



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión administrativa y atención al cliente de la empresa

Creaweb Perú SAC, Lima, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORAS:

Rosales Castilla, Karina Jacqueline (ORCID: 0000-0001-7096-4874)

Utani Vásquez, Jessica Beatriz (ORCID: 0000-0001-8038-5753)

ASESOR:

Dr. Arce Álvarez, Edwin (ORCID: 0000-0003-3495-2950)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a mis padres, por su apoyo incondicional, por su comprensión, motivación y amor brindado durante esta etapa de investigación.

Karina

El presente trabajo va dedicado a mis padres por su apoyo incondicional y comprensión brindado durante esta etapa de investigación y hija mi mayor motivación.

Jessica

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme salud y fuerzas necesarias para cumplir con mi meta, a la Universidad César Vallejo y a nuestro asesor Dr. Edwin Arce Álvarez por compartir sus conocimientos y guiarnos con el proceso de la tesis.

Karina

Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi vida y mi camino a la Universidad César Vallejo y nuestro asesor Dr. Edwin Arce Álvarez por compartir sus conocimientos en el proceso de tesis.

Jessica

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	47
3.1. Tipo y diseño de investigación	47
3.2. Variables y operacionalización	49
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	50
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	52
3.5. Procedimientos	56
3.6. Método de análisis de datos	57
3.7. Aspectos éticos	58
IV. RESULTADOS	59
V. DISCUSIÓN	81
VI. CONCLUSIONES	88
VII. RECOMENDACIONES	90
REFERENCIAS	92
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Fuente poblacional de clientes diarios y planilla de sueldos</i>	51
Tabla 2. <i>Cuadro de validación por docentes de la universidad</i>	53
Tabla 3. <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	55
Tabla 4. <i>Baremo para el coeficiente Alfa Cronbach</i>	56
Tabla 5. <i>Gestión Administrativa (Agrupada)</i>	59
Tabla 6. <i>Atención al cliente (Agrupada)</i>	60
Tabla 7. <i>Documentos (Agrupada)</i>	61
Tabla 8. <i>Procesos (Agrupada)</i>	62
Tabla 9. <i>Eficacia (Agrupada)</i>	63
Tabla 10. <i>Seguridad (Agrupada)</i>	64
Tabla 11. <i>Producto(Agrupada)</i>	65
Tabla 12. <i>Servicio (Agrupada)</i>	66
Tabla 13. <i>Interacción (Agrupada)</i>	67
Tabla 14. <i>Satisfacción (Agrupada)</i>	68
Tabla 15. <i>Correlación de Gestión Administrativa y Atención Al Cliente</i>	69
Tabla 16. <i>Correlación de Documentos y Atención Al Cliente</i>	70
Tabla 17. <i>Correlación de Procesos y Atención Al Cliente</i>	71
Tabla 18. <i>Correlación de Eficacia y Atención Al Cliente</i>	72
Tabla 19. <i>Correlación de Seguridad y Atención Al Cliente</i>	73
Tabla 20. <i>Pruebas de normalidad</i>	74
Tabla 21. <i>Coeficiente de correlación por Rangos de Spearman</i>	75
Tabla 22. <i>Prueba de Hipótesis General</i>	76
Tabla 23. <i>Prueba de Hipótesis Específica N°1</i>	77
Tabla 24. <i>Prueba de Hipótesis Específica N°2</i>	78
Tabla 25. <i>Prueba de Hipótesis Específica N°3</i>	79
Tabla 26. <i>Prueba de Hipótesis Específica N°4</i>	80

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Gestión administrativa (Agrupada)</i>	59
Figura 2. <i>Atención al cliente (Agrupada)</i>	60
Figura 3. <i>Documentos (Agrupada)</i>	61
Figura 4. <i>Procesos (Agrupada)</i>	62
Figura 5. <i>Eficacia (Agrupada)</i>	63
Figura 6. <i>Seguridad (Agrupada)</i>	64
Figura 7. <i>Producto (Agrupada)</i>	65
Figura 8. <i>Servicio (Agrupada)</i>	66
Figura 9. <i>Interacción (Agrupada)</i>	67
Figura 10. <i>Satisfacción (Agrupada)</i>	68

Resumen

Con respecto a la investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la gestión administrativa y la atención al cliente de la empresa Creaweb Perú SAC, Lima, 2021, se consideró la investigación aplicada, el método que se utilizó fue descriptivo correlacional de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal. La población fue de 110 personas entre clientes y colaboradores de la empresa, el método utilizado ha sido censal y la técnica que se utilizó para la obtención de datos fue mediante la encuesta, el instrumento de recolección de datos se obtuvo del cuestionario, constó de 32 preguntas para cada variable, dando un total de 64 preguntas, con cinco alternativas de respuesta. Referente al Alfa de Cronbach tuvo un 0.975 de fiabilidad. Para establecer la relación de ambas variables se utilizó el programa estadístico SPSS 26 dando un $(Rho=0.424)$, según la prueba de coeficiente de correlación de Spearman indicó una correlación positiva moderada con una sig. bilateral 0.000. En conclusión, del resultado de las encuestas se dio a conocer que la gestión administrativa se correlaciona positivamente con la atención al cliente de la empresa Creaweb Perú SAC, 2021.

Palabras Clave: Gestión administrativa, atención al cliente y procesos.

Abstract

Regarding the research, the main objective was to determine the relationship between administrative management and customer service of the company Creaweb Perú SAC, Lima, 2021, applied research was considered, the method used was descriptive correlational quantitative approach, non-experimental and cross-sectional design. The population was 110 people between clients and collaborators of the company, the method used has been census and the technique used to obtain data was through the survey, the data collection instrument was obtained from the questionnaire, it consisted of 32 questions for each variable, giving a total of 64 questions, with five alternative answers. Regarding Cronbach's Alpha, it had a reliability of 0.975. To establish the relationship between both variables, the SPSS 26 statistical program was used, giving a ($Rho=0.424$), according to the Spearman correlation coefficient test, it indicated a moderate positive correlation with a sig. two-sided 0.000. In conclusion, from the results of the surveys, it was revealed that the administrative management is positively correlated with the customer service of the company Creaweb Perú SAC, 2021.

Keywords: Administrative management, customer service and processes.

I. INTRODUCCIÓN

En lo concerniente al nivel internacional se tiene con respecto al ámbito internacional la gestión administrativa exige innovación de procesos administrativos, con tecnología sistematizada pues el desarrollo empresarial en el mundo se logra con competitividad de todos los factores que utiliza la unidad económica. En consecuencia, es muy importante la gestión administrativa porque ayuda a desarrollar de manera eficiente y oportuna el buen manejo de recursos humanos, ya que los colaboradores son el elemento fundamental para optimizar la elaboración, venta de mercancías y prestación de servicios; lo cual exige mejoras y competitividad para lograr rentabilidad de los negocios, por ende, es necesaria la aplicación de herramientas de mejoramiento continuo en la gestión administrativa.

En este mismo orden, se desarrolla planes de negocios para mantenerse en el mercado, de modo que sirva para establecer las ventas de las empresas de bienes, inversión y rentabilidad, conforme lo sostiene Ramirez Casco, Ramirez Garrido, & Calderón Morán, (2017: p.1,3,8).

Con referencia a lo anterior, la gestión administrativa es poner en práctica cada procedimiento de la Administración como es la planificación en la ejecución de actividades, a través de la organización de requerimientos de los clientes, con la finalidad de coordinar, dirigir y controlar cada actividad de la empresa para tomar decisiones óptimas de manera oportuna cumpliendo así con los objetivos preestablecidos por la compañía, según lo expuesto por Ramirez Casco, Ramirez Garrido, & Calderón Morán, (2017: p.1,3,8).

En cuanto a la atención al cliente en Ecuador no existe una cultura de servir a los usuarios, pues esto comprende desde la atención hasta el servicio después de la venta. Para algunas compañías aún tienen la ideología que les están haciendo un favor a los clientes por ofrecer sus servicios, y no se preocupan por mejorar e innovar para garantizar su fidelización, trayendo a la larga poca competencia y quiebra de la empresa, conforme lo planteado por González Soriano, Cabrera Jara, & Piguave Gordillo, (2017: p.17).

En lo que corresponde al nivel nacional se tiene actualmente en el entorno nacional la gestión administrativa de las instituciones y organizaciones tiene gran importancia. Así mismo contribuye la tecnología de la información porque brinda

mejoras en el desarrollo de los procesos administrativos, así como alcanzar los objetivos de cada organización donde logran el resultado a través de la efectividad de las entidades públicas y privadas. Por tal motivo concluyó que en realidad existe un vínculo positivo entre la gestión administrativa y la excelencia en la atención al consumidor, según lo definido por Morales Ángel, (2017: p. 95,100).

Por otro lado, referente a la atención al cliente encontramos diversos aspectos que generan un rechazo por el servicio brindado lo cual algunos usuarios no vuelven a las entidades que han tenido una mala experiencia, sin embargo, otros usuarios prefieren solicitar el libro de reclamaciones. El mercado ha variado y los usuarios exigen más, algunas compañías no invierten en capacitar a sus colaboradores que brindan atención a los clientes porque creen que son únicos en el rubro. Generando así malas recomendaciones a la empresa, bajos ingresos y escaso posicionamiento en el mercado, conforme lo establecido por Lizarzaburu Bolaños, Barriga, Burneo, & Noriega, (2018: p.45,82).

A propósito, en el Nivel local la empresa Creaweb Perú SAC se enfoca en brindar servicios relacionados a la elaboración de Páginas Web y Marketing digital que son los más demandados actualmente por el mercado, además de la creación de sistemas y plataformas web de manera personalizada, la empresa cuenta con experiencia de ocho años en el mercado digital.

Sin embargo, ha presentado deficiencias en los tiempos de entregas de cada proyecto originando la acumulación de trabajo y demoras del servicio porque existe escasa claridad de la información por parte del cliente en cada proyecto web. Por ende, ocasionan las demoras en las entregas. La empresa se ha saturado con las entregas retrasadas por parte del usuario, originando insatisfacción y falta de credibilidad que perciben los usuarios, además se tiene diversas falencias en su organización lo que está dificultando apuntar hacia un crecimiento en el mercado.

Con respecto a la situación problemática en el marco de la investigación se verifica la deficiente Gestión administrativa, con inadecuada carta de presentación para la captación de nuevos clientes, escasa capacitación para el manejo del software y hardware en el personal, incumplimiento de lo estipulado en el contrato, inadecuadas renovaciones de hosting y dominio, deficiente coordinación de los recursos humanos, inadecuada respuesta a los reclamos, inadecuado

manejo de los tiempos de entrega, deficiente información todo ello relacionado con la deficiente atención al cliente, con deficientes servicios, baja interacción; todo lo indicado en líneas arriba conllevan a una escasa satisfacción del cliente.

Así mismo, se realizó la investigación con el fin de detectar los procesos deficientes en la gestión administrativa orientado a mejorar los tiempos de entrega, es importante que la compañía pueda definirlo para mejorar de esta manera el servicio y atención de los clientes, logrando una fidelización y oportunidades de crecimiento en medio de la crisis económica y de salud.

Además, referente a la justificación de la investigación tenemos la justificación teórica se argumenta porque se tomó en cuenta todas las teorías encontradas y relacionadas sobre la Gestión Administrativa donde se destaca los procedimientos y ejecución de la planeación, organización, dirección y control. Así mismo se tomó los conceptos actualizados de la segunda variable atención al cliente donde se destaca los elementos que contribuyen en la atención al cliente contrastando así la teoría con la práctica brindando así resultados positivos en la empresa Creaweb Perú SAC.

En lo que respecta a la justificación práctica se estableció que existe relación entre la Gestión administrativa y la atención al cliente teniendo en cuenta las tendencias de demandas que exige el mercado. Permitiendo así encontrar soluciones concretas a los procesos deficientes que obstruyen el crecimiento de la empresa. Mejorando así la Gestión administrativa orientado a la atención al cliente. Por lo cual el estudio servirá para conocer los resultados y posteriormente identificar los procesos que presentan falencias con el fin de estandarizar los procesos administrativos.

Con referencia a la justificación metodológica en el trabajo se consideró la metodología científica y las herramientas de estudio por lo cual fueron aprobados a través de la revisión estadística y por juicios de expertos para afianzar la credibilidad y autenticidad de los resultados.

Por consiguiente, se estableció las preguntas del problema principal para la presente investigación ¿Qué relación existe entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la compañía Creaweb Perú SAC Lima, 2021? Por lo tanto, se muestra las preguntas de los problemas específicos son: Pe1. ¿Qué relación existe entre los documentos administrativos y la atención al cliente de la entidad?

Pe2. ¿Qué relación existe entre los procesos y la atención al cliente de la organización? Pe3. ¿Qué relación existe entre la eficacia y la atención al cliente de la sociedad? Pe4. ¿Qué relación existe entre la seguridad y la atención al cliente de la entidad? Se planteó las interrogantes para identificar los indicadores y así brindar soluciones estratégicas a los problemas detectados.

También, referente a los objetivos del estudio el objetivo principal establecido es determinar la relación entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la organización Creaweb Perú SAC Lima, 2021. Luego se planteó los objetivos específicos Oe1. Describir cómo se relaciona los documentos administrativos y la atención al cliente de la compañía. Oe2. Definir la relación que existe entre los procesos y la atención al cliente de la organización. Oe3. Precisar la relación que existe entre la eficacia y la atención al cliente de la entidad. Y el Oe4. Especificar la relación que existe entre la seguridad y la atención al cliente de la compañía.

Por último, luego de detallar los problemas y objetivos, se propuso las hipótesis la Hipótesis general; Existe una relación significativa entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la compañía Creaweb Perú SAC Lima, 2021. Por lo cual, se plantearon las hipótesis específicas; H1.- Existe relación significativa entre los documentos administrativos y la atención al cliente de la organización. H2.- Existe relación significativa entre los procesos y la atención al cliente de la entidad. H3.- Existe relación significativa entre la eficacia y la atención al cliente de la organización. H4.- Existe relación significativa entre la seguridad y la atención al cliente de la compañía. Descrito la problemática, los objetivos y las hipótesis, se desarrolló el estudio para lograr medir la relación entre ambas variables gestión administrativa y atención al cliente.

II. MARCO TEÓRICO

En este aspecto se tendrá en cuenta los trabajos previos al estudio y libros de diferentes autores que son considerados porque realizan una síntesis de ambas variables desde las perspectivas internacionales, nacionales y locales, considerándose como información valiosa para la orientación adecuada de la investigación. Con referencia a los antecedentes internacionales se procedió a fundamentar la primera variable Gestión administrativa.

Ahora bien, Bustamante Buenaño, (2021) en su tesis de posgrado titulado Relación entre la Gestión administrativa y el Clima organizacional de la Unidad Educativa Particular San José “La Salle” Latacunga, Ecuador, tuvo como objetivo examinar la asociación entre la gestión administrativa y el clima organizacional, empleó el método descriptivo, correlacional, de diseño no experimental, transversal, de enfoque cuantitativo. La Población fue de 88 empleados entre personal administrativo, docentes y personal de apoyo. Para la credibilidad de los cuestionarios empleó el Alfa de Cronbach lo cual obtuvo los siguientes resultados, (0,911) para el instrumento de Gestión administrativa y un (0,950) para Clima organizacional, por ende, ambos instrumentos mostraron una excelente confiabilidad.

En ese mismo sentido, continuando con la tesis de Bustamante Buenaño, (2021) utilizó el Rho de Spearman para la correlación de las variables, dando un (Rho=0,858) según el rango de Spearman mostró una correlación positiva muy buena, tuvo una sig. Bilateral de 0,000 menor a 0,05 por tal razón, se aceptó la hipótesis de estudio, que si existe una asociación entre la gestión administrativa y el clima organizacional en la unidad y se rechazó la hipótesis nula. Concluyendo, que la gestión administrativa es importante dentro de las entidades, para que los empleados realicen sus funciones eficientemente para lograr los objetivos de la organización. Se recomendó reestructurar los procedimientos administrativos más notables, para implementar mejoras en los procesos administrativos.

Al respecto, Alburquerque Murillo, (2021) en su tesis titulado Enfoque estratégico y Gestión administrativa en la Unidad Educativa Ciudad de Valencia Circuitos C07-10, Los Ríos, Ecuador, como propósito general estableció la incidencia del enfoque estratégico en la gestión administrativa en la Institución. El método utilizado fue descriptivo correlacional, de diseño no experimental

transversal, de enfoque cuantitativo. Lo cual, tuvo como población 70 empleados que consta de 60 docentes y 10 personal administrativo. Con referencia a la fiabilidad del cuestionario aplicó el Alfa de Cronbach lo cual obtuvo un (0,898) en la variable Enfoque estratégico y un (0,887) para la variable Gestión administrativa. Por lo tanto, los instrumentos utilizados mostraron una fiabilidad buena.

Lo anteriormente expuesto por Alburqueque Murillo, (2021) en su tesis aplicó el método de Rho de Spearman para la relación de las variables, dando como resultado un ($Rho=0.676$) por ende, mostró una correlación positiva directa entre las variables, se aceptó la hipótesis de estudio que el enfoque estratégico tiene una asociación significativa en la gestión administrativa de la institución educativa. Llegando a la conclusión, que el enfoque estratégico tiene una incidencia alta en la gestión administrativa. Se recomendó a los gerentes emplear modelos de enfoques estratégicos para alcanzar niveles óptimos en la gestión administrativa con el fin de aumentar el bienestar y motivación del personal educativo.

Así mismo, Rubio Cabezas, (2019) en su tesis de posgrado con título Control interno en la Gestión administrativa de la Vicepresidencia de la República del Ecuador, planteó como fin principal establecer la asociación entre el Control interno y la Gestión administrativa, el método utilizado fue descriptivo, correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transeccional, de tipo básica, tuvo una población de 123 empleados de las áreas administrativas del gobierno, con una muestra de 72 trabajadores. En lo que concierne, a la fiabilidad del instrumento aplicó el Alfa de Cronbach, señaló un (0,903) para el Control interno y (0,847) para la Gestión administrativa donde indicaron una confiabilidad muy alta para ambos cuestionarios.

En referencia a lo anterior, siguiendo con la tesis de Rubio Cabezas, (2019) para determinar la correlación de ambas variables empleó el Rho de Spearman donde obtuvo un ($Rho=0,669$) según el baremo de Spearman mostró una correlación positiva moderada, con una significancia de 0,000 menor a 0,05 por tal motivo, se aceptó la hipótesis alterna que indica que el Control interno se relaciona significativamente con la Gestión administrativa y se rechazó la hipótesis nula. Concluyó que existe una asociación positiva entre la variables

Control interno y la Gestión administrativa de los departamentos administrativos del gobierno. Se sugirió difundir y desarrollar a través de reuniones y talleres, los códigos de ética, la visión, misión, metas y objetivos con la finalidad de reforzar el área de control.

