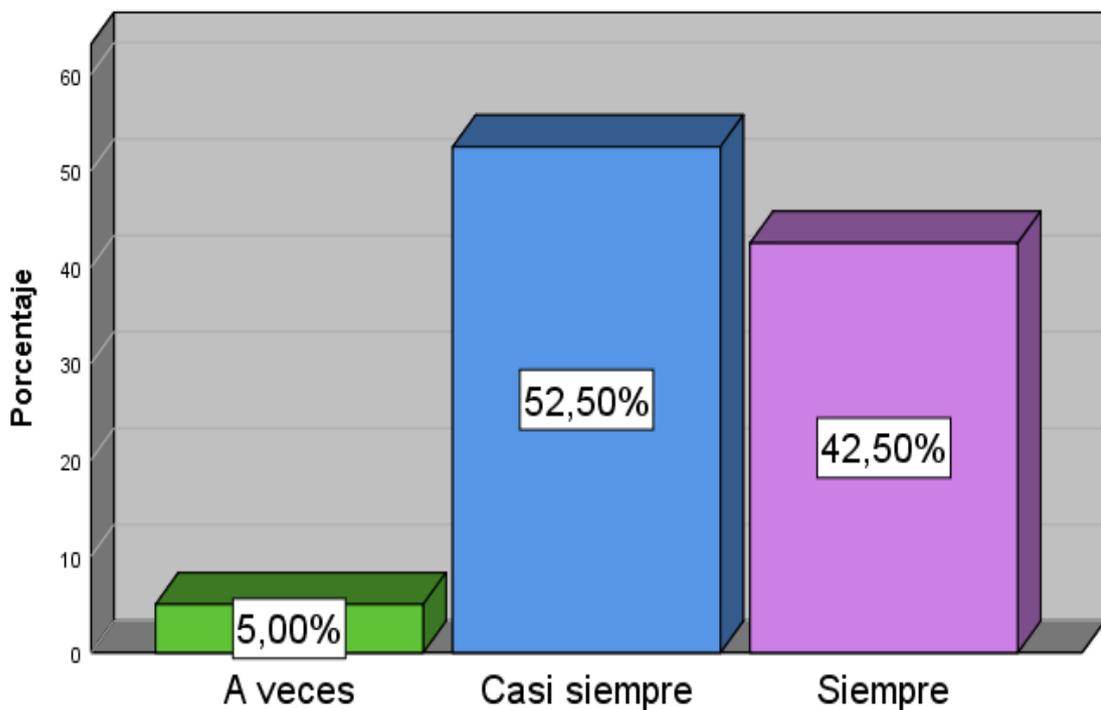


Figura 24. Porcentaje de la pregunta 15 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 41 y la figura 24, sobre la pregunta ¿La estructura de la empresa es atractiva y moderna?; se encontró que el 52.50% (21) respondieron que casi siempre, así mismo el 42.50% (17) indican que siempre y el 5% (2) marcaron que a veces.

Tabla 42

P16. ¿Encuentra comodidad en las instalaciones y espacios de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	4	10,0	10,0	10,0
Casi siempre	19	47,5	47,5	57,5
Siempre	17	42,5	42,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