Además, Solis Cedeño & Hidalgo Angulo, (2018) en su trabajo de investigación titulado Gestión administrativa y su incidencia en la sostenibilidad financiera de las Pymes del Sector Manufacturero de Manabi–Ecuador, publicado en la Revista ECA Sinergia, el propósito principal fue precisar de que manera la gestión administrativa influye en la sostenibilidad financiera. Utilizó la metodología de tipo descriptivo exploratorio, correlacional, de diseño transeccional, de enfoque cuantitativo y cualitativo. Tuvo una población de 225 empresas formales Pymes, con una muestra de 123 entidades. Con referencia a la confiabilidad del cuestionario aplicó el Alfa de Cronbach con un (0,834) dando una alta fiabilidad del instrumento.

Por las consideraciones anteriores de Solis Cedeño & Hidalgo Angulo, (2018) para la correlación de las variables utilizó la prueba de Rho de Spearman para la Gestión administrativa y Sostenibilidad financiera dando un ($Rho=0,662$) con un análisis de significancia de 0,000 lo cual es menor a 0,05 y menor a 0,01, por ende, demostró que hay una correlación positiva, rechazando la hipótesis nula. Concluyendo que las guías de gestión administrativa clásicas generan informalidad en los procesos de las entidades formales, el personal tiene excasa cultura de evaluar a sus empleados, existe inadecuada capacitación del personal, alta rotación de personal y deficiente planificación estratégica.

Sin embargo, Romero Arias, Morales Romero, Poquis Velásquez, Antezana Alzamora, & Osorio Osorio, (2021) en su trabajo de investigación titulado Gestión administrativa y práctica preprofesional de los estudiantes de siete carreras del IESTP, publicado en la Revista Científica Multidisciplinar Ciencia Latina de México. Planteó como objetivo establecer la relación de la gestión administrativa y la práctica preprofesional de los alumnos de siete carreras de la entidad educativa. La investigación fue descriptivo correlacional, cuantitativo, de diseño no experimental. Tuvo una población de 161 estudiantes, con una muestra de 144. Con referencia a la confiabilidad del instrumento utilizó el Alfa de Cronbach dando un (0,929) para la gestión administrativa y (0,980) para la práctica preprofesional

por lo cual, ambos instrumentos demostraron un nivel excelente, por ende, se aceptan los cuestionarios.

De este modo, continuando con el trabajo de Romero Arias, Morales Romero, Poquis Velásquez, Antezana Alzamora, & Osorio Osorio, (2021) el resultado de correlación de Spearman obtuvo un ($Rho=0,614$) mostró una correlación positiva moderada entre la Gestión administrativa y la práctica preprofesional de los alumnos, con una significación ($p<0,05$) menor a 0,01. Llegando a concluir que la Gestión administrativa tiene una relación directa con la práctica preprofesional según la prueba de hipótesis general de correlación. Por ende, sugirió conocer las dimensiones de la gestión administrativa para detectar las limitaciones de cada una con referencia a la práctica preprofesional.

Continuamos con la segunda variable, Atención al cliente que se argumenta a continuación:

Por un lado, Arcentales Dueñas & Miranda Mejía, (2020), en su tesis de posgrado titulado Calidad del servicio y su impacto en la Fidelización del cliente en las empresas telefónicas ecuatorianas. Planteó como propósito definir como la Calidad de servicio se relaciona con la Fidelización del cliente en las compañías telefónicas. Para la investigación utilizó la metodología correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental transversal, de tipo aplicada. Consideró una población de 6,059,839 habitantes de cantón Ecuador, con una muestra de 390 personas. Con referencia a la confiabilidad del cuestionario empleó el Alfa de Cronbach donde obtuvo un (0,960), por lo cual mostró una excelente fiabilidad del instrumento.

En ese mismo sentido, prosiguiendo con la tesis de Arcentales Dueñas & Miranda Mejía, (2020), para la obtención del resultado de correlación de las variables empleó el Rho de Spearman donde dio un ($Rho=0.729$) con una Sig. 0,000, evidenció una correlación positiva media en la calidad del servicio y la fidelización del cliente de las operadoras, por tal motivo, se aceptó la hipótesis del estudio y se rechazó la hipótesis nula. Concluyendo que las variables se asocian positivamente, al igual que sus dimensiones, por ende, son fundamentales para que el usuario mantenga una fidelización con el servicio ofrecido por la compañía. Se sugirió enfocar sus estrategias en la calidad del servicio a través de buenas experiencias con el fin de crear vínculos con el usuario y la organización,

satisfaciendo así sus necesidades, para lograr recomendaciones positivas de los servicios.

En cuanto, Álvarez Pivaque, Mejía Vásquez, Molina Quiroz, & Ponce Andrade, (2020) en su trabajo de investigación titulado Calidad de servicio como factor de competitividad en las pymes del sector de energía en Manta – Ecuador publicado en la Revista Caribeña de Ciencias Sociales, estableció como fin principal precisar de qué manera la calidad de servicio incide como factor de competitividad. El trabajo fue de tipo descriptivo, correlacional, de enfoque cuantitativo y cualitativo. Tuvo una Población de 66.442 habitantes según el instituto de estadísticas del Ecuador, con una muestra de 382. Para la fiabilidad del instrumento empleó el Alfa de Cronbach dando un (0,991) indicó una confiabilidad excelente para el instrumento encuesta. Y para el instrumento entrevista obtuvo un (0,943) dando una fiabilidad excelente.

Lo anteriormente expuesto por Álvarez Pivaque, Mejía Vásquez, Molina Quiroz, & Ponce Andrade, (2020) con respecto a la correlación de las variables utilizó el Rho de Spearman dando un ($Rho=0,672^{**}$) según el rango de correlación señaló una correlación positiva regular entre la calidad de servicio y la competitividad, tuvo una significación de 0,000 por ende se descartó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Concluyendo que la calidad de servicio se relaciona con el factor de competitividad en las Pymes, por ende, mientras la calidad del servicio sea superior mayor serán los resultados permitiendo mejorar la competitividad de la compañía. Se recomendó trabajar en el mejoramiento del servicio al cliente dando énfasis en la gestión del talento humano capacitando y motivando a los colaboradores para lograr óptimos resultados.

Además, Chicaiza Paredes, (2018) en su investigación de tesis titulado Estrategia comercial para la atención al cliente en el sector automotriz basado en una herramienta tecnológica móvil de Ecuador, el objetivo general fue elaborar una estrategia comercial de atención al cliente en el sector automotriz basado en la herramienta tecnológica para generar satisfacción del cliente. Utilizó la metodología de tipo descriptivo, correlacional, de enfoque cuantitativo y cualitativo de alcance exploratorio. Tuvo una Población de 29,587 establecimientos del sector automotriz, con una muestra de 79 locales. En lo que concierne a la

fiabilidad del instrumento aplicó el Alfa de Cronbach dando un (0.872) por ende mostró una fiabilidad alta aceptable del cuestionario.

Por lo expuesto anteriormente, el estudio de Chicaiza Paredes, (2018) los resultados de correlación de Spearman obtuvieron un ($Rho=0.465$) para ambas variables, según el rango de correlación indicó una correlación positiva moderada con una significancia de 0,006 menor que 0,05 por tal motivo, se aceptó la hipótesis alterna que una adecuada estrategia comercial en el sector automotriz basado en una herramienta tecnológica móvil, genera una mejor atención del cliente. Concluyendo que la estrategia comercial está relacionada con todas las áreas de la compañía, como el área de producción que permite aprovechar los recursos al máximo, con la finalidad de satisfacer las necesidades del usuario. Se recomendó implementar herramientas tecnológicas para optimizar los procesos de negociación en las ventas y la atención al cliente.

También, López Mosquera, (2018) en su tesis de posgrado titulado Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, tuvo como fin principal determinar la asociación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, el estudio fue descriptivo, correlacional, de enfoque cuantitativo y cualitativo. Consideró una Población total de 7,280 clientes mensuales del mes de Junio, Julio y Agosto que asisten al restaurante, con una muestra de 365. Con referencia a la fiabilidad del instrumento aplicó el análisis factorial descriptivo KMO y Prueba de esfericidad de Bartlett con una rotación de Varimax dando un (0.917) con una Aprox. de Chi-cuadrado de 11985,403 con un Sig. de 0,000. Por ende, mostró una fiabilidad alta del cuestionario.

Con referencia a lo anterior, continuando con la tesis de López Mosquera, (2018) respecto a la correlación de las variables empleó la correlación de Pearson dando un ($r=697^{**}$) con una significancia de 0,000 por ende es menor a 0,05 por tal motivo, existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Concluyendo que a mayor calidad del servicio brindado será mayor la satisfacción del cliente, por ende, se mostró que el servicio al cliente es fundamental para las organizaciones, depende del servicio el éxito o fracaso de la compañía, es importante que el comensal salga satisfecho para que así recomiende el lugar por el servicio de calidad. Se recomendó capacitar a su

personal administrativo y de servicio resaltando la calidad del servicio monitoreando constantemente los resultados.

Por una parte, Cerezo Morales, (2018) en su tesis de posgrado titulado Gestión administrativa y la Calidad de atención al usuario en la Unidad Judicial Multicompetente Vinces – Ecuador, planteó como propósito principal establecer la relación entre la gestión administrativa y la calidad de atención al usuario. El trabajo fue de tipo descriptivo correlacional de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal. Tuvo una Población de 50 empleados que trabajan en la unidad, con una muestra igual a la población. Se aplicaron encuestas de escala tipo R. Likert, para la confiabilidad del cuestionario empleó el Alfa de Cronbach dando un (0.938) por lo cual, mostró una excelente fiabilidad del instrumento.

De este modo, siguiendo con la tesis de Cerezo Morales, (2018) el resultado con respecto a la correlación de las variables Gestión administrativa y Calidad de atención utilizó el Rho de Spearman donde obtuvo un ($Rho=0.716^{**}$) por ende, indicó una correlación positiva alta con una significancia de ($Sig.=0,000 < 0.05$), por tal motivo, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis del estudio. Según las encuestas, el 42% indicó un nivel de gestión administrativa poco adecuado y el 58% señaló un nivel de calidad de atención adecuado. Llegando a la conclusión que existe una relación entre la gestión administrativa y la calidad de atención, manifestó que la gestión administrativa incrementará la calidad de atención al cliente. Se recomendó implementar procesos administrativos eficientes para optimizar la calidad de atención de los usuarios.

Con respecto a los antecedentes nacionales para la primera variable Gestión Administrativa se fundamentó con los siguientes trabajos.

En lo concerniente, Trigos Vela, (2021) en su tesis titulado Gestión administrativa y Calidad de servicio en la unidad ejecutora del Ministerio de Desarrollo e inclusión social - Lima, como objetivo estableció describir la asociación entre la Gestión administrativa y la Calidad de servicio. La investigación fue de tipo descriptivo, correlacional de diseño no experimental transversal. Tuvo una Población de 200 empleados de la Unidad, con una muestra de 132 personas. El resultado de las encuestas evidenció que el 67% se encuentra insatisfecho con el nivel de calidad de servicio y el 60% señaló que la gestión administrativa es regular. En lo que concierne a la fiabilidad utilizó el

método Alfa de Cronbach dando un (0,831) indicó una confiabilidad buena del instrumento.

Por lo anteriormente expuesto en la tesis de Trigos Vela, (2021) con referencia a la correlación de las variables aplicó el Rho Spearman donde obtuvo un ($Rho=0,821$) mostró una correlación positiva moderada para la variable gestión administrativa y calidad de servicio. Concluyendo que existe una relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio. Se recomendó brindar capacitaciones a los colaboradores sobre atención al cliente para aumentar la calidad del servicio, mejorando así la gestión administrativa de la entidad.

Así mismo, Chumpitaz Napan, (2020), en su estudio titulado Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María, Magdalena, planteó como fin principal determinar el vínculo de la gestión administrativa con la satisfacción del cliente socio. La metodología es descriptivo-correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, de tipo básica y de enfoque cuantitativo. La Población fue de 148 clientes socios de la base de créditos. Referente a los resultados de la hipótesis general se tuvo una (Sig.) de 0,002 menor al nivel de Sig. (0.05), con una correlación de Spearman positiva baja de ($Rho=0.251$), por tal razón, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Lo cual indica que la gestión administrativa se vincula con la satisfacción del cliente-socio.

Con referencia a lo anterior, siguiendo con el estudio de Chumpitaz Napan, (2020) con respecto a la confiabilidad del cuestionario se obtuvo a través del Alfa Cronbach dando un (0,860) para la Gestión administrativa y (0,867) para la satisfacción del cliente socio, mostró una fiabilidad alta para ambos instrumentos. Concluyendo en su estudio que efectivamente la gestión administrativa se vincula con la satisfacción del cliente socio de la entidad. Se recomendó implementar una página web de soporte virtual, desarrollar estrategias direccionadas del servicio al cliente y capacitaciones continuas para los colaboradores.

En cuanto, Agurto Montero, (2020) en su trabajo de investigación titulado Gestión administrativa y desempeño laboral de los trabajadores de la subgerencia de transporte terrestre del Gobierno regional de la Libertad, la finalidad principal fue establecer la asociación de la gestión administrativa y desempeño laboral de

la subgerencia. El estudio fue descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal y de tipo básica. Tuvo una Población de 180 colaboradores, con una muestra de 35. Con respecto a la fiabilidad del cuestionario utilizó el Alfa de Cronbach dando un (0.841) para la Gestión administrativa lo cual mostró una confiabilidad muy alta. Para el Desempeño laboral tuvo un (0.954) según el rango de confiabilidad obtuvo un alto grado de fiabilidad del instrumento.

En ese mismo sentido, prosiguiendo con el trabajo de Agurto Montero, (2020) en lo que concierne a la correlación de ambas variables empleó el Rho de Spearman dando un ($Rho=0,786$) indicó una correlación positiva muy fuerte entre las variables, tuvo una Sig. $p=0,000$ menor a 0,05. Por tal razón, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de estudio que si existe una relación significativa entre la gestión administrativa y el desempeño laboral. Se concluyó que la gestión administrativa se relaciona con el desempeño laboral de la empresa de transporte. Se recomendó fortalecer la gestión administrativa y sus dimensiones como la planificación y organización para lograr niveles óptimos en los procedimientos administrativos, mediante capacitaciones, cursos y talleres para los colaboradores.

Por una parte, Sayago Mariño, (2019) en su tesis de posgrado titulado Gestión administrativa y Motivación laboral del personal administrativo de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, como fin principal estableció la relación entre la gestión administrativa y la motivación laboral. El método que empleó para el estudio fue descriptiva correlacional de diseño no experimental, transversal de enfoque cuantitativo. Tuvo una población de 91 colaboradores administrativos de la universidad. Utilizó el Alfa de Cronbach para la confiabilidad del cuestionario donde dio un (0.851) en la gestión administrativa y para la motivación laboral obtuvo un (0.866) por ende indicó que los cuestionarios tienen una fuerte confiabilidad son fiables.

De este modo, siguiendo con la tesis de Sayago Mariño, (2019) con referencia a la correlación de las variables empleó el Rho de Spearman donde obtuvo un ($Rho=0.802$) con una significancia bilateral de 0.000 por lo cual indicó una correlación positiva alta entre la gestión administrativa y la motivación laboral. En lo que concierne a los resultados de las encuestas el 52% manifestó que la

gestión administrativa es deficiente, mientras que el 22% indicó como eficiente y el 26% consideró muy eficiente. Concluyendo que hay una relación significativa entre la gestión administrativa y la motivación laboral aceptando la hipótesis del estudio. Se recomendó ejecutar programas de investigación sobre la gestión administrativa para mejorar así la motivación laboral a través de capacitaciones para el personal administrativo con el fin de lograr un trabajo eficaz.

De igual manera, Concepción Godoy, (2017) en su tesis titulado Gestión administrativa en la satisfacción laboral de los docentes de la Institución Educativa N. 32318 Jorge Chávez Dartner de Huánuco, planteó como propósito principal precisar el vínculo entre la gestión administrativa y la satisfacción laboral de los docentes. El trabajo fue descriptivo – correlacional, de tipo básica. Tuvo una Población total de 37 entre gerentes, administrativos y docentes, consideró una Muestra de 27. Referente a la fiabilidad del cuestionario utilizó el Alfa de Cronbach que mide la variable Gestión administrativa lo cual obtuvo un (0,796) lo que señala una alta confiabilidad y para la variable Satisfacción laboral tuvo una confiabilidad de (0.797) indicando un nivel alto de confiabilidad.

Por las consideraciones anteriores de la tesis de Concepción Godoy, (2017) para los resultados se empleó el método de Rho de Spearman lo cual señaló que existe una correlación positiva moderada entre la gestión administrativa y la satisfacción laboral del docente con (Rho = 0,667; t = 4,476; p-valor = 0.023 < 0.05). Por tal motivo, se aceptó la hipótesis de estudio. Llegando a concluir que hay una relación positiva entre la gestión administrativa y satisfacción laboral. Se recomendó realizar capacitaciones sobre gestión educativa y creación de áreas científicas, con la finalidad de optimizar la calidad del servicio al estudiante alcanzando la satisfacción de los docentes en el ámbito laboral.

En cuanto, Ramírez Espinal, (2017) en su tesis titulado Gestión administrativa y su influencia con el Nivel de satisfacción del Cliente Externo del Área de operaciones de la Caja Financiera CrediScotia S.A. de Ferreñafe, estableció como finalidad general identificar como influye la gestión administrativa y el nivel de satisfacción del cliente externo del área de operaciones. El trabajo fue de tipo Correlacional, de tipo no experimental y diseño transversal, Tuvo una Población de 1,500 usuarios con una muestra de 70. Para la confiabilidad del cuestionario aplicó el Alfa de Cronbach dando un (0,807) siendo fiable. El

resultado con relación a las variables Gestión administrativa y Satisfacción al cliente tuvo una correlación de Pearson de ($r=0.833$) con un valor “sig” de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia.

Lo anteriormente expuesto por Ramírez Espinal, (2017) en su tesis aceptó la Hipótesis alterna afirmando que, si incide de forma significativa la Gestión administrativa en la Satisfacción al cliente, según las encuestas el 40% indicaron que existe una deficiente Gestión administrativa y el 35.71% señalaron un bajo grado de satisfacción. Llegando a la conclusión que hay una influencia entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente. Asimismo, presenta una gestión administrativa deficiente según los resultados el personal se encuentra indiferente con el trato de la empresa. Se recomendó hacer una reestructuración de las estrategias, implementar plan de mejora en la dirección, motivando a los trabajadores y promoviendo el vínculo con el cliente y fidelizarlos.

A continuación, se fundamentó la segunda variable Atención al cliente con los siguientes trabajos de investigación.

Por un lado, Pérez Ruiz, (2019) en su tesis titulado el Proceso logístico y la atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro SAC, Breña, propuso como finalidad general establecer la asociación entre proceso logístico y atención al cliente de la compañía, tuvo una metodología descriptiva correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, con enfoque cuantitativo y de tipo aplicada. Tuvo una Población de 50 colaboradores. Referente a los resultados de fiabilidad del cuestionario aplicó el método estadístico de Alfa de Cronbach, por lo cual la primera variable Proceso logístico tuvo un (0,861) y para la segunda variable Atención al cliente indicó (0,856) por lo tanto, existe un alto grado de confiabilidad para ambos instrumentos.

Con referencia a lo anterior, siguiendo con la tesis de Pérez Ruiz, (2019) con respecto a la correlación de Spearman para la variable Proceso Logístico y Atención al cliente obtuvo un ($Rho=0.813$), Por consiguiente, el rango de correlación de Spearman señala una correlación positiva alta. Concluyendo el autor que hay una asociación positiva entre el proceso logístico y la atención al cliente. Se recomendó ejecutar métodos de mejora continua para el proceso logístico y la atención al cliente, con el fin de evitar retrasos en los pedidos, para generar confianza y fiabilidad con los clientes. Se sugirió brindar capacitaciones al

personal para trabajar en equipo y lograr una comunicación eficaz y afectiva con todo el personal para cumplir así con las entregas de los productos.

En lo concerniente, Ulloa Santos, (2019) en su tesis de pregrado titulado Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa América Farma de Trujillo, tuvo como propósito principal establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Utilizó la metodología correlacional, de diseño no experimental, transversal, de tipo aplicada. La población fue de 245 clientes. Con respecto a la confiabilidad del instrumento empleó el Alfa de Cronbach dando un (0,966) por ende los cuestionarios son confiables.

De este modo, continuando con la tesis de Ulloa Santos, (2019) para la correlación de las variables aplicó la prueba de Rho de Spearman donde obtuvo un ($Rho=0,681$) señaló una correlación positiva considerable entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente con una sig. $p=0,000$ menor a 0,05. Por lo cual se acepta la hipótesis del estudio. Concluyó que la calidad del servicio tiene una asociación con la satisfacción del cliente de la compañía. Se sugirió desarrollar estrategias para optimizar y aumentar la satisfacción del cliente, también deberá mejorar las herramientas logísticas para satisfacer a los clientes con el cumplimiento de las entregas mejorando así el servicio.

Ahora bien, Huanca Mayhuasca & Inga Marcos, (2018) en su tesis titulado Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Cliente del Área de Procesos Operativos, Agencia El Tambo–BCP de Huancayo, tuvo como objetivo general establecer la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en el área de procesos operativos en la entidad, consideró la metodología de tipo descriptivo, correlacional, básica, de diseño no experimental, de corte transversal, de enfoque cuantitativo. Su Población fue de 3,845 clientes, con una muestra de 350. Con referencia a la confiabilidad del cuestionario, obtuvo los resultados a través del Alfa de Cronbach dando un (0,813) por ende mostró una fiabilidad alta del instrumento.

En ese mismo sentido, prosiguiendo con la tesis de Huanca Mayhuasca & Inga Marcos, (2018) en lo que respecta a la correlación de las variables empleó el Rho de Spearman donde indicó un ($Rho=0,420$) para la Capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente, con una significancia de 0,000 menor a 0.05 por tal motivo se rechazó la hipótesis nula. Por lo cual, indicó una correlación positiva

debil entre ambas variables. Concluyendo que existe una relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción al cliente en el área de procesos operativos. Se recomendó implementar ventanilla adicional para resolución de consultas con el fin de ayudar a los usuarios, por tal motivo el personal encargado de la ventanilla deberá contar con una óptima capacitación.

Por otro, Panéz Rodríguez, (2018) en su trabajo de investigación titulado Estrategias del marketing y su relación con la calidad de atención al cliente en el centro de estética BELL-AN, de Miraflores. Estableció como objetivo la determinación de estrategias de marketing y el vínculo que existe con la calidad de atención al cliente. Aplicó la metodología descriptiva – correlacional, de diseño no experimental. Tuvo una Población de 200 clientas con una muestra de 65. En lo que concierne a la confiabilidad del cuestionario utilizó el Alfa de Cronbach dando (0,784) para la variable Marketing, por lo cual, indicó que el instrumento es confiable. Asimismo, para la segunda variable Calidad de atención al cliente tuvo un (0,789) por ende, el cuestionario presentó una confiabilidad buena aplicable.

Lo anteriormente expuesto por Panéz Rodríguez, (2018) en su estudio empleó el método de correlación estadístico R. de Pearson dando un ($r=0,614$) con una significancia de 0,000 menor a 0,05, por tal motivo, rechazó la hipótesis nula y aceptó la hipótesis alterna. Por ende, indicó que hay una correlación positiva moderada entre el Marketing y la Calidad de atención al cliente. Concluyendo que han existido falencias en la atención a las usuarias del centro de estética, para lo cual se han propuesto estrategias de marketing que aporten a mejorarlas para que no exista una insatisfacción respecto al servicio brindado.

En lo que concierne, Ccaccya Taipe, (2018) en su tesis titulado Calidad de servicio y Satisfacción del cliente de la empresa teleservicios populares, La Merced – Chanchamayo, Junin. Planteó como fin principal establecer la relacion de la calidad de servicio y satisfacción del cliente. La investigación fue de tipo descriptivo correlacional de diseño no experimental transversal. Tuvo una población de 121 locales de venta, con una muestra de 92 establecimientos. Con referencia a la confiabilidad del intrumento empleó el Alfa de Cronbach dando un (0,758) para la variable Calidad del servicio y la variable Satisfacción del cliente obtuvo un (0,863) por ende, indicó confiables ambos cuestionarios.

Con referencia a lo anterior, prosiguiendo con la tesis de Ccaccya Taipe, (2018) en lo que concierne a la correlación de las variables utilizó el método del Rho de Spearman dando un ($Rho=0,844$) indicando una correlación positiva alta entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, con una significación de p valor de ($0,000 < 0,05$), por ende, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Llegó a la conclusión que existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la compañía. Se recomendó a los gerentes fortalecer los departamentos de atención al cliente para así optimizar el tratamiento de la documentación y diligencias para lograr la mejora continua en la gestión de calidad del servicio en la organización.

Ahora bien, Vásquez Gonzales, (2017) en su tesis titulado Percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores, planteó como propósito principal establecer la captación sobre el servicio en los restaurantes de los hoteles. La investigación fue descriptiva, de diseño no experimenta, transversal, mixta cuantitativa y cualitativa. Tuvo una Población de 760 clientes que acudieron a los restaurantes dentro de los hoteles, con una muestra de 245 clientes. Lo cual aplicó un cuestionario Servqual con sus respectivas dimensiones, los resultados de las encuestas señalaron que el 74,29% consideraron que reciben un servicio de calidad y el 25.71% aprobaron el servicio brindado.

De este modo, siguiendo con la tesis de Vásquez Gonzales, (2017) la Calidad de servicio y Capacidad de respuesta se relacionan según la prueba de Spearman con un ($Rho=0,966$) con una significancia de $p=0.000 < \alpha = 0.05$ el rango de correlación señaló una correlación positiva muy alta. Asimismo, para la variable Calidad de servicio y su dimensión Fiabilidad tuvo una correlación de Spearman de ($Rho=0,893$) dando una correlación significativa muy alta. Se concluyó que la satisfacción del cliente está relacionada con la calidad del servicio, contribuyendo en la apariencia del lugar, estado del producto y la forma de actuar de los trabajadores. Se recomendó controlar y evaluar la calidad de servicio a través de encuestas, recopilación de comentarios de la página web y realizar feedback con los usuarios.

En lo que corresponde a los antecedentes locales para la primera variable Gestión administrativa se fundamentó a través de los siguientes trabajos.

Por un lado, Suarez Mena & Vásquez Medina, (2020) en su tesis titulado Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de calzados Valles SAC del distrito del El Porvenir – Trujillo, planteó como finalidad principal establecer la contribución de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente, el trabajo fué descriptiva correlacional, aplicada, tuvo una Población de 50 distribuidores. Para la correlación de las variables empleó el coeficiente de Pearson donde obtuvo un ($r=0,869$) mostró una correlación alta positiva con un valor de significancia (0,000) fue inferior al (0,05) indicando una correlación significativa. Según las encuestas en la Gestión administrativa el 78% señaló que es regular, el 16% indicó que es bueno, el 6% señaló que es malo.

En ese mismo sentido, continuando con la tesis de Suarez Mena & Vásquez Medina, (2020) con referencia a la fiabilidad de los cuestionarios aplicó el Alfa de Cronbach donde dio un (0,829) para la variable Gestión administrativa señaló una confiabilidad alta del cuestionario, la segunda variable Satisfacción del cliente obtuvo un (0,876) por tal motivo, indicó confiable el cuestionario. Concluyendo que la Gestión administrativa contribuye positivamente en la satisfacción del cliente de la organización, deberán ejecutar procesos óptimos en la gestión administrativa para lograr aumentar la satisfacción. Se sugirió implementar como norma la mejora continua y innovación en la gestión para lograr el aumento del nivel de satisfacción de los clientes.

Al respecto, Dulanto Figueroa, (2019) en su tesis Gestión administrativa y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Chancay, estableció como fin principal de qué forma la gestión administrativa contribuye en la calidad del servicio de la entidad pública, periodo 2018. El estudio fue correlacional, de diseño no experimental transversal, tipo aplicada y de enfoque cuantitativo. Tuvo una Población de 40 colaboradores, con referencia a la correlación Rho de Spearman dio un ($Rho=0.542$), según el rango de Bisquerra señaló que la correlación es positiva media baja, tuvo una significancia asintótica (0,000) menor que el nivel de significación (0,05) por ende, se denegó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna que la gestión administrativa interviene significativamente en la calidad del servicio de la entidad pública.

Lo anteriormente expuesto por Dulanto Figueroa, (2019) llegó a la conclusión de que la planeación, la organización, la dirección y el control en la gestión administrativa contribuye totalmente en el servicio con excelencia en la Entidad Pública. Se recomendó fortalecer la gestión administrativa contratando personal idóneo para los cargos establecidos, realizar capacitaciones a los colaboradores para desarrollar sus talentos y destrezas, involucrar al personal en los procedimientos para mantener una eficiente gestión administrativa proporcionando confiabilidad y seguridad en el servicio.

Así mismo, Mogollon Condor, (2019) en su tesis titulado Gestión administrativa y Clima organizacional en la institución educativa Coronel Pedro Portillo Silva, Huaura – Huacho, tuvo como propósito general establecer el vínculo que existe entre gestión administrativa y clima organizacional en la Institución. La metodología utilizada fue descriptivo correlacional de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo. Consideró una población de 65 personas entre profesores, directivos, auxiliares y personal administrativo. Con respecto a la confiabilidad del cuestionario aplicó el Alfa de Cronbach dando un (0,90) por ende indicó una alta fiabilidad del instrumento.

Con referencia a lo anterior, continuando con la tesis de Mogollon Condor, (2019) en lo que concierne a la correlación de las variables empleó el Rho de Spearman donde obtuvo ($Rho=0,64$) con una significancia de p-valor 0,000 menor a 0,05 por tal motivo, se aceptó la hipótesis de estudio que la gestión administrativa se relaciona significativamente con el clima organizacional. Y se rechazó la hipótesis nula. Llegó a la conclusión que la gestión administrativa se vincula positivamente con el clima organizacional en la Institución, asimismo se evidenció una inadecuada gestión administrativa lo cual conlleva a un clima organizacional desfavorable. Se sugirió establecer objetivos estratégicos, actualizar permanentemente los documentos de gestión para realizar un diagnóstico real de las ventajas, desventajas, riesgos y capacidades de la institución.

A propósito, Huamán Cavalcante, (2017) en su tesis titulado La Gestión administrativa y Calidad educativa en el instituto superior tecnológico público Julio César Tello, Villa El Salvador, la finalidad principal del estudio fue establecer la relación entre la Gestión administrativa y la Calidad educativa en la institución. El

trabajo fue descriptivo correlacional, de diseño no experimental transversal, de enfoque cuantitativo, investigación básica. Tuvo una Población de 234 alumnos, con una muestra igual a la población. En lo que concierne a la confiabilidad del instrumento empleó la prueba de fiabilidad Kr (20) de Kuder Richardson la variable Gestión administrativa obtuvo un Kr 20 (0.775) por lo tanto, indicó que el cuestionario es confiable y para la segunda variable Calidad educativa señaló un Kr 20 (0.671) por lo cual mostró que el instrumento es confiable.

Por las consideraciones anteriores de la tesis de Huamán Cavalcante, (2017) con referencia a la correlación de las variables aplicó el Rho de Spearman dando un (Rho =0,850) para la variable gestión administrativa y la calidad educativa, con una correlación de $p=0.000$, menor a $p<0.05$, según el rango de Spearman señaló una correlación muy buena, por ende, se aprobó la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula. Concluyendo que la gestión administrativa se relaciona de forma significativa con la calidad educativa en la institución, por tal razón a mejor nivel de la gestión administrativa, serán óptimas los niveles de calidad educativa. Se sugirió a los directivos dar importancia a la gestión administrativa para que desarrollen las competencias del personal, mejorando así los procedimientos con el fin de lograr una calidad educativa.

También, Merino Misme, Saenz Camac, & Silva Caro, (2016) en su tesis titulado La influencia de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del usuario de la Municipalidad de Comas, el propósito principal fue establecer la intervención de la gestión administrativa en la satisfacción del usuario de la entidad pública. Utilizó la metodología descriptivo correlacional, de diseño no experimental transversal, de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada. Tuvo una población de 286,954 habitantes del distrito, con una muestra de 384 personas. Con respecto a la confiabilidad del cuestionario utilizó el Alfa de Cronbach para la variable Gestión administrativa obtuvo un (0.79) mostró una fiabilidad del cuestionario y para la segunda variable Satisfacción del Usuario dio un (0.87) evidenció también una confiabilidad del instrumento.

En ese mismo sentido, continuando con la tesis de Merino Misme, Saenz Camac, & Silva Caro, (2016) referente a la correlación de las variables aplicó el Rho de Spearman donde tuvo los siguientes resultados (Rho= 0,601) para la gestión administrativa y la satisfacción al usuario con una significancia de 0.000

menor a 0.05 por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del estudio. Concluyó que la gestión administrativa interviene positivamente en la satisfacción del usuario de la entidad pública. Se recomendó controlar y monitorear constantemente los procedimientos de la atención al cliente con la finalidad de garantizar la mejora constante. Asimismo, deberán monitorear el desempeño de cada empleado con respecto a la atención del usuario.

Referente a la segunda variable Atención al cliente se tomó en cuenta los siguientes trabajos de investigación.

Además, Troncos Vilchez, Maldonado Jiménez, & Ortega Chaparrea, (2020) en su trabajo de investigación titulado Calidad del servicio y Satisfacción del cliente de la empresa Transporte Cruz del Sur S.A.C., Santa Anita, estableció como finalidad general precisar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la compañía. La metodología fue descriptivo correlacional de enfoque cuantitativo, de tipo básica, de diseño no experimental. Tuvo una población de 63 usuarios. En lo que concierne a la fiabilidad del cuestionario empleó el Alfa de Cronbach donde indicó un (0,878) para la variable Calidad de servicio, por ende mostró una confiabilidad muy alta. La variable Satisfacción del cliente obtuvo un (0,659) dando una fuerte confiabilidad del instrumento.

Con referencia a lo anterior, siguiendo con el trabajo de Troncos Vilchez, Maldonado Jiménez, & Ortega Chaparrea, (2020) para la correlación de las variables empleó el Rho de Spearman donde obtuvo un ($Rho=0,854$) para ambas variables, por tal motivo, según el rango de Spearman señaló una correlación positiva considerable con una $sig.=0.000$ menor que el 0.05, se negó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Llegó a la conclusión que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la compañía. Se recomendó al gerente de la organización desarrollar una política de mejora constante en la calidad del servicio para incrementar así la satisfacción del cliente. También sugirió capacitaciones del personal para optimizar sus funciones.

En cuanto, Sanchez Cipriano, (2019) en su tesis titulado La calidad de servicio y su relación con la Atención al cliente en la empresa América Móvil, Huancayo, 2018, estableció como fin principal identificar el vínculo entre la calidad de servicio y la atención al cliente. Utilizó la metodología mixta cuantitativa y

cualitativa, correlacional, de diseño no experimental, transversal, de tipo aplicada. Tuvo una Población de 490 clientes, con una muestra de 240 usuarios. Con referencia a la confiabilidad del instrumento aplicó el Alfa de Cronbach donde obtuvo un (0,946) por ende, el cuestionario es confiable.

De este modo, prosiguiendo con los resultados de la tesis de Sanchez Cipriano, (2019), con respecto a la correlación de ambas variables aplicó el método de Rho de Spearman donde mostró una correlación positiva alta significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,849$), por lo cual se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de la investigación. Por ende, concluyó que la calidad de servicio se relaciona positivamente con la atención al cliente de la operadora. Se recomendó implementar capacitaciones y evaluaciones continuas para lograr promover la calidad en el servicio según los requerimientos de los usuarios con el fin de aumentar la fiabilidad del usuario ante un problema con una eficiente capacidad de respuesta.

Por una parte, Martínez San Miguel, (2018) en su tesis titulado Calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de la Tinguina, Ica. Estableció como objetivo general identificar la relación entre calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Entidad pública, utilizó la metodología descriptivo correlacional de tipo no experimental de enfoque cuantitativo. Su Poblacion fue de 78 usuarios. Con respecto a la confiabilidad del cuestionario se obtuvo a través del Alfa de Cronbach en la variable Calidad del servicio de atención al público con un (0,902) por lo cual indica un grado alto de fiabilidad y la Satisfacción del usuario tuvo un (0,969), por tal motivo, señala un alto grado de confiabilidad.

En ese mismo sentido, continuando con la tesis de Martínez San Miguel, (2018) referente a la correlación de Spearman obtuvo un ($Rho=0,624$) con un nivel de significancia de 0,000 menor a la región crítica 0,05. Concluyendo que hay un vinculo positivo entre la calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad. Se recomendó la modernización de equipos permanentemente, regulando las tarifas y tasas para que sea accesible al público, evaluación constante del personal para revisar si la atención al usuario cumple con el tiempo establecido y si brindan interés para resolver las interrogantes.