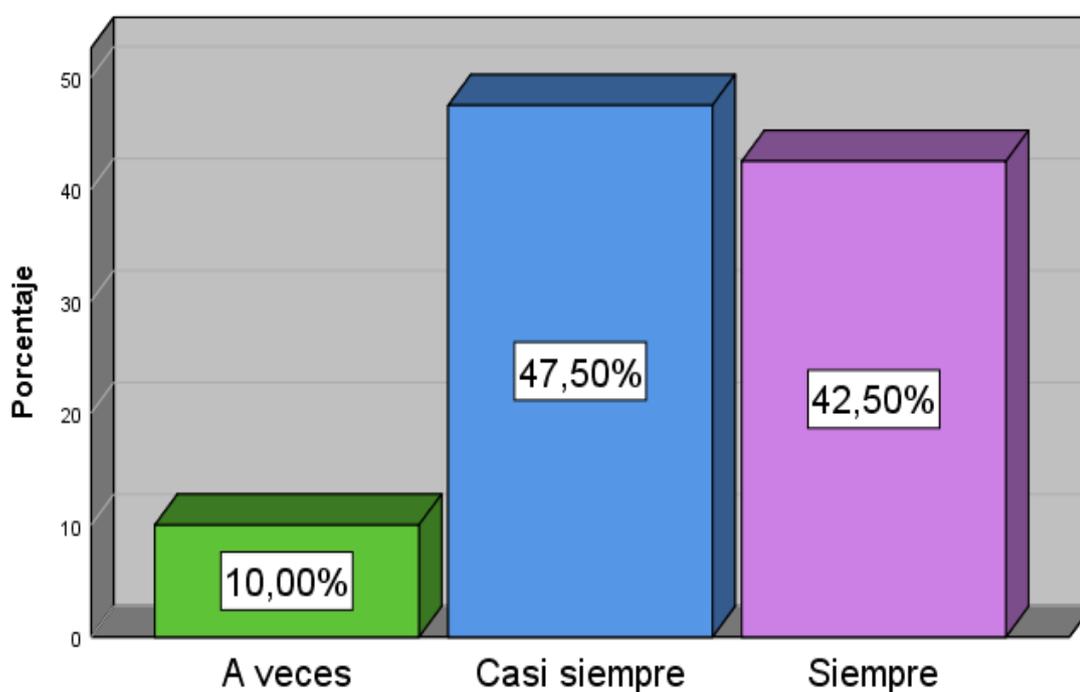


Figura 25. Porcentaje de la pregunta 16 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 42 y la figura 25, sobre la pregunta ¿Encuentra comodidad en las instalaciones y espacios de la empresa?; se encontró que el 47.50% (19) respondieron que casi siempre, así mismo el 42.50% (17) indican que siempre y el 10%(4) marcaron que a veces.

Tabla 4318

P17. ¿Considera si en la empresa existe liderazgo en la toma de decisiones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	2	5,0	5,0	5,0
Casi siempre	19	47,5	47,5	52,5
Siempre	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

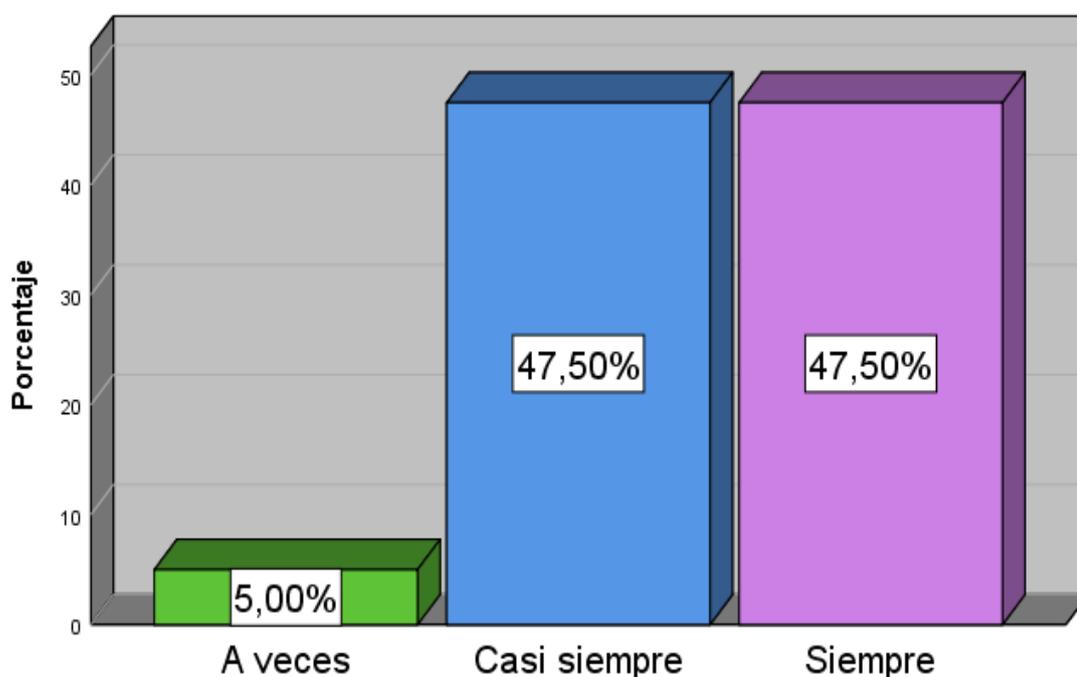


Figura 26. Porcentaje de la pregunta 17 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 43 y la figura 26, sobre la pregunta ¿Considera si en la empresa existe liderazgo en la toma de decisiones?; se encontró que el 47.50% (19) respondieron que casi siempre, así mismo el 47.50% (19) indican que siempre y el 5% (2) marcaron que a veces.