En cambio, Condezo Oscategui & Esteban Cardenas, (2018) en su trabajo de tesis titulado Factores de atención al cliente y el marketing de servicios en el Banco de Crédito del Perú, distrito de Yanacancha, Pasco, 2017. Planteó como objetivo indicar los factores de atención al cliente en ventanilla y plataforma para contribuir al marketing de servicios. Tuvo una metodología descriptiva correlacional, no experimental, de tipo mixto cualitativo y cuantitativo. Su Población fué de 10 trabajadores. Referente a la confiabilidad utilizó el Alfa de Cronbach dando un (0.978) lo cual es aceptable el instrumento. Como resultado del Chi cuadrado de Pearson tuvo 0.002 menor que 0.05. Concluyendo que hay una asociación entre los factores de atención al cliente y el marketing de servicios. Se sugirió una guía de atención y capacitaciones.

De igual manera, Vargas Altamirano, (2018) en su tesis de pregrado titulado Gestión administrativa y Atención al cliente de la empresa Pronet System S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, como fin principal estableció el vínculo entre la gestión administrativa y la atención al cliente, utilizó la metodología descriptivo correlacional, con diseño no experimental, de enfoque cuantitativo y de corte transversal. La población fue de 30 trabajadores. Con referencia a la confiabilidad del instrumento utilizó el Alfa de Cronbach dando un (0.741) para la primera variable gestión administrativa y para la segunda variable atención al cliente tuvo un (0.708), por lo cual el cuestionario es confiable para ambas variables.

Por las consideraciones anteriores la tesis de Vargas Altamirano, (2018) refiere a la correlación de las variables aplicado con el método de Spearman con un ($Rho=0.828$), por ende, según el coeficiente de correlación demostró una correlación positiva alta con una sig. Bilateral de 0.000. Concluyendo que existe una relación significativa entre la variable gestión administrativa y atención al cliente de la empresa. Se recomendó llevar a cabo todas las dimensiones de las variables vinculadas con el fin de mejorar los procedimientos administrativos y la comunicación con el cliente, asimismo se deberá disponer de instrumentos que hagan posible evaluar el nivel de la gestión administrativa y atención al cliente.

A continuación, tenemos las teorías relacionadas para la **Variable X: Gestión administrativa** con referencia a la definición conceptual de la primera variable se consideró las siguientes teorías.

Al respecto, Caldas Blanco, Carrión Herraéz, & Heras Fernandez, (2017: p.242) en su libro Empresa e Iniciativa emprendedora de España indicó que la Gestión administrativa es ejecutar una serie de procedimientos que son reflejados en los documentos administrativos, asimismo se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información. Toda organización requiere en su operatividad diaria implementar una serie de procesos para que no existan retrasos en las áreas por una deficiente gestión administrativa, para ello se buscará simplificar la utilidad de la información, todo contenido de la información es de confiabilidad.

Sin embargo, Ramírez Cardona & Ramírez Salazar, (2016: p.13) señaló que para establecer un sistema moderno de gestión administrativa se deberá realizar un análisis inicial y minuciosa de la condición actual, de modo que se sepan todos y cada uno de los procedimientos administrativos elaborados internamente en la entidad y los componentes que participen en ellos, tanto en el talento humano, como en equipamiento. Por otro lado, Pečarič, (2017: p.110) en su artículo en inglés indicó que la internacionalización ha ocasionado modificaciones en lo concerniente a la importancia y la vitalidad de la administración, por tal motivo, actualmente se exige ser más competitivo en el mercado, se tiene que contar con colaboradores capacitados e idóneos.

En cambio, en el artículo versión ingles establecido por Raymond, (2018: p.45) indica que una gestión administrativa para que logre el éxito, deberá contar con principios en la gerencia obteniendo así nuevas ideas, experiencias y innovando el método de trabajo, todo esto se logra gracias a los colaboradores ofreciéndoles la oportunidad de ser partícipe de las nuevas decisiones o experiencias, creando nuevos métodos de trabajo, para una gestión administrativa eficiente. Sin embargo, Taliawi, O. y Van, Z. (2019: p.248) en su artículo en idioma inglés señalan que la gestión administrativa se mide específicamente en determinada ocasión, a través de niveles y decisiones que tienen que ver con las dimensiones como son: planificación, organización, dirección y control.

En lo concerniente a la **Definición operacional** para lograr los objetivos del trabajo se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 26, interpretando los resultados; Además se utilizarán otros métodos de análisis estadístico.

Por consiguiente, para la primera Dimensión Documentos se consideró las siguientes definiciones, según lo expuesto por Fernández Verde D, Fernández Rico E, (2017: p.90) los documentos administrativos son de gran utilidad sirven como vía para comunicar en la entidad pública y privada, aseguran y garantizan el derecho de los ciudadanos al igual que el personal de la empresa a acceder a los mismos. Asimismo, toda la documentación que genera la empresa deberá ser archivada y manteniendo siempre un orden aplicando sistemas de clasificación documental, por lo cual se utilizará los medios ofimáticos y telemáticos utilizados actualmente, cumpliendo con la normativa de confidencialidad y del registro de archivos.

Así mismo, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R. & Heras Fernández A. (2017: p.243, 249) entre los documentos administrativos tenemos los relacionados con el proceso de compraventa como es la nota de pedido, nota de entrega y la factura y/o boleta. También se encuentra otros documentos relacionados al proceso de pago y cobro que es el recibo, los instrumentos de pagos como los cheques, transferencias, pagos con tarjetas de crédito y débito, letras de cambio y el pagaré.

Con referencia a los Indicadores de la dimensión de documentos se tomó en cuenta la siguiente teoría para el primer indicador Cartas de Presentación según lo definido por Fernández Verde & Fernández Rico, (2017: p.64,73) las cartas comerciales o también conocidas como cartas de presentación son utilizadas cuando la empresa es nueva y recién acaba de constituirse, por ende quiere dar a conocer sus productos o los nuevos ingresos de productos. Esto servirá para introducirse y/o ingresar en el mercado, con el fin de buscar y conseguir nuevos clientes potenciales. Estas cartas deberán ser explicadas con claridad y argumentos convincentes, deberá informar las ventajas del producto sus características por lo cual lo hace diferente de la competencia. Asimismo las cartas comerciales se componen de 3 partes; el encabezamiento, el texto y el cierre.

En cuanto, al segundo indicador Capacitaciones al personal se tomó en cuenta las siguientes definiciones según lo establecido por Arenal Laza, (2019: p.9,28) las capacitaciones son de suma importancia para el colaborador que interactúa con el consumidor por ende deben tener la información necesaria orientada al trabajo y al trato con el cliente. Las capacitaciones pueden darse en instalaciones físicas o a distancia por internet debe estar orientada a las posesiones físicas de productos que compra cada cliente, no es necesario que este presente el cliente.

Además, Yoaima Dickinson & Monserrate Ruíz, (2019:p.205) la capacitación y el trabajo en equipo debe ser un hecho continuo para evitar desconocimiento o deficiente captación de un sistema, cuando se implementa un nuevo sistema con éxito, los colaboradores desconocen el cambio por ende no lo interiorizan como consecuencia existe un escaso manejo de informes para decidir estratégicamente, porque ha existido una deficiente gestión del cambio, por lo cual se recomienda realizar capacitaciones continuas.

Con respecto, al tercer indicador Cotizaciones se consideró la siguiente definición expuesto por Lacalle Garcíá, (2016: p.166,169) menciona que la cotización es el pago a la confianza social de las partes con las que se financia y se dota de recursos al sistema. Es decir, se compone de la suma de una serie de cuotas establecidas en función de las contingencias cubiertas.

En cuanto, al cuarto indicador Contratos se tomó en cuenta a Fernández Verde & Fernández Rico, (2017: p.173,193) los contratos con los clientes y proveedores, las pólizas de seguros, contratos del personal y contratos de cuentas bancarias, deberán ser firmadas todas. Para la firma de contratos de encargo de tratamiento, deberá firmarse con aquellas empresas o empresarios que contengan todos los datos de sus empleados. Por tal motivo la empresa o el gerente debe informar de manera permanente a los titulares los datos de carácter personal para dicho documento. Los documentos deberán clasificarse por series documentales, por nombres de los clientes, localidades, geográfica y proyectos.

En lo concerniente al quinto indicador Renovaciones de Hosting y Dominios tenemos las siguientes definiciones, según lo planteado por Martínez Gabaldón, (2020: p.152) las renovaciones de los hosting son importantes, porque es donde se aloja la aplicación web creada. Asimismo para la elaboración de una página

web en wordpress es necesario el Servidor HTTP Apache o también conocido como hosting para el espacio de la página web.

También, Martínez Gabaldón, (2020: p.43) los dominios están sujetos a autoridades que se logran medir a través de la página web. Por lo tanto se analizará todo el contenido de la web y se verificará si es interesante o confiable las veces que el usuario lo comparte, para revisar si los enlaces no están rotos y si estos dirigen a los sitios web confiables, al igual que las redes sociales que se enlazan para ver si corresponden a la página y con el contenido. Concluyendo que la autoridad de dominios tiene como objetivo analizar la credibilidad de una página web.

Por lo que se refiere, al sexto indicador Hojas de requerimientos de los clientes se consideró la siguiente teoría, conforme lo sostiene Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.96) los requerimientos de los clientes son importantes porque se detallan las diversas necesidades de los clientes, brindando flexibilidad y adaptabilidad de todas las necesidades, por ende las empresas acuden a los recientes modelos de distribución como es la estructura de red y de equipos.

Con relación, al séptimo indicador Contable Fact. Compra y Venta se tomó en cuenta la siguiente definición establecido por Caldas Blanco, Carrión Herraéz, & Heras Fernandez, (2017: p.247) la factura es un documento legal lo emite el vendedor a un comprador es un comprobante de compraventa de bienes y servicios está acreditado jurídicamente. Está reglamentado por la ley del IVA y el Real Decreto 1619/2012. Todos los dueños de negocios tienen el deber de emitir factura y copia de las mismas para todas las ventas de bienes y servicios según su actividad. El contenido de la factura deberá comprender los siguientes datos; Número de serie, debe ser correlativa, deberá incluir la identificación del emisor razón social y domicilio, nombre del destinatario razón social y domicilio, la descripción de bienes o servicio, datos de la base imponible y fecha de emisión.

En cuanto, a la segunda Dimensión Procesos se consideró las siguientes teorías, según lo expuesto por Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.242) el proceso administrativo tiene que ser oportuno, minimizar los costos, tiene que ser riguroso y seguro, tendrá que ser estandarizado mientras más se incorpore la gestión administrativa en el día a día

mayor será la estandarización de los procesos y se reducirán los costos en términos de tiempo y económico. Entre los procesos más comunes es el proceso de compraventa que se repite diariamente por lo cual se establecen modelos de documentos administrativos que permite su eficaz tratamiento, asimismo para lograr una óptima gestión administrativa se debe estandarizar los procedimientos y conservar toda la documentación según las exigencias legales.

Además, en el artículo científico versión en inglés establecido por Bacund, S. (2020: p.1) indica que los procesos administrativos llevan a cabo la visión y misión de la empresa, por ende, todo dependerá de los gerentes y sus principios, asimismo los estilos y principios de cada organización serán adoptados por los gerentes o líderes que cuenta la empresa. No obstante, Simeone (2016: p.117) en su revista en idioma inglés menciona que la guía de gestión estratégica de una compañía se basa en los procedimientos y los equipamientos, con el fin de que el filtro de la información sea más eficiente en resolver los conflictos de la organización y de los usuarios.

En lo que concierne a los indicadores de la dimensión de procesos se consideró las siguientes teorías, con relación al primer indicador Ejecución de Actividades se tomó en cuenta lo planteado por Arenal Laza, (2019: p.89) la ejecución de actividades son como acciones correctivas para la toma de decisiones, medidas y actividades orientadas a la eliminación de las causas de problemas, así como la hora de plantear y/o ejecutar una serie de acciones correctivas son importantes para tener eficiente proceso de calidad todo esto es gracias a las diferentes actividades previas que se realizan.

En cuanto, a su segundo indicador Planificación se consideró la siguiente teoría según lo expuesto por Caldas Blanco, Carrión Herraéz, & Heras Fernandez, (2017: p. 241) la planificación de recursos empresariales o también conocido como ERP (Enterprise Resource Planning) son soluciones informáticas cuya función principal es administrar información a través de todos los departamentos de la institución como son el área de compras, área de fabricación o producción, área de recursos humanos, área de logística, área administrativa, etc. Para realizar eficientes tareas optimizando los procesos productivos reduciendo costos.

Por una parte, el tercer indicador Organización se consideró a Ramírez Cardona & Ramírez Salazar, (2016: p.8) la organización es una de las funciones que se desarrollan a través de las labores que forman parte de los ciclos de actuación humana que son las decisiones, la comunicación, la programación, la evaluación y el control. Por lo cual, se ejecutan en las etapas del procedimiento administrativo como es la Organización, Por ende cada función se caracteriza por la forma y modalidad de como se logra en el ámbito donde se implemente, asimismo cada proceso administrativo deberá cumplir con los principios, técnicas y reglas que forman parte de los conocimientos administrativos que deben efectuarse para alcanzar logros positivos en las labores que realizan las personas en el ámbito empresarial.

En lo que corresponde, al cuarto indicador Dirección según lo definido por Ramírez Cardona & Ramírez Salazar, (2016: p.9) la dirección es una función administrativa por lo cual se ejecuta en los ciclos de las actividades humanas que están compuestas por las decisiones, programaciones, informaciones y el análisis que retroalimentan el procedimiento y facilitan las bases para las decisiones recientes. Por consiguiente cada función como la dirección como fase o ciclo son consideradas acciones humanas.

Sin embargo, el quinto indicador Coordinación se tuvo la teoría de Ramírez Cardona & Ramírez Salazar, (2016: p.7) la coordinación forma parte de los elementos administrativos que entendemos y definimos como una labor que se manifiesta a través de las decisiones en la utilización de los recursos y de los procedimientos como es la coordinación. Por tal motivo, podemos decir que el elemento que forma parte del proceso administrativo es una función específica como es la coordinación, lo cual forma parte de la ciencia administrativa.

Con respecto al sexto indicador Control se consideró los siguientes conceptos establecidos por Fernández Verde & Fernández Rico, (2017: p.223, 260, 261, 263) toda empresa que quiere ser competitiva en el mercado deberá tener un riguroso control de todos sus procedimientos de atención al cliente. El servicio de control interno de la empresa tendrá como función principal la creación y desarrollo de lineamientos. Se ha comprobado que un control apropiado de los procedimientos de atención del cliente permitirá la confianza de los clientes de una marca o producto por ende se deberá contar con un eficiente control en los

procesos. Asimismo la persona encargada del control del servicio de post venta deberá elaborar informes que deberá contener diferentes anotaciones sobre los registros, los analisis de las causas de los problemas, asi como las soluciones planteadas.

En cambio, Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.137) el control es un proceso donde se analiza si los métodos, esquemas, sistemas y operaciones se ejecutan conforme a lo esperado, si logran los objetivos. Asimismo el control brinda informe no solo de los elementos internos de la empresa sino también de la parte externa, con el fin de plantear los objetivos convenientes o si en caso se requiere contar con unos nuevos. Por ende, el control permite que la planificación gire alrededor al otorgar informe fundamental para los nuevos planes. Las labores del control son variadas. Por tal motivo, su finalidad es analizar, modificar, dirigir, evitar, facultar, recompensar, sancionar, promover y capacitar.

Por un lado, Sameh Abdalraof & Hassan Rakha, (2017: p.3) en su artículo en idioma inglés menciona que la creatividad administrativa ha ocasionado una influencia positiva, por ende, las normas administrativas deberán realizarse conservando un control en las realidades problemáticas, contando con una capacidad para la toma de decisiones convenientes y eficaces.

Con referencia al séptimo indicador Retroalimentación (feedback) se tomó en cuenta las presentes teorías según lo expuesto por Arenal Laza, (2019: p.13) actualmente lo que más valoran los clientes es que se les atiendan rapidamente y eficazmente, para lograr así satisfacer sus necesidades. La gestión del feedback es automatizar y agilizar los procesos sin perjudicar la calidad en el servicio. A futuro los Contact Center se convertirán en el primordial base de información para las empresas donde se recogerán las sugerencias y mejoras que solicitan los usuarios ya sean en las redes sociales o por via telefónica.

Sin embargo, Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.31,156) la retroalimentación es un sistema de monitoreo de forma organizacional constituyen las salidas del sistema ejerciendo una acción, su objetivo es analizar y ajustar el desempeño de la organización con mayor efectividad. Asimismo la comunicación bidireccional quiere decir que la conversación circula en ambos sentidos por ejemplo en una conversación en persona, en una comunicación telefónica o en un

chat. Por ende, este proceso es llamado retroalimentación por tal motivo el receptor se convierte en emisor al remitir una contestación al emisor principal.

Seguidamente tenemos la tercera Dimensión Eficacia, se fundamentó con los siguientes conceptos establecidos por Rojas, J. & Valencia (2017: p.11) la eficacia se refiere a todos los resultados obtenidos, tiene mayor énfasis en los resultados, realizando las labores correctamente, alcanzando los objetivos, optimizando los recursos para lograr resultados, proporcionando eficacia a las demás personas y/o colaboradores, una vez que se ha finalizado el proceso para alcanzar las metas y objetivos organizacionales. Ser eficaz es realizar las tareas primero ordenadamente minimizando el tiempo.

En cambio, Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.24) con referencia a la eficacia son todas las acciones que se realizan en una empresa con el fin de medir y alcanzar los objetivos fijados. Por ende, sirve para saber en que medida las acciones de la empresa cumplen con las finalidades propuestas por la empresa, lo cual se conoce como eficacia de la organización.

Con respecto a los indicadores de la dimensión eficacia se propuso las siguientes teorías, para el primer indicador Trabajos terminados según lo definido por Fernández Verde & Fernández Rico, (2017: p.41) señaló que los trabajos terminados se refiere a un registro contable de las operaciones. Asimismo se refiere al tiempo que brinda un jefe o supervisor para que el personal concluya el trabajo, como por ejemplo el embalaje de un producto terminado.

Por lo que se refiere, al segundo indicador Personal capacitado se consideró la presente definición de los autores Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.96) un personal altamente capacitado es importante para que pueda desempeñarse en los niveles jerárquicos. Las burocracias profesionales cuentan con especialistas que realizan los trabajos complejos, por tal motivo se necesita de profesionales, personas preparadas para que formen parte del núcleo de especialistas.

En cuanto, al tercer indicador Atención rápida según lo expuesto por Pintado Blanco & Sánchez Herrera, (2017: p.64) indicó que la atención de manera rápida y directa permite contactar con el cliente en el momento preciso que requiera el cliente, por ende es una capacidad creativa que es indispensable y fundamental en una empresa de servicios.

Con referencia, al cuarto indicador Tiempo de entrega se consideró la siguiente teoría establecido por Fernández Verde & Fernández Rico, (2017: p.115,261) los tiempos de entrega permite que una empresa sea competitiva cuando se cumple con los compromisos asimismo con las entregas a tiempo de los productos y servicios que brinda la compañía, las entregas deben realizarse en un plazo de tiempo corto.

En lo que concierne, al quinto indicador Información clara y precisa, según lo planteado por Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.159) la comunicación deberá ser eficaz al momento de interactuar con el cliente se debe transmitir una información de manera precisa y oportuna. Por tal motivo la gestión deberá tomar atención a los medios de subordinación de comunicación, así como la organización informal que nos permita definir los centros neurálgicos donde se presentan estas informaciones. Sin embargo, Bautista, Cruz, López, Sarquis, Seiffert y Wolff (2020: p.17) en su artículo en inglés indicaron que la información recopilada permite a las organizaciones llevar a cabo una evaluación del nivel actual de la empresa y asimismo logren identificar su FODA para implementar acciones.

Ahora bien, para el sexto indicador Mejoras en el servicio se tomó en cuenta la siguiente teoría definido por Arenal Laza, (2019: p.9) las empresas deben estar siempre preparadas para adaptarse ante cualquier cambio en el sector, cualquier caso fortuito que pueda ocurrir y cambios en las necesidades crecientes de los clientes, por ende el personal a cargo de la atención al cliente deberá mejorar su servicio por tal motivo es fundamental contar con la información necesaria y con una capacitación eficiente para ello.

En lo que respecta, al séptimo indicador Equipos modernos se consideró lo establecido por Midor, (2018: p.549) en su artículo en idioma inglés indica que las empresas deberán utilizar tecnología y equipos modernos para brindar resoluciones complementarias con respecto a los usuarios entre ellos tenemos los equipos de cómputo actualizados, aplicativos, medio de compras, el internet, páginas web y las redes sociales.

A propósito, para la cuarta Dimensión Seguridad tenemos, según lo definido por (ISOTools Excellence, (2017: p.148) la seguridad de la información es una instrucción que se ocupa de poner en marcha una técnica para proteger la

información de las tecnologías establecidas, sirven para detectar el estado de las fallas parciales, cuando la información está en riesgo. En otras palabras, las contingencias, las evaluaciones de escenarios, las óptimas prácticas y los diseños normativos, requieren niveles de seguridad de los procedimientos y de tecnología para incrementar el grado de confianza en la elaboración, aplicación, almacenamiento, emisión, restauración y disponibilidad de la información final.

En referencia a los indicadores de la dimensión seguridad se fundamentó con las siguientes teorías, para el primer indicador Documentos formales se citó a Caldas Blanco, Carrión Herraéz, & Heras Fernandez, (2017:p.242) los documentos formales administrativos son importantes porque permiten tener una óptima gestión administrativa donde se logra estandarizar todos los procesos por orden y su conservación de la misma, asimismo se tiene en cuenta las exigencias legales para lograr su cumplimiento y conservación.

Por lo que se refiere, al segundo indicador Resolución de reclamos y quejas se tomó en cuenta lo expuesto por Marco, Anibal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.159) la resolución de conflictos en el ámbito operacional de toda organización aparecen diferentes conflictos ocasionados por la interrelación de las personas con distintas forma de ser, intereses, incentivos. Por ende el conflicto dentro de una empresa es un altercado que surge cuando las metas, los intereses, valores y cuando los grupos son incompatibles dificultan o frustran los intentos de las demás personas para alcanzar sus metas. Asimismo los problemas también son entre personas como, por ejemplo, dos gerentes de dos áreas distintas tienen objetivos y metas diversos en cuanto a un tema en común.

En cuanto, al tercer indicador Garantía se consideró lo planteado por Figueroa Suárez, Rodríguez Andrade, Bone Obando, & Saltos Gómez, (2017: p.149) la aplicación de la norma ISO 27001 de seguridad de la información brinda garantías de permanencia a las empresas en el caso de contingencias brindando una percepción de calidad y credibilidad con las demás empresas, por ende da cumplimiento de las normas nacionales. Por tal motivo se reducen los riesgos y amenazas, así como los beneficios, la optimización de la planificación y por último la gestión de seguridad de la organización.

Con respecto, al cuarto indicador Preocupación por los intereses de los usuarios se consideró lo expuesto por Arenal Laza, (2019: p.9) señaló que es fundamental saber a detalle los requerimientos de todos nuestros usuarios para lograr satisfacer sus expectativas, a través de un eficiente servicio, productos de calidad y innovación por lo cual permita encontrar en el mercado productos óptimos que realmente satisfagan sus necesidades.

Así mismo, para el quinto indicador el Servicio cumple con las expectativas de los clientes se tomó en cuenta a los siguientes autores Soares, M., Rodríguez, Z., Camelo, S. y Souza, F. (2016: p.371) en su artículo versión en inglés señala que el servicio tiene como finalidad principal aumentar el agrado de los clientes, para cumplir así con las expectativas del cliente realizando actividades de manera eficiente y eficaz.

En cuanto, al sexto indicador Conocimiento del tema, según lo establecido por Ramírez Cardona & Ramírez Salazar, (2016: p.5,8) el conocimiento obedece a los principios, reglas, técnicas y ciencias administrativas que deberán atribuirse para obtener resultados positivos en todas las funciones o labores que el personal realice con el fin de lograr sus objetivos. Los conocimientos actualmente forman parte de la teoría administrativa siendo conocida y captada como cualquier otra ciencia, campos o arte del saber de la humanidad.

En lo que concierne, al séptimo indicador Capacidad de respuesta, se consideró lo definido por Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.92) la descentralización permite incrementar la capacidad de respuesta y la flexibilidad en la compañía de manera oportuna frente a las demandas de su entorno. Por lo tanto, todas las decisiones deberán ser adoptadas por quienes están junto a las necesidades por ende tienen que ser satisfechas. Asimismo, incrementa la motivación y la satisfacción del puesto de labores. Por tan razón, la capacidad de respuesta es importante para una óptima descentralización.

Con respecto, a la **Variable Y: Atención al cliente** se tomó en cuenta la siguiente teoría de Arenal Laza, (2019: p.7,8) en su libro Gestión de la atención al cliente lo define como un servicio otorgado por una compañía con el fin de interactuar con el cliente y así satisfacer sus necesidades. Es un mecanismo eficaz que permite interrelacionarse con el cliente ofreciendo una orientación óptima para salvaguardar la correcta utilidad del producto o de un servicio.

Asimismo, en España ha evolucionado la atención al cliente ha ido mejorando gracias a la normativa de calidad y el uso de la informática. La atención al cliente es el manejo que realiza cada trabajador de una compañía para ofrecer una orientación y soluciones optimas, lo cual tiene como objetivo generar satisfacción.

Por otro lado, Fernández Verde y Fernández Rico, (2017: p.221) en su libro titulado Comunicación empresarial y atención al cliente de España menciona que la atención al cliente refiere a brindar un producto o servicio que entrelace la relación colaborador y usuario, pues al establecer este vínculo se obtendrá una ventaja competitiva que suman de gran valor para la diferenciación y posicionamiento de la organización. Por otro, Querrey, (2019: p.1) en su artículo en inglés indica que la atención al cliente empieza con la actitud y la formación de cada trabajador, el personal debe estar instruido en el servicio con calidad; por lo cual tiene la posibilidad de mostrar a la entidad garantizando la satisfacción del cliente y que este regrese.

En cambio, Khadka & Maharjan, (2017: p.1) en su artículo versión en inglés señalaron que una organización debe garantizar una atención al cliente eficiente, Por tal motivo, este deber hará que permanezca un nexo por un largo tiempo entre el comprador y la entidad.

Sin embargo, Almeida Ferraz, Coutinho de Melo, Barros Jerônimo, Gonzaga de Albuquerque, & Medeiros, (2018: p.10) en su artículo en inglés señaló que para brindar una óptima atención al cliente en primer lugar se tiene que conocer y entender los grupos de clientes y los servicios que se prestan. Para ello se deberá utilizar herramientas que faciliten obtener información del cliente y establecer una dirección estratégica de la entidad.

Con referencia, a la **Definición operacional**, para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 26.

En cuanto, a la primera Dimensión Producto se consideró la siguiente teoría, según lo expuesto por Hernández Cabrero, (2018: p.21) es un bien que se brinda a un mercado para la compra y venta, uso o consumo y que cumpla con los requerimientos del consumidor. En otras palabras, se refiere a la oferta que realiza la empresa al mercado.

En lo que concierne, a los indicadores de la dimensión producto se fundamentó con las siguientes definiciones, para el primer indicador Diferenciación se tomó en cuenta lo planteado por Arenal Laza, (2019: p.9) señaló que la diferenciación se debe a que actualmente el mercado es competitivo día a día porque se ofrecen productos y servicios parecidos con importes semejantes para cada segmento de clientes, por ende la atención al cliente se tiene que diferenciar brindando un valor agregado para lograr diferenciarnos de la competencia.

Sin embargo, Zamarreño Aramendia (2019: p.111) la diferenciación de una compañía es importante al momento de ofrecer un bien o servicio, porque se busca una particularidad que guste a los clientes y que diferencie nuestro establecimiento de otros del mercado.

En cuanto, al indicador Diseño de post publicitario en redes sociales se consideró lo definido por Loredana, (2017: p.14) los diseños de post publicitarios en redes sociales actualmente permite tener una presencia online permitiendo optimizar el perfil de la empresa, integrando las redes con blogs, respondiendo inmediatamente a los comentarios, por lo cual se necesitan herramientas eficaces para organizar la subida de contenidos de calidad con fuentes de información de calidad y populares para que puedan compartirlos. Actualmente los videos e imágenes son los favoritos por los clientes en redes sociales. Asimismo las redes sociales buscan que la voz del cliente sea escuchada, por tal motivo hacen que los clientes sean más exigentes con las marcas y por lo mismo menos tolerantes.

En lo que concierne, al indicador Innovación se tomó en cuenta los siguientes conceptos, la innovación es un elemento fundamental en las Pymes ya que mejorará sus servicios y productos cumpliendo así con las necesidades específicas de cada cliente, para lograr una adecuada gestión administrativa debe haber una sinergia constante de acciones requeridas para mejorar la utilización de los recursos, por consiguiente, las elecciones que se tomen oportunamente generarán en las corporaciones un impacto positivo, según lo expuesto por Gavilanez, Espin Oleas, & Arévalo Palacios, (2018: p. 2,3,5).

Por otro lado, Arenal Laza, (2017: p. 2,122) la innovación, es indispensable para las compañías siempre deben de utilizar métodos para innovar constantemente sus productos por ende los colaboradores tienen el poder de

convencer a los usuarios que los nuevos productos se adecuan a sus necesidades. Ofreciendo un servicio proactivo, eco amigable y brindan una satisfacción como resultado mejorando de esta manera las prácticas estándar.

Sin embargo, Mejiá Trejo, Sánchez Gutierrez, & Maldonado Guzman, (2016: p.457) en su artículo en idioma ingles señalan que la innovación es un elemento importante y clave para aumentar la capacidad competitiva de los negocios. Asimismo la innovación es desarrollada por la Administración del conocimiento.

Con respecto, al indicador Funcionalidad de la página web, se consideró lo propuesto por Loredana, (2017: p.13,14) la funcionalidad de la pagina web es elaborar contenido de la empresa de manera virtual online, para que el cliente en una primera instancia busque la empresa y se pueda dar a conocer el producto o servicio, logrando hacerlo más popular y visible en todas las redes sociales mediante la página web, donde se encuentra el público objetivo, finalizando con la compra del producto o servicio. Todo lo mencionado se logra conectando en todos los canales de la organización buscando hacer contenidos indexandolo en los buscadores de plataformas de google, o goggle + que es recomendada por las capacidades de búsqueda, dando resultados por páginas, comunidades, categorías y de personas.

A propósito, para el indicador Plataforma virtual se tuvo en cuenta la siguiente teoría establecido por Pintado Blanco & Sánchez Herrera, (2017: p.103,104,189) las plataformas virtuales educacionales es una evolución digital en el índice de contenidos esta compuesta por imágenes y estan alineadas con los asuntos de conversación de los alumnos. En la actualidad son instrumentos eficaces para el conocimiento de los alumnos. Asimismo los negocios que utilizan plataformas virtuales en tiempo real han permitido sincronizar de forma rápida y eficaz la comunicación con las empresas y sus clientes, todas las personas que usan teléfono móvil se conectan en las redes sociales, por ende es una herramienta oportuna para captar nuevos clientes.

Por otro, el indicador Originalidad en diseño gráfico tenemos lo definido por Romero Guáqueta, y otros, (2020: p.53) la originalidad en el diseño gráfico se da a través de los lenguajes y significados de las imágenes, el texto de lo icónico y lo textual que es convertido en materia prima por el diseñador grafico, los artefactos

que son productos del diseño gráfico interactúan y se complementan desde la subjetividad que ofrece la imagen desde la racionalidad del texto, mostrando como resultados piezas de comunicación, por lo que el diseñador busca siempre un equilibrio entre los dos componentes. Asimismo el papel que es un recurso textual se extiende más allá del objetivo del contenido que se materializa a través de las formas de tipografía, por lo cual, adquiere un valor y originalidad.

En lo que se refiere, al indicador Mejoramiento de sistemas integrados, según lo expuesto por Yoaima Dickinson & Monserrate Ruíz, (2019: p.80) la adaptación de tecnologías de la información (TIC) y de las comunicaciones han transformado el mundo actual en las últimas 3 décadas, generando procesos y operaciones que hace años eran inimaginables con referente a la calidad, la veracidad y la accesibilidad de la información. Actualmente la información es un componente primordial en las acciones de la empresa, ya que nos permite saber que esta ocurriendo en el nivel inferior y superior de la cadena de suministro, reduciendo la incertidumbre relacionada con los proveedores y de la demanda. Estas tecnologías beneficiarán a las organizaciones para que puedan reducir los costos.

Con referencia, a la segunda Dimensión Servicio se toma en cuenta las siguientes teorías, conforme lo sostiene Arenal Laza, C. (2019: p.11) el servicio de la atención al cliente es un grupo de servicios que una compañía ofrece a sus clientes con el fin de que obtengan sus productos de la forma prevista, en el lugar y tiempo estipulado y a su vez se cerciore del buen funcionamiento de los mismos, es una relación entre el cliente y empresa. El sector del servicio al cliente es la relación, la escucha y el entendimiento de las consultas, quejas y reclamaciones que tenga el cliente en lo concerniente al servicio acordado o producto aceptado.

Por un lado, Breschi, R., Freundt, T. y Orebäck, M. (2017: p.14) en su artículo en idioma inglés indicaron que una entidad de servicios, es la que tiene constante trato o relación directa con el público, porque son los colaboradores los que realizan el servicio eficiente llegando en el tiempo oportuno a los clientes. Por otro, Arias, L., Bravo, K, y Mendoza, P. (2018: p.3) en su artículo versión en inglés señalaron que los clientes valoran más la calidad del servicio, por ende, es más considerable las características de un producto, por tal razón, el comprador

compara los servicios percibidos de los productos semejantes. Por otro, Vera & Trujillo, (2018: p.3) en su artículo en inglés mencionaron que para lograr una óptima calidad de servicio es importante tener en claro que es y cómo funciona los servicios, de modo que con el transcurso del tiempo pueda ser medible.

En lo que concierne, a los indicadores de la dimensión servicio se propuso las siguientes teorías, para el indicador Diseño y desarrollo de páginas web se consideró lo establecido por Martínez Gabaldón, (2020: p.62) señaló que la página web, es un documento que esta escrito en código HTML, que al ser abierto en un navegador se muestra como un documento editado, quiere decir que se visualiza un texto con formatos, enlaces, imágenes y videos, etc. Las páginas web son estables porque los datos quedan escritos en el documento y no provienen de ningún servidor externo. Asimismo, si deseamos cambiar algo, se abre el documento y se hace el cambio manualmente. Por lo tanto es una ventaja ya que para visualizarlo basta con disponer del archivo que la contiene y de un navegador web para poder abrir la página. Al no necesitar de conexiones de servidores con otros, el tiempo de carga es menor.

En cambio, Torres Llosa V., (2020: p.34) el desarrollo web y los canales digitales es la parte fundamental de una transformación digital por ende requiere un esfuerzo especial de aprendizaje. La transformación digital implica mucho más que ventas digitales, la reformulación de estrategias consta de 4 niveles; desarrollo de capacidades de venta digital, desarrollo de capacidades core, generación de un mindset digital y el desarrollo de un ecosistema digital externo con startups y fintech. Por lo cual se logra luego de análisis estratégico customer centric apoyado en la mejora de la propuesta de valor.

En relación, al indicador Marketing Digital, según lo planteado por Bricio Samaniego, Calle Mejía, & Zambrano Paladines, (2018: p.103.104) señaló que el marketing digital es una herramienta eficaz y indispensable para las empresas, por las nuevas adaptaciones y cambios tecnológicos. Por lo cual permite facilitar procesos para la comercialización en todo el mundo a nivel internacional y nacional. Gracias al marketing digital se logra detectar las oportunidades en el mercado global por ende las compañías desarrollan un plan de marketing para segmentar sus mercados y conocer más sobre los medios sociales que se utilizan actualmente en cada país. Actualmente las redes sociales más conocidas son

Facebook, Twitter, LinkedIn y Instagram son los principales medios para llegar a los clientes.

Así mismo, Calle Calderón, Erazo Álvarez, & Narvárez Zurita, (2020: p.340) indicaron en su revista en idioma Ingles que el Marketing digital actualmente tiene un papel importante en las labores comerciales de las compañías a nivel mundial, ya que emplean estrategias digitales con el objetivo de optimizar la rentabilidad y el posicionamiento en los diferentes mercados internacionales y nacionales, con la utilización de las redes sociales. Por ende, las estrategias de mercadeo son herramientas importantes para mantener a los consumidores fidelizados y actualizados con temas de compra y venta de los productos y servicios en las plataformas virtuales, logrando así un medio innovador de interacción con el comprador.

En lo concerniente, al indicador Asesoramiento a nuevos clientes, según lo propuesto por Arenal Laza, (2019: p.24) el asesoramiento de los nuevos clientes es importante porque se brinda información sobre los contratos y temas legales de los servicios que se ofrece, así como también del diseño y aspectos técnicos de los nuevos productos, asimismo se brinda información de las herramientas o materiales a utilizar para la elaboración del producto o servicio.