Tabla 44

P18. ¿El liderazgo organizacional se dirige hacia la capacitación continua de los colaboradores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	20	50,0	50,0	60,0
	Siempre	16	40,0	40,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

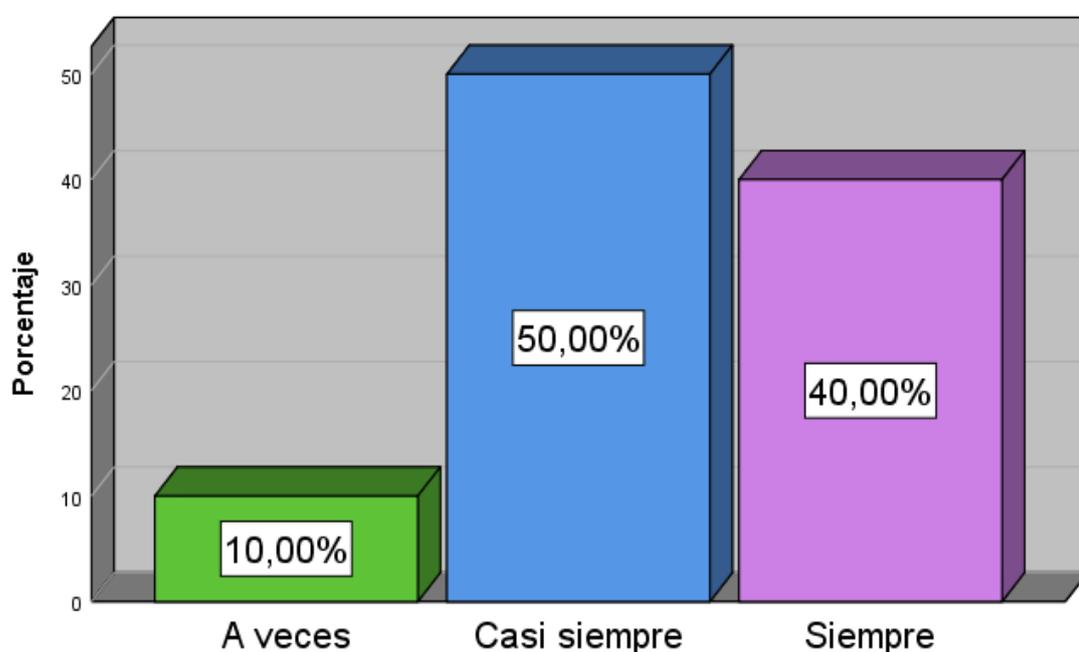


Figura 27. Porcentaje de la pregunta 18 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 44 y la figura 27, sobre la pregunta ¿El liderazgo organizacional se dirige hacia la capacitación continua de los colaboradores?; se encontró que el 50% (20) respondieron que casi siempre, así mismo el 40% (16) indican que siempre y el 10% (4) marcaron que a veces.

Tabla 45

P19. ¿Las condiciones laborales son eficaces para lograr los objetivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	2	5,0	5,0	5,0
Válido Casi siempre	17	42,5	42,5	47,5
Válido Siempre	21	52,5	52,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