En cuanto, al indicador Atención de incidencias se tomó en cuenta lo planteado por Arenal Laza, (2019: p.7,30,51) la atención de incidencias o también conocido como quejas y/o reclamos del cliente es una pista importante a seguir para crecer y mejorar el bien o servicio, por tal motivo la organización deberá brindar soluciones a la brevedad a todos los reclamos o quejas, por consiguiente para incrementar la calidad en el servicio al cliente, tendrán que reducir el número de quejas, devoluciones o problemas que surgen a partir de una mala atención al cliente.

Ahora bien, el indicador Efectividad en las entregas se fundamentó con la presente teoría según lo expuesto por Rojas, J. & Valencia (2017: p.5) define la efectividad como la relación de los resultados previstos y no previstos con los objetivos, se refiere a la cuantificación del logro de la meta, asimismo señala que es el nivel en que se alcanzan los objetivos. Por ende es el resultado de la eficacia y la eficiencia. La efectividad quiere decir que los objetivos planteados son trascendentales y que estos deben ser alcanzados.

Con referencia, al indicador Productividad de los proyectos según lo establecido por Rojas, J. & Valencia (201: p.5) indicó que la productividad tiene un impacto positivo en el trabajo en equipo y en la efectividad. Asimismo entre sus principales factores tenemos; el liderazgo, la formación, el aprendizaje, las metas, la desigualdad, los sistemas de recompensa, el tamaño del equipo, la motivación, los modelos de efectividad, las mediciones del equipo y las tecnologías de información utilizadas, asimismo, según lo definido por Torres Llosa V., (2020: p.80) señaló que el incremento de la productividad mejora notablemente la productividad de la empresa, por tal motivo optimiza el uso de los recursos. mejorando el uso de herramientas tecnológicas de trabajos colaborativos facilitando un aspecto primordial del proceso de transformación digital.

En cuanto, al indicador Tiempo que demora para procesar los requerimientos del cliente se consideró lo definido por Pintado Blanco & Sánchez Herrera, (2017: p. 24,388) indicó que el tiempo y la rapidez de la información es esencial, una información en tiempo real es lo que buscan los clientes, la entrega de información como son los requerimientos de los cliente son importantes para tomar decisiones en el área operativa para satisfacer las necesidades del consumidor. El objetivo principal es tener un diálogo constante y permanente con el cliente que permanezca en el tiempo, para dar a conocer los tiempos de entregas de los servicios de acuerdo a la información obtenida.

En lo que corresponde, a la tercera Dimensión Interacción, se tomó en cuenta conforme lo sostiene Arenal Laza, C. (2019: p.25,34,35) la interacción es cuando la comunicación deja de ser unilateral en la actualidad se empieza a buscar respuesta de nuestros clientes, nos importa su opinión, sus sugerencias y sus críticas para poder mejorar nuestro servicio. El cliente actualmente está en las redes sociales, en los medios digitales y blogs. El objetivo de la interacción es evitar errores como por ejemplo no entregar la mercancía a tiempo, por falta de algún documento relevante del cliente. Asimismo, la interacción con el cliente nos permite clasificarlos según su rentabilidad lo cual nos permite reducir los costos de transacción y la relación con aquellos clientes que están por debajo de los niveles convenientes.

Con relación, a los indicadores de la dimensión interacción se tuvo en cuenta las siguientes definiciones, en lo que respecta, al indicador Amabilidad se consideró lo propuesto por Arenal Laza, C. (2019: p.27,28) anteriormente el concepto tradicional sobre el servicio al cliente se tenía en cuenta la satisfacción de las necesidades, la expectativa del cliente y la amabilidad que era primordial en la atención. Actualmente los clientes valoran más los nuevos elementos de un servicio que son las soluciones, la personalización, la oportunidad, el tiempo de entrega y la amabilidad.

Así mismo, para el indicador Empatía según lo definido por Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.152) la empatía es una aptitud que sirve para comprender la parte emocional de las individuos, es una destreza que permite comprender a otras personas cuya labor son las reacciones emocionales tiene como característica la destreza de formar y conservar el talento, la sensibilidad intercultural en los servicios de atención al cliente y consumidores.

En cuanto, al indicador Actitud se consideró lo establecido por Arenal Laza, C. (2019: p.39,48) la actitud de las personas se ve reflejada en la satisfacción de un cliente porque es un punto primordial la actitud de los colaboradores de una compañía, asimismo su obligación es con la visión de la entidad que tiene un concepto que cautiva a los clientes. La imagen de una organización se define como la actitud que tiene la empresa referente a sus valores que presente mostrar.

Con referencia, al indicador Entusiasmo se consideró lo señalado por Arenal Laza, C. (2019: p.30) el entusiasmo es importante para tratar a los clientes con respeto, saludarlos con entusiasmo con una sonrisa y esforzarse siempre para solucionar los problemas, consultas, quejas o cualquier otro asunto que puedan tener los clientes, todo ello permitirá que los clientes regresen nuevamente a consumir sus productos o servicios.

Por un lado, el indicador Capacidad de escucha se tomó en cuenta lo expuesto por Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.158) señaló que la capacidad de escucha es una habilidad comunicacional que debe ser entrenada y adquirida desde el primer instante de la información, por ende significa pensar en lo que se va decir, evitar hablar cuando tengamos estados emocionales difíciles, se debe prestar atención al receptor del mensaje para poder codificar la

información y se pueda seleccionar la vía de comunicación logrando precisar las señales no verbales como los gestos y las señas corporales, por tal motivo se logre anotar la información importante.

En lo concerniente al indicador Vocación de servicio se consideró lo establecido por Luque Estévez, (2019: p.36) indicó que la vocación de servicio es tener la capacidad de automotivarse y gestionar eficazmente las emociones tanto de sus clientes como de uno mismo, por tal motivo es importante que los colaboradores tengan una vocación de servicio para realizar el trabajo de ventas. Sin embargo, Restrepo Morales, Giraldo Betancur, & Vanegas López, (2019: p.92) en su revista en idioma inglés señalaron que las compañías deberán de mantener una disciplina de servicio continuo, asimismo se tendrá en cuenta este recurso para brindar al público el servicio que solicitan.

A propósito, para el indicador Preocupación por los clientes, según lo definido por Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.52) señaló que la preocupación por los clientes es un nivel de competencia por lo cual los colaboradores deben mantener actuando siempre con integridad, independencia, criterio, veracidad y objetividad. Asimismo, los profesionales deben atender los asuntos referentes a la preocupación por los intereses, competencia, diligencias ya sea de las personas que confían o de las entidades y terceros. Por lo tanto, es una falta de ética la aglomeración de cargos, tareas, labores o temas que sean difíciles de atender.

Con respecto, a la cuarta Dimensión Satisfacción se tomó en cuenta la siguiente teoría expuesto por Gutiérrez, (2017: p.32) la satisfacción es el producto de que tan bien se ha interactuado con el público, el colaborador o vendedor, esto se da cuando el usuario recomienda los servicios de la empresa, cuando la compañía cumple con lo ofrecido. En efecto esto debe ser el fin principal de toda compañía, trabajar arduo para obtener niveles superiores de satisfacción con su público y luego fidelizar a los nuevos clientes procedentes de la competencia.

En lo que corresponde a los indicadores de la dimensión satisfacción se fundamentó con las siguientes teorías, para el indicador Cumplimiento de entregas, se consideró lo planteado por Arenal Laza, (2019: p.99) los centros comerciales o tiendas deberán cumplir con las entregas de los productos o servicios, así como el cumplimiento de las normas de atención al cliente. El

incumplimiento referente a las entregas o canjes serán sancionadas según las normas establecidas por la empresa.

De igual manera, para el indicador Proactividad, conforme lo sostiene Pintado Blanco & Sánchez Herrera, (2017: p.197) la proactividad se manifiesta en el trabajo es un compromiso al igual que el entusiasmo, por ende es importante, y tiene que ser utilizada para lograr una óptima atención al cliente.

En cambio, con relación al indicador Asesoría post venta se tomó en cuenta lo definido por Martínez Gabaldón, (2020: p.37) señaló que un óptimo servicio de post venta necesita que los correos electrónicos y llamadas se contesten a la brevedad posible y de forma personalizada, por lo cual se evalúe periódicamente la atención ofrecida para mejorar día a día. Asimismo, se deben reparar los daños causados a los clientes, de modo que el cliente quede contento a través de cambios del producto, descuentos, regalos o puntos etc. Por ende, el servicio post venta debe estar atento a los comentarios de los usuarios que realizan de los productos en especial dentro de la web o reseñas que escriben en google y en las redes sociales, para poder detectar que es lo que daña la imagen de la empresa.

Con referencia al indicador Valor agregado se consideró lo expuesto por Arenal Laza, (2019: p.73) indicó que el valor agregado es lo que distingue a una organización o empresa, así como también la diferencia del producto que se oferta, por lo cual el servicio que cuenta con un valor agregado será mejor reconocido por los clientes, tendrá un mayor alcance y posicionamiento.

Del mismo modo, se fundamentó el indicador Compromiso según lo establecido por Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.139,152) mencionó que el compromiso es importante porque permite lograr un sistema de control eficiente. Por ende deberá contar con el compromiso de los colaboradores encargados de medir, ya que el grado de compromiso que obtengamos dependerá de una buena medición de la forma como sea percibido el control en los colaboradores de la organización. Por consiguiente si los colaboradores se encuentran motivados trabajarán para alcanzar los objetivos de la empresa por tal razón estarán comprometidos con la organización.

En lo que se refiere, al indicador Soluciones, según lo planteado por Marco, Aníbal Loguzzo, & Leonel Fedi, (2016: p.161,162) indicó que las soluciones aparecen en los conflictos por tal motivo permite tener resultados positivos a través de soluciones innovadoras que beneficiarán a todas las partes. Por ende gracias a los conflictos permite detectar los problemas a tiempo, sin embargo son inevitables los desacuerdos, forman parte del día a día de las organizaciones, las soluciones forman parte de dos estilos extremos de negociación las cuales son; Negociación basada en posiciones que se encuentra las Soluciones ganar-perder y Negociación basada en intereses donde señala las Soluciones ganar-ganar.

Otro punto, el indicador Años de experiencia fue fundamentado por Yoaima Dickinson & Monserrate Ruíz, (2019: p.35) los años de experiencia acumulados indica que es difícil implementar una planificación para el desarrollo de los productos de acuerdo a su ciclo de vida, así como se hacía hace años. Por lo cual, permitía alargar la vida comercial de un producto.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Con referencia al **tipo de investigación**, fue de tipo aplicada porque se utilizó las teorías generales para sugerir, recomendar y proponer una solución a los problemas de la organización, Baena Paz, (2017: p.17,18) consideró que la ciencia aplicada lleva consigo un conjunto sistemático de conocimientos teóricos, asimismo todas las ciencias puras son aplicadas frecuentemente para resolver dificultades concretas. A la investigación aplicada también se le llama utilitaria porque plantea problemas concretos que requieren soluciones a la brevedad posible. La investigación aplicada centra su atención en probabilidades concretas para efectuar la práctica con las teorías generales y todo su esfuerzo se concentra en resolver las necesidades que se plantea en la sociedad.

En lo concerniente al **diseño de investigación** el estudio fue no experimental - transversal porque se observó la situación problemática tal como se encuentran, sin la intervención en su desenvolvimiento, por lo cual no hubo manipulación, ni experimentos. Por ende, es no experimental porque no se realizó experimentos, tampoco hubo manipulación de las variables intervinientes.

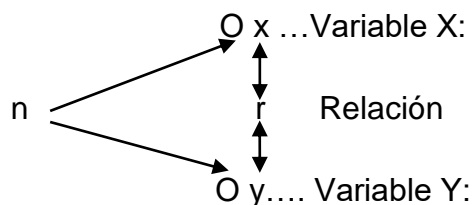
Por un lado, Hernández, y otros, (2018: p.87,88) en su libro indicaron que la investigación no experimental es aquella donde no existe manipulación de las variables, en ningún momento sufren alguna modificación y se detalla según como se desenvuelve en su contexto natural, realizando la descripción la relación de cada una de ellas. Asimismo, señalan que transversal se refiere porque se mide las variables en un tiempo único y en un espacio determinado.

Con respecto al diseño fue transversal porque se aplicó como técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento utilizado en un solo momento, en un periodo de tiempo y en una sola oportunidad.

En ese mismo contexto, Rodríguez & Mendivelso, (2018: p.142) consideraron en su revista que el diseño de corte transversal es un estudio observacional de base individual tiene doble propósito descriptivo y analítico. Se conoce como estudio de encuesta transversal. Tiene como objetivo principal identificar la frecuencia de una condición de la población. Asimismo, el diseño transversal incluye individuos con o sin la condición en un momento o tiempo

determinado. El investigador no realiza intervención solo realiza una medición de cada variable.

En el siguiente esquema se muestra:



Dónde:

n: Es la muestra

Ox: Gestión Administrativa, representa a la variable X

Oy: Atención al cliente, es la observación de la variable Y

r: Representa la relación de las variables.

En lo referente al **enfoque de la investigación** el presente estudio es de enfoque Cuantitativo, porque se utilizó la estadística como método.

Por un lado, Otero Ortega, (2018: p.4,5) consideró que el enfoque cuantitativo ayuda analizar la información de forma numérica en el ámbito de la estadística. Se fundamenta en los hechos presta poca atención a la subjetividad de los individuos. Asimismo, propone una investigación deductiva más objetiva. Por ende, se requiere claridad para definir, limitar y saber con exactitud dónde empieza el problema, para saber en qué dirección va y que incidencias existen en sus elementos. Su principal característica es el establecimiento de las hipótesis, que se generan antes de empezar con la recolección de información y analizar los datos. Por lo cual se recurre a los procedimientos estandarizados que son aceptados por la comunidad científica.

En lo que concierne al **nivel de la investigación** fue Descriptivo – Correlacional porque se describe las variables y es correlacional porque busca conocer la correlación de ambas variables.

A propósito, Ochoa Pachas & Yunkor Romero, (2020: p.5,6) señalaron en su artículo que la investigación científica de nivel descriptivo corresponde a la investigación cuantitativa, muestra una variable también conocida como variable de interés. Su naturaleza del estudio es univariado por ende se consideran los elementos que están en el entorno de la misma. Asimismo los estudios descriptivos con frecuencia no son considerados, ya que se les asocia a los estudios correlacionales o relacionales.

Así mismo, Ochoa Pachas & Yunkor Romero, (2020: p.5,6) indicó que el nivel descriptivo tiene sus cualidades, son descriptivos puros, de verificación o de estimación. La investigación descriptiva pura se encuentra en la estadística descriptiva de frecuencia absoluta y relativa, en el estudio descriptivo de estimación se elaborará la inferencia estadística con un intervalo de confianza del 95%, el estudio descriptivo de verificación se ejecuta la prueba de hipótesis que es la contrastación.

En ese mismo sentido, Ramos Galarza, (2020: p.3) señaló en su artículo que el alcance de la investigación correlacional inicia con la necesidad de establecer una hipótesis con la cual se manifiesta la relación entre dos variables o más. Utiliza el nivel cuantitativo donde se emplea los procedimientos estadísticos inferenciales donde se extraen los resultados. Asimismo emplea el enfoque cualitativo donde se ejecuta un análisis del contenido lingüístico por lo cual, el análisis de codificación selectiva, sugiere las relaciones que se producen entre categorías que aparecen en los discursos de los integrantes.

3.2. Variables y operacionalización

Con referencia a la definición conceptual de las variables Villasís Keever & Miranda Morales, (2016: p.304,305) indicaron en su artículo que las variables establecen todo aquello que se mide, se recolecta la información y/o datos con el fin de contestar los cuestionarios que se detallan en los objetivos. La selección es fundamental, esta revista tiene como propósito indicar que elementos se considerarán en la sección de las variables. Por ende, se seleccionarán aquellas que nos faciliten determinar los objetivos. Asimismo, deberán precisar cómo serán medidas para que los resultados puedan darse. Por ese motivo se debe incluir definiciones conceptuales y operacionales desde el tema metodológico. La

distribución de las variables contribuye a comprender como se ha conceptualizado y relacionado las variables, de acuerdo al diseño de la investigación.

En cuanto a las variables que se evalúan en el presente trabajo son las siguientes, tenemos la primera **Variable X: Gestión Administrativa**.

Ahora bien, se detalla su **Definición conceptual** Caldas Blanco, Carrión Herraéz, & Heras Fernandez, (2017: p. 242) señalo que es ejecutar una serie de procedimientos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información.

En lo que respecta a la **Definición operacional** para alcanzar los objetivos del estudio se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 26, interpretando los resultados; Además se empleó otros métodos de análisis estadístico.

Por lo que se refiere a la segunda **Variable Y: Atención al cliente** se especifica la **Definición conceptual** Arenal Laza, (2019: p.7) indicó que es el servicio brindado por una compañía con la finalidad de interrelacionarse con los usuarios para satisfacer sus requerimientos. Es un instrumento eficaz para relacionarse con los consumidores para garantizar el uso adecuado de un producto o servicio.

En cuanto, a la **Definición operacional** para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 26.

En lo que concierne a la escala de medición se utilizó Ordinal Likert de cinco alternativas para las dos variables.

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

Con respecto a la población fue de 110 personas, conformada por 60 clientes recurrentes y 50 personas del área administrativa y operativa de la empresa CREAWEB PERÚ SAC. La población es el grupo de individuos, que fueron objetos de estudio, la población nos sirvió para realizar la encuesta y así medir los resultados del presente trabajo. Por tal motivo, la encuesta se realizó en 2 semanas, en las siguientes fechas a partir del 05 de Julio hasta el 16 de Julio del 2021.

Por lo que se refiere a los datos se obtuvieron del Registro de los clientes diarios y de la Planilla de sueldos de los empleados, Asimismo es una población pequeña, por ende, el método que se utilizó fue censal.

Así mismo, Arias Gómez, Villasís Keever, & Miranda Novales, (2016: p. 201,202) considera la población como el grupo de casos, definido, limitado y accesible. Es un dato importante para la elección de la muestra cumpliendo con cada criterio preestablecido. Asimismo, el termino población no necesariamente se refiere a seres humanos, también corresponde a animales, muestras biológicas, expedientes, hospitales, objetos, familias, organizaciones, etc. Luego de precisar la población, el investigador deberá definir los criterios a cumplir con los integrantes. Se detallan las particularidades de la población que son los criterios de selección la inclusión, exclusión y/o eliminación, que limitarán a la población idónea.

En lo concerniente a los **Criterios de selección** se detalla la Inclusión y Exclusión de la investigación.

Referente a la Inclusión se consideró a 50 empleados de la empresa y 60 clientes de mayor frecuencia de la empresa CREAWEB PERÚ SAC.

En cuanto a la Exclusión se excluye a los adultos mayores de 75 años, al personal de servicios de terceros, personal de planillas pasivas, personas con enfermedades especiales y personas analfabetas.

Con relación a la evidencia de la población se considera en los registros de cliente y en la planilla de sueldos.

Tabla 1

Fuente poblacional de ingreso del registro de clientes diarios y planilla de sueldos

Ítems	Población
1.Registro de clientes	60
2.Planilla de sueldos	50
TOTAL	110

Fuente: Elaborado por las investigadoras

A propósito, para la **Muestra** se consideró a Hernández, y otros, (2018: p. 87,97) en su libro metodología de la investigación científica consideró la muestra como una parte específica de la población es un subconjunto que se utiliza para investigar cada característica reuniendo de la totalidad permitiendo la generalización de los resultados para controlar el tamaño y la selección de la muestra.

Además, el método utilizado fue CENSAL la muestra es igual a la población. Se utilizó el 100 % de la población que son las 110 personas.

Por lo que se refiere al **Muestreo** en este trabajo de investigación no hay muestreo, no es necesario porque el método que se utilizó es censal.

También, Hernandez & Carpio, (2019: p.76,77,78) en la revista inducción a los tipos de muestreo determinó que el muestreo es un instrumento de investigación científica por lo cual, su propósito es considerar una parte de la población para la investigación. Se efectuará la selección de la muestra cuando su población es infinita. Indica que la población es finita cuando tiene gran tamaño. Asimismo, se destruyen las unidades muestrales cuando no hay recursos suficientes o no se cuenta con el tiempo.

Con referencia a lo anterior, Hernandez & Carpio, (2019: p.76,77,78) indicó que el muestreo se divide en dos grandes grupos. El primero son los probabilísticos, que se basan en los principios de equiprobabilidad, que son los más empleados porque buscan más representatividad. En los métodos no probabilísticos son seleccionados con cuidado a los individuos de la población porque utilizan criterios detallados buscando así representatividad. Sin embargo, no son aplicados para inferencia de resultados de la población.

En cuanto a la **Unidad de Análisis** de la investigación está conformado por 110 encuestados, entre ellos 50 empleados y 60 clientes frecuentes de la empresa CREAWEB PERÚ SAC.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En relación a la Técnica de recolección de datos en el presente trabajo se utilizó como técnica de recopilación de datos la encuesta, a través del instrumento de cuestionario se plantearon un total de 64 preguntas, 32 preguntas para la primera variable Gestión Administrativa y 32 preguntas para la segunda variable Atención al cliente.

Por otro, Gonzalo Seid & Abiuso, (2019: p.2,4) consideró en su informe que la encuesta es una técnica de producción de datos, se utiliza por medio del cuestionario estandarizado porque permitirá saber sobre múltiples temas de los individuo o grupos estudiados entre ellos podemos saber las creencias, opiniones, hechos, actitudes, pautas de consumo, hábitos y intenciones de voto. Asimismo, existen varias modalidades para la implementación de una encuesta por lo cual es a partir del criterio que se cuente o con la participación del encuestador en la administración del cuestionario. Se detalla los siguientes tipos de encuestas; Con participación de encuestador: son presenciales y telefónicas. Sin participación de encuestador: son auto administradas, vías telefónicas automatizadas, por correo electrónico y mediante la web.

Con respecto a la **Validación del instrumento** del presente estudio fue validado por Juicio de expertos, que está conformada por los docentes de la Universidad Cesar Vallejo.

En cuanto, a los criterios de calificación, se tomó en cuenta para la aprobación de las variables de estudio la pertinencia, relevancia y claridad.

Por ello, la encuesta utilizada fue evaluada por los siguientes profesionales en el tema:

Tabla 2

Cuadro de validación por docentes de la universidad

Expertos	Opinión
Dra. Edith Rosales Domínguez	Aplicable
Dra. Teresa Narváez Aranibar	Aplicable
Dr. Edwin Arce Álvarez	Aplicable

Fuente: Elaborado por las Investigadoras

En lo concerniente, a la **Confiabilidad** según lo definido por Villasís Kever, Marquez Gonzalez, Zurita Cruz, Miranda Novales, & Escamilla Nuñez, (2018: p.416,419), consideraron la confiabilidad como el resultado de un estudio por lo cual se consideran confiables cuando presentan un alto grado de validez, cuando no hay sesgos. Asimismo, este término es más utilizado cuando se desarrollan instrumentos o escalas clínicas cuando se evalúan la depresión,

calidad de vida y gravedad de una enfermedad. Por ende, cuando se establece una escala es reproducible y consistente. Concluyendo que es confiable.

Lo anteriormente expuesto por Villasís Keever, Marquez Gonzalez, Zurita Cruz, Miranda Novales, & Escamilla Nuñez, (2018: p.416,419) señaló que para mejorar la confiabilidad de las mediciones el investigador deberá asegurar que las mediciones sean apropiadas para los objetivos de la investigación debe estar en consonancia con el conocimiento universal deberá tener una distribución adecuada de respuestas en la población y tienen que ser objetivas. Algunas estrategias a seguir para evitar los errores en la obtención de datos, todo estudio deberá tener la definición operacional de las variables, capacitación de las personas que harán las encuestas, en las mediciones se deberá verificar el desempeño y la evaluación de los registros.

Del mismo modo, deberán emplearse instrumentos automatizados que requiera la intervención de otro sujeto para registrar la respuesta sin intervención del observador. En los cuestionarios se seleccionarán los que estén validados, en el caso de idiomas diferentes seleccionar los que han tenido un proceso de adaptación al idioma de los participantes del estudio. Se recomienda los instrumentos auto aplicables que son los que se requieren de una entrevista, conforme lo sostiene, Villasís Keever, Marquez Gonzalez, Zurita Cruz, Miranda Novales, & Escamilla Nuñez, (2018: p.416,419).

Con respecto, a la **Fiabilidad** del instrumento, según lo planteado por Rodríguez Rodríguez & Reguant Álvarez, (2020: p.11) señaló que es la constancia y precisión de la información obtenida, por ende es esencial para realizar investigaciones aceptables. Asimismo constituye una cualidad principal de las técnicas de instrumentos, incluso esta ligado a la validez del cuestionario.

Tabla 3

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	110	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.975	64

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Interpretación: Se observa en la Tabla N° 3, de Estadísticas de fiabilidad un resultado en el Alfa Cronbach de 0.975 que indica según la Tabla N. 04 de Baremo para el coeficiente Alfa Cronbach, es excelente.

Tabla 4

Baremo para el coeficiente Alfa Cronbach

ESCALA DE VALORES PARA DETERMINAR LA CONFIABILIDAD
-Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
-Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
-Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
-Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
-Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
-Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable
-coeficiente alfa de 0.1 A 0.49 baja confiabilidad
Coeficiente alfa 0 es No confiable

Fuente: Elaborado por las investigadoras

3.5. Procedimientos

En cuanto, al informe de investigación desde un principio se efectuó la recolección de información y datos para luego tomar en cuenta la información en los niveles internacionales, nacionales y locales. Por lo cual se determinó las dimensiones y los indicadores. Por consiguiente, se realizó la matriz de consistencia para posteriormente establecer las preguntas del problema principal y problemas específicos de estudio y así determinar los objetivos para luego finalizar con las encuestas al personal de la empresa y a los clientes recurrentes de la empresa Creaweb Perú SAC.

Por consiguiente, nuestro instrumento de recolección de datos fue validado por expertos. Dando así una confiabilidad del instrumento. Asimismo, al comienzo de la tesis se solicitó el permiso a la empresa Creaweb Perú SAC para utilizar información y datos de la empresa, brindándonos la empresa la aprobación y/o autorización para continuar con la investigación. Posteriormente la empresa informó a su personal y a sus clientes que serán encuestados a través de unos cuestionarios, por motivo de que la empresa está siendo objeto de investigación de una tesis de pregrado de uno de nuestro personal por lo cual solicitaron su apoyo para contestar la encuesta y así ayudarnos con nuestro proceso de investigación.

3.6. Método de análisis de datos

En lo concerniente al trabajo de investigación se empleó para el registro de datos e información los programas de Microsoft Excel y Microsoft Word. Para elaborar y plantear los problemas, objetivos, hipótesis, dimensiones, indicadores y cuestionario, el programa Excel fue de mucha utilidad. Asimismo, para detallar y describir toda la información que se ha recolectado para el trabajo de investigación se utilizó el programa Word que fue de gran utilidad para la elaboración de todo el contenido de la tesis.

Del mismo modo, se elaboró la Estadística descriptiva que nos permitió realizar gráficos y tablas de porcentajes y frecuencia por lo cual nos ayudó a tener una mayor visión y así mismo lograr la medición para la obtención de los resultados.

Con referencia a la Estadística inferencial se procedió con el procesamiento de toda la información de las encuestas a la población y la muestra física a través de un software SPSS Versión 26, por lo cual nos facilitó presentar los datos en cuadros estadísticos y gráficos con barra, para la prueba de la hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación por rangos de Spearman que sirvió para realizar el contraste de hipótesis para obtener así las conclusiones.

A propósito, el método Spearman es una medida de dependencia no paramétrica que sirvió para examinar la correlación de las variables cuantitativas que no cumplan con el supuesto de normalidad en la distribución de los valores. Por lo cual no exige una previa clasificación tampoco la normalidad de la población que se consideró. Por ende, se utilizó el método mencionado.

A continuación, se detalla en la formula el coeficiente de correlación por rangos de Spearman:

$$rho = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^n D_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Doóde:

$$D_i = R_{X_i} - R_{Y_i}$$

R_{X_i} : Rango de la variable de la variable x

R_{Y_i} : Rango de la variable de la variable Y

n : Número de pares de valores $(X;Y)$ o tamaño muestral

3.7. Aspectos éticos

En lo que respecta al estudio cumple con todos los principios de ética por lo tanto no fue plagiado porque se utilizó citas y referencias respetando así los derechos de los autores, asimismo para insertar las referencias se aplicó el método APA.

Asimismo, aplicamos los valores con respeto por lo cual la información original ha sido citada correctamente para mantener la autenticidad. Con respecto a la información de la empresa Creaweb Perú SAC para la obtención y recolección de datos la empresa nos brindó su autorización, por lo cual, el representante general de la empresa está de acuerdo con el presente trabajo de investigación y asimismo este trabajo servirá para mejorar sus procesos administrativos haciendo esto beneficioso para la empresa Creaweb Perú SAC porque podrá identificar los procesos deficientes y así podrá mejorar su gestión administrativa y la atención al cliente generando así una mayor productividad en sus servicios que ofrece, logrando así un compromiso con sus clientes y con el personal de la empresa.

Por otro lado, la presente investigación fue elaborada bajo los lineamientos de la Universidad César Vallejo, garantizando así los derechos de los autores, haciendo siempre referencia mediante el método APA edición 7° considerando siempre sus ideas.

IV. RESULTADOS

Estadística descriptiva

Tabla 5

Gestión Administrativa (Agrupada)

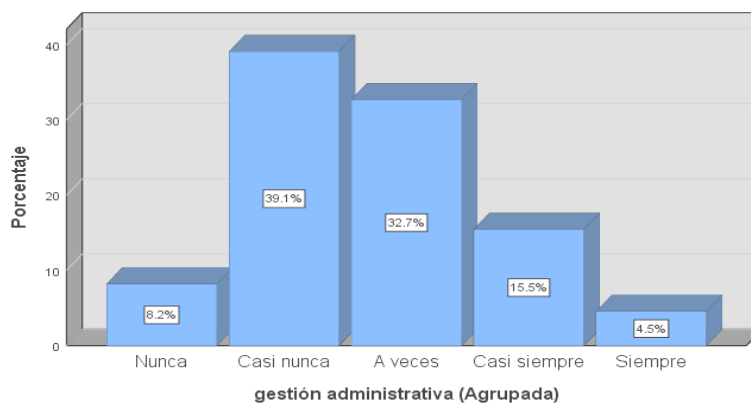
Gestión administrativa (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	8.2	8.2	8.2
	Casi nunca	43	39.1	39.1	47.3
	A veces	36	32.7	32.7	80.0
	Casi siempre	17	15.5	15.5	95.5
	Siempre	5	4.5	4.5	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 1

Gestión administrativa (agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: En la Tabla N° 5, de 110 encuestados sobre la relación de la Gestión administrativa y la Atención al cliente, indicó que un 39.1% respondieron casi nunca, el 32.7 % señalaron a veces, el 15.5% respondieron casi siempre, mientras que el 8.2% respondieron nunca y el 4.5% indicaron siempre.

Tabla 6

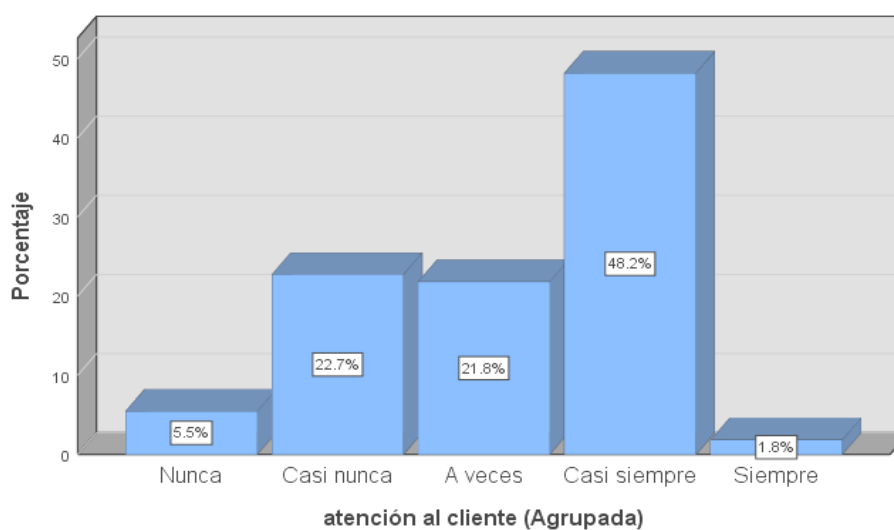
Atención al cliente (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	5.5	5.5	5.5
	Casi nunca	25	22.7	22.7	28.2
	A veces	24	21.8	21.8	50.0
	Casi siempre	53	48.2	48.2	98.2
	Siempre	2	1.8	1.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 2

Atención al cliente (agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se visualiza en la Tabla N° 6, de 110 encuestados sobre la relación de la Atención al cliente con la Gestión administrativa, indicó que un 48.2% respondieron casi siempre, el 22.7 % señalaron casi nunca, el 21.8% indicaron a veces, el 5.5 % respondieron nunca y mientras que un 1.8% señalaron siempre.

Tabla 7

Documentos (Agrupada)

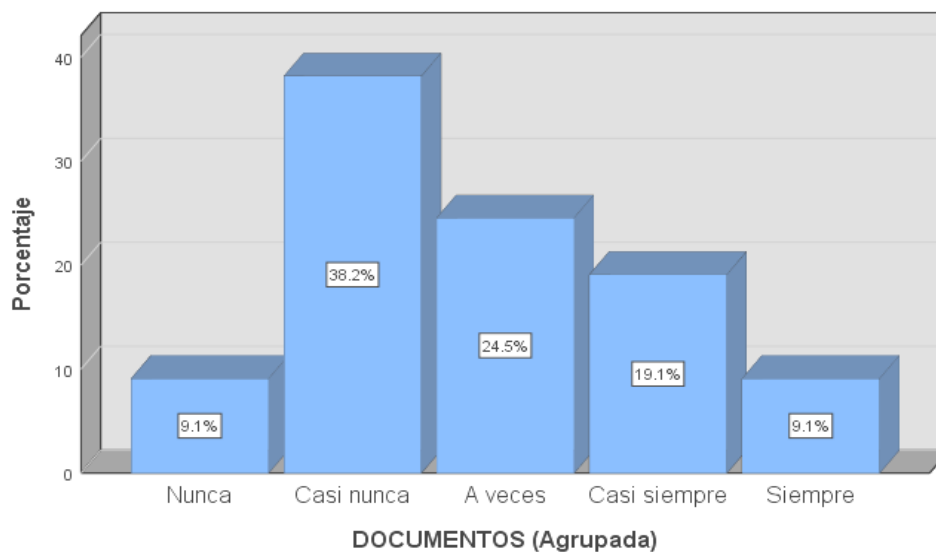
DOCUMENTOS (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	9.1	9.1	9.1
	Casi nunca	42	38.2	38.2	47.3
	A veces	27	24.5	24.5	71.8
	Casi siempre	21	19.1	19.1	90.9
	Siempre	10	9.1	9.1	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 3

Documentos (agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se muestra en la Tabla N° 7, de 110 encuestados sobre la relación de Documentos con la Gestión administrativa, indicaron el 38.2% casi nunca, el 24.5% señalaron a veces, el 19.1% respondieron casi siempre y hay una similitud del 9.1% entre la alternativa nunca y siempre.

Tabla 8

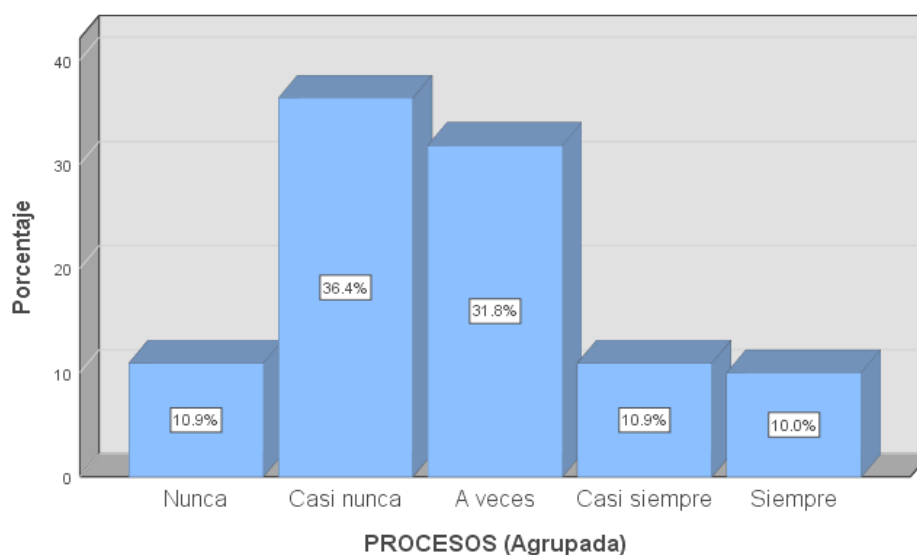
Procesos (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	10.9	10.9	10.9
	Casi nunca	40	36.4	36.4	47.3
	A veces	35	31.8	31.8	79.1
	Casi siempre	12	10.9	10.9	90.0
	Siempre	11	10.0	10.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 4

Procesos (agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se visualiza en la Tabla N° 8, de 110 encuestados sobre la relación de Procesos con la Gestión administrativa, respondieron el 36.4% casi nunca, el 31.8% indicaron a veces, hay una similitud del 10.9% entre la alternativa casi siempre y nunca, mientras que el 10.0% respondieron siempre.