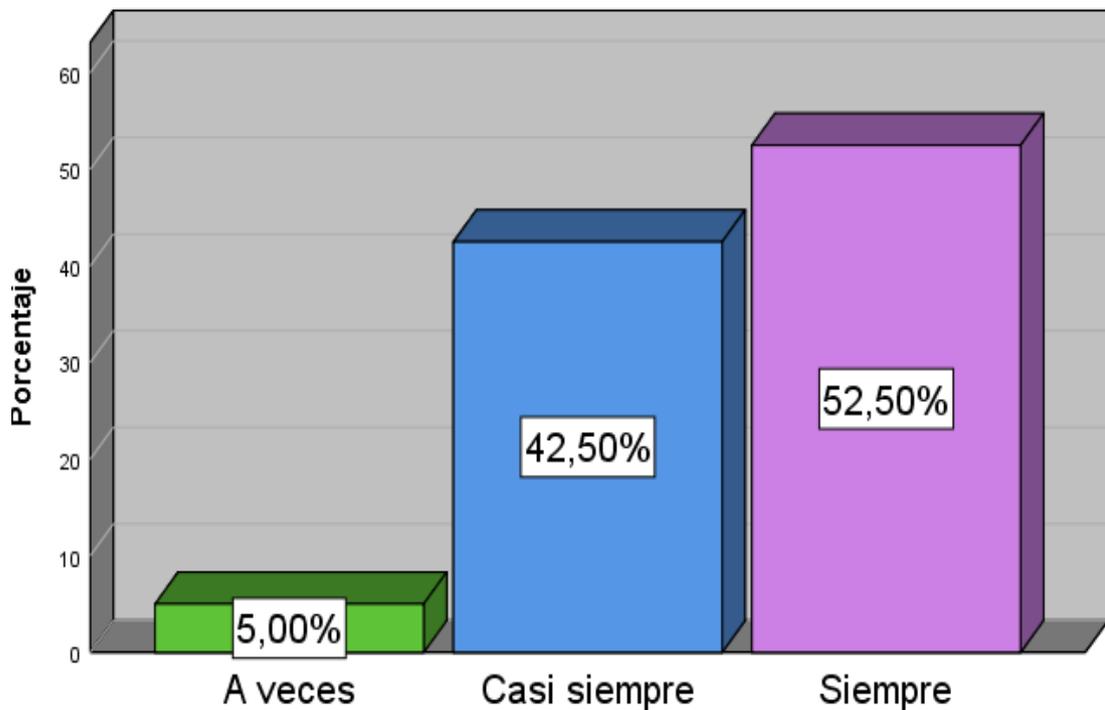


Figura 28. Porcentaje de la pregunta 19 encuestada

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 45 y la figura 28, sobre la pregunta ¿Las condiciones laborales son eficaces para lograr los objetivos?; se encontró que el 52.50% (21) respondieron que siempre, así mismo el 42.50% (17) indican que casi siempre y el 5% (2) marcaron que a veces.

Tabla 46

P20. ¿La empresa brinda los recursos necesarios para cumplir eficientemente los procesos administrativos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	2	5,0	5,0	5,0
Casi siempre	18	45,0	45,0	50,0
Siempre	20	50,0	50,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta en el SPSS 25

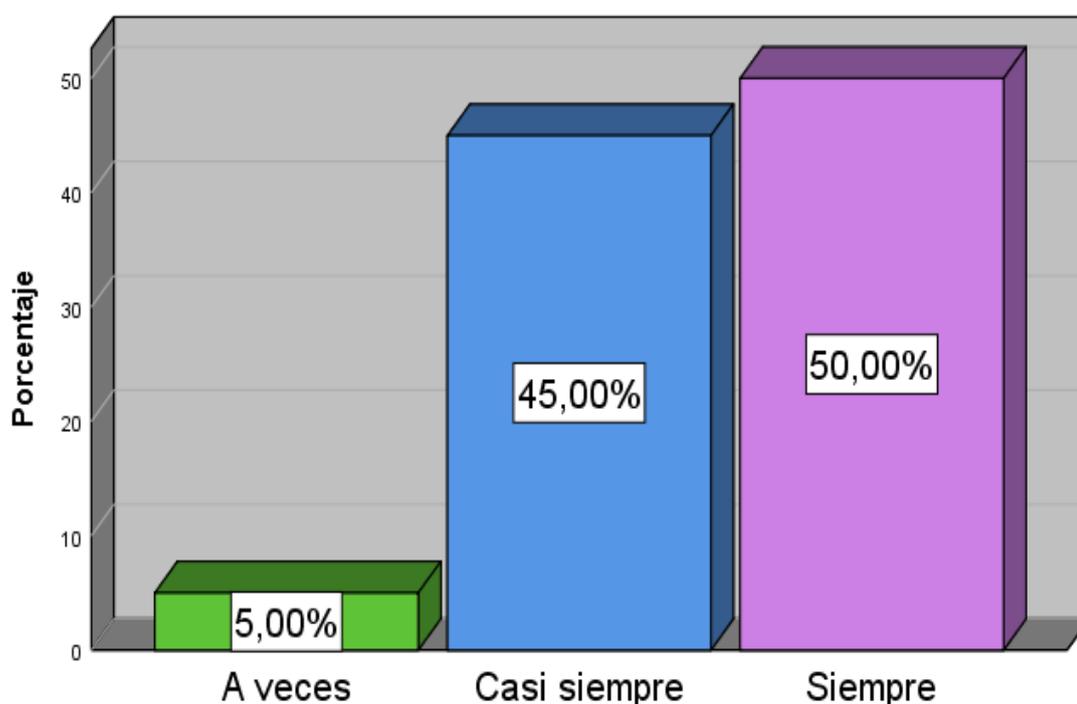


Figura 29. Porcentaje de la pregunta 20 encuestada

Fuente: Elaboración propia adaptada del SPSS 25

Interpretación: Según la tabla 46 y la figura 29, sobre la pregunta ¿La empresa brinda los recursos necesarios para cumplir eficientemente los procesos administrativos?; se encontró que el 50% (20) respondieron que siempre, así mismo el 45% (18) indican que casi siempre y el 5% (2) marcaron que a veces.