Tabla 9

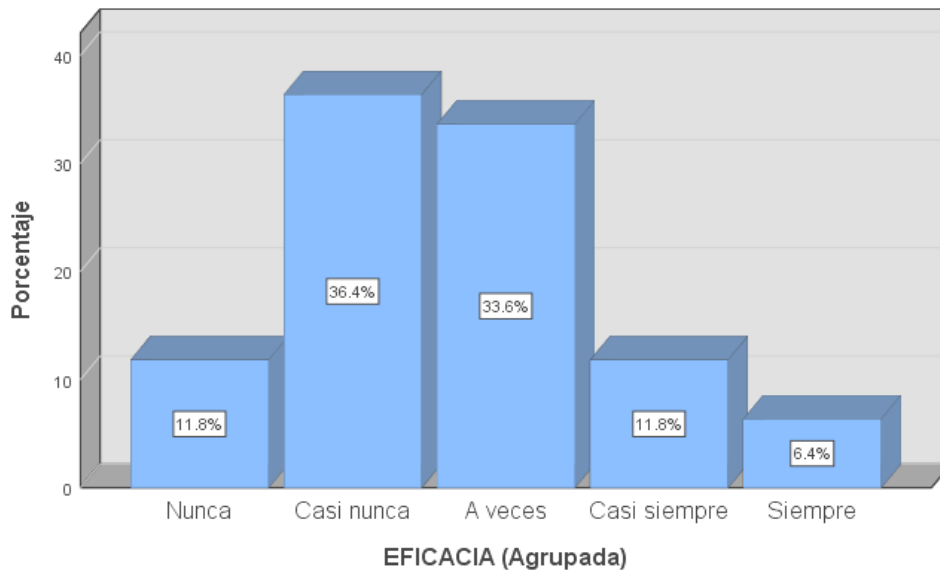
Eficacia (Agrupada)

		EFICACIA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11.8	11.8	11.8
	Casi nunca	40	36.4	36.4	48.2
	A veces	37	33.6	33.6	81.8
	Casi siempre	13	11.8	11.8	93.6
	Siempre	7	6.4	6.4	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 5

Eficacia (Agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se muestra en la Tabla N° 9, de 110 encuestados sobre la relación de Eficacia con la Gestión administrativa, señalaron el 36.4% casi nunca, el 33.6% indicaron a veces, hay una semejanza del 11.8% para la alternativa casi siempre y nunca, mientras que el 6.4% respondieron siempre.

Tabla 10

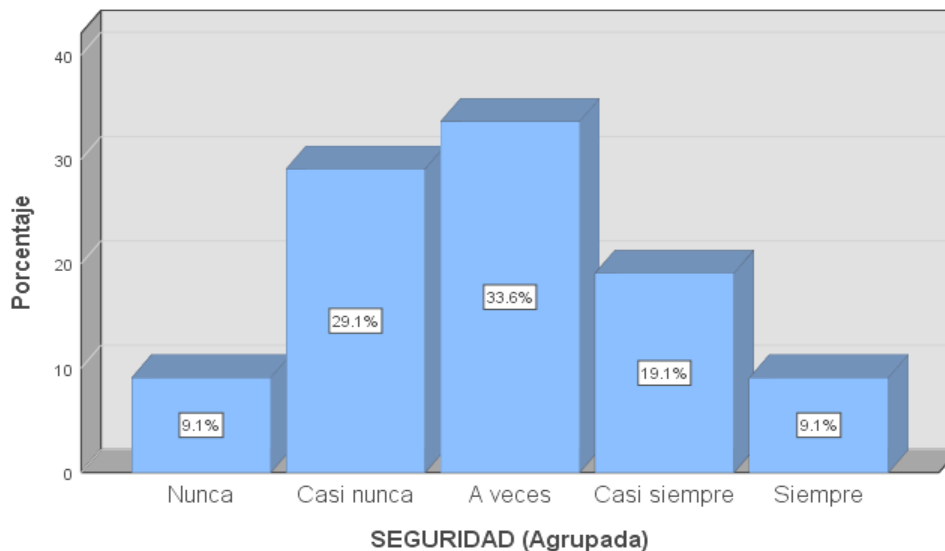
Seguridad (Agrupada)

		SEGURIDAD (Agrupada)			Porcentaje acumulado
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
	Nunca	10	9.1	9.1	9.1
	Casi nunca	32	29.1	29.1	38.2
	A veces	37	33.6	33.6	71.8
	Casi siempre	21	19.1	19.1	90.9
	Siempre	10	9.1	9.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 6

Seguridad (Agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras.

INTERPRETACIÓN: Se observa en la Tabla N° 10, de 110 encuestados sobre la relación de Seguridad con la Gestión administrativa, respondieron el 33.6% a veces, el 29.1% indicaron casi nunca, el 19.1% señalaron casi siempre y hay una similitud del 9.1% para la alternativa siempre y nunca.

Tabla 11

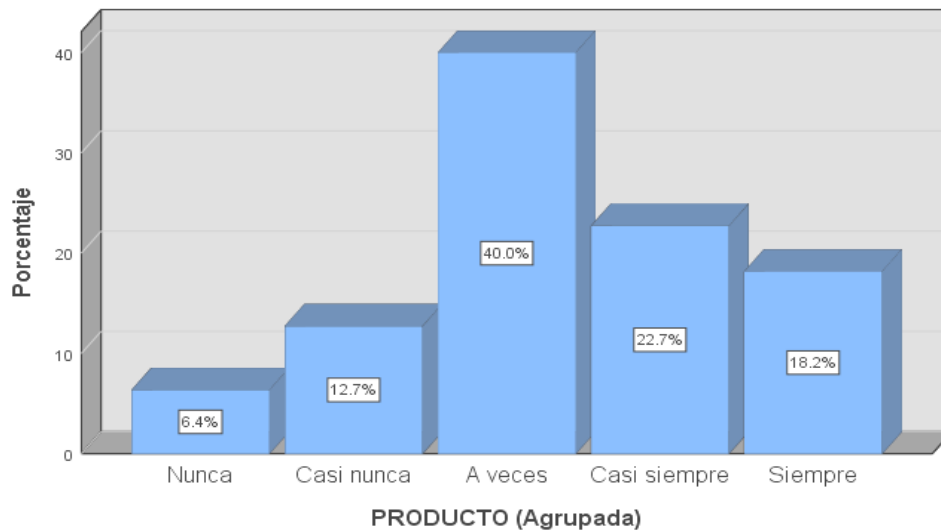
Producto (Agrupada)

		PRODUCTO (Agrupada)			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Nunca	7	6.4	6.4	6.4
	Casi nunca	14	12.7	12.7	19.1
	A veces	44	40.0	40.0	59.1
	Casi siempre	25	22.7	22.7	81.8
	Siempre	20	18.2	18.2	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 7

Producto (Agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se visualiza en la Tabla N° 11, de 110 encuestados sobre la relación de Producto con la Atención al cliente, respondieron el 40.0% a veces, el 22.7% indicaron casi siempre, el 18.2% señalaron siempre, el 12.7% respondieron casi nunca y el 6.4% indicaron nunca.

Tabla 12

Servicio (Agrupada)

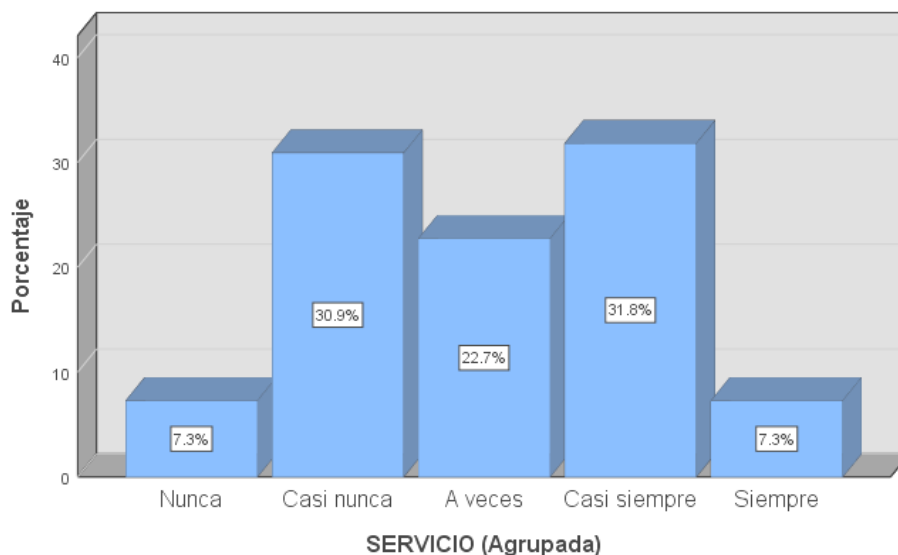
SERVICIO (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	7.3	7.3	7.3
	Casi nunca	34	30.9	30.9	38.2
	A veces	25	22.7	22.7	60.9
	Casi siempre	35	31.8	31.8	92.7
	Siempre	8	7.3	7.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 8

Servicio (Agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se muestra en la Tabla N° 12, de 110 encuestados sobre la relación de Servicio con la Atención al cliente, respondieron el 31.8% casi siempre, el 30.9% indicaron casi nunca, el 22.7% señalaron a veces y hay una similitud del 7.3% entre la alternativa siempre y nunca.

Tabla 13

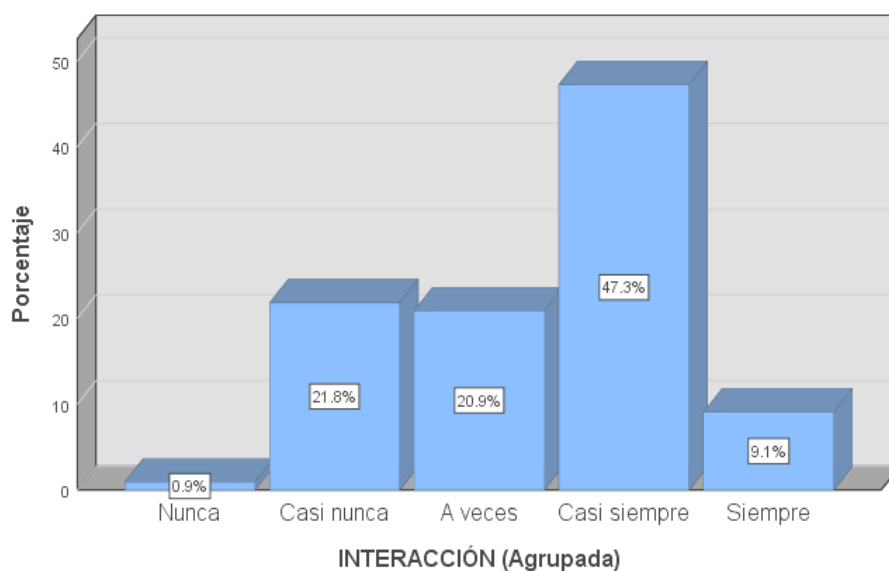
Interacción (Agrupada)

		INTERACCIÓN (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	.9	.9	.9
	Casi nunca	24	21.8	21.8	22.7
	A veces	23	20.9	20.9	43.6
	Casi siempre	52	47.3	47.3	90.9
	Siempre	10	9.1	9.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 9

Interacción (Agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se visualiza en la Tabla N° 13, de 110 encuestados sobre la relación de Interacción con la Atención al cliente, indicaron el 47.3% casi siempre, el 21.8% señalaron casi nunca, el 20.9% respondieron a veces, el 9.1% indicaron siempre y el 0.9% señalaron nunca.

Tabla 14

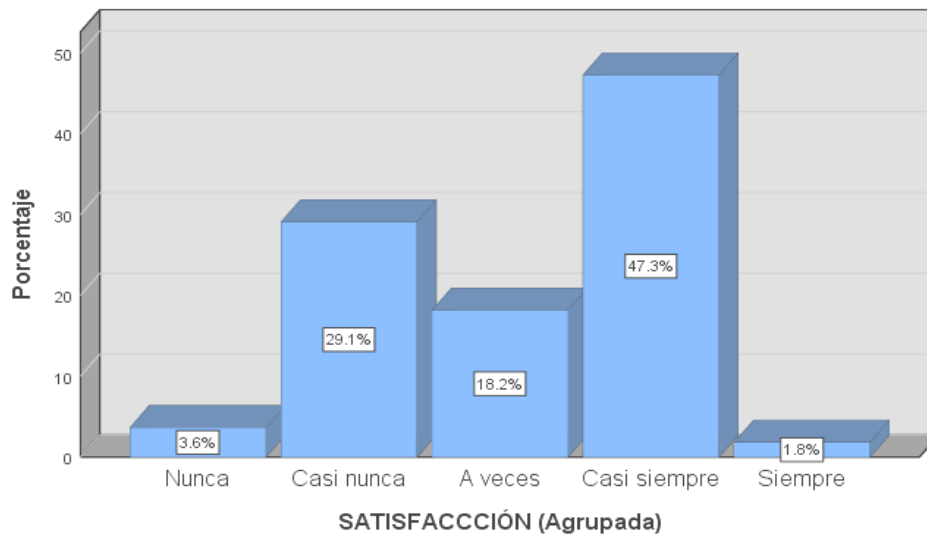
Satisfacción (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	3.6	3.6	3.6
	Casi nunca	32	29.1	29.1	32.7
	A veces	20	18.2	18.2	50.9
	Casi siempre	52	47.3	47.3	98.2
	Siempre	2	1.8	1.8	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Figura 10

Satisfacción (Agrupada)



Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se observa en la Tabla N° 14, de 110 encuestados sobre la relación de Satisfacción con la Atención al cliente, respondieron el 47.3% casi siempre, el 29.1% señalaron casi nunca, el 18.2% indicaron a veces, el 3.6% señalaron nunca y el 1.8% respondieron siempre.

CORRELACIÓN:

Tabla 15

Correlación de Gestión Administrativa y Atención Al Cliente

Correlaciones

			gestión administrativa (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	gestión administrativa (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.424**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.424**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: La tabla N° 15 se muestra una correlación de la Gestión Administrativa y Atención al cliente utilizando el método Spearman, para ambas variables se tuvo un coeficiente de correlación de 0.424; con una significancia bilateral de 0.000 para las dos variables, y una población de 110; comparado con la tabla N° 21, refleja que tiene una correlación significativa positiva moderada. Por ende, este resultado muestra que la Gestión administrativa y sus dimensiones documentos, procesos, eficacia y seguridad, tienen una relación moderada con la atención al cliente.

Tabla 16*Correlación de Documentos y Atención Al Cliente***Correlaciones**

			DOCUMENTO S (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	DOCUMENTOS (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	.441**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.441**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 16 se visualiza una correlación de los Documentos y Atención al cliente utilizando el método Spearman, señaló un coeficiente de correlación de 0.441; con una significancia bilateral de 0.000 para la primera dimensión y la segunda variable, la población es de 110; comparado con la tabla N° 21, indica que existe una correlación significativa positiva moderada. Por tal motivo, este resultado muestra que los documentos y sus indicadores; cartas de presentación, cotizaciones, contratos de servicios y hojas de requerimientos tienen una relación moderada con la atención al cliente.

Tabla 17*Correlación de Procesos y Atención Al Cliente***Correlaciones**

			PROCESOS (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	PROCESOS (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.374**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.374**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 17 se muestra una correlación de los Procesos y Atención al cliente utilizando el método Spearman, indicó un coeficiente de correlación de 0.374; con una significancia bilateral de 0.000 para la segunda dimensión y segunda variable, la población es de 110; comparado con la tabla N° 21, mostró que existe una correlación significativa positiva baja. Por lo tanto, este resultado indica que los Procesos y sus indicadores; ejecución de actividades, planificación de actividades, organización de cada requerimiento, dirección de cada proyecto, coordinación, control y retroalimentación (feedback) tienen una relación positiva baja con la atención al cliente.

Tabla 18*Correlación de Eficacia y Atención Al Cliente***Correlaciones**

			EFICACIA (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	EFICACIA (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.449**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.449**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 18 se visualiza una correlación de Eficacia y Atención al cliente utilizando el método Spearman, para la Eficacia y Atención al cliente mostraron un coeficiente de correlación de 0.449; con una significancia bilateral de 0.000 para la tercera dimensión y la segunda variable, la población es de 110; comparado con la tabla N° 21, indicó que hay una correlación significativa positiva moderada. Por lo cual, este resultado señala que la Eficacia y sus indicadores; trabajos terminados, personal capacitado, atención rápida, tiempo de entrega, mejoras en el servicio y equipos modernos tienen una relación moderada con la atención al cliente.

Tabla 19*Correlación de Seguridad y Atención Al Cliente***Correlaciones**

			SEGURIDAD (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	SEGURIDAD (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	.414**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.414**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: En la tabla N° 19 se visualiza una correlación de la Seguridad y Atención al cliente utilizando el método Spearman, para ambos indicó un coeficiente de correlación de 0.414; con una significancia bilateral de 0.000 para la cuarta dimensión y la segunda variable, la población es de 110; comparado con la tabla N° 21, señaló que existe una correlación significativa positiva moderada. Por tal motivo, este resultado muestra que la Seguridad y sus indicadores; documentos formales, resoluciones de reclamos y quejas, garantía, preocupación por los intereses de los usuarios, el servicio cumple con las expectativas del cliente, conocimiento del tema y capacidad de respuesta tienen una relación moderada con la atención al cliente.

PRUEBA DE NORMALIDAD:

Tabla 20

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
gestión administrativa (Agrupada)	.231	110	.000
atención al cliente (Agrupada)	.296	110	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Para comprobar la hipótesis de normalidad se empleó el estadístico de Kolmogorov-Smirnov, ya que la muestra aplicada es mayor a 50, se visualiza con una significancia $p=0,000$ y un 95% de confianza, es menor a $\alpha=0,05$. Por tal motivo, se acepta la hipótesis alterna como verdadera y se rechaza la hipótesis nula, afirmando que la distribución no es normal, por ende, se trabajará bajo las pruebas no paramétricas con el método de Spearman.

Tabla 21

Coefficiente de correlación por Rangos de Spearman

Coefficiente de Correlación por Rangos de Spearman	
Valor del Coeficiente r (positivo o negativo)	Significado
-0.7 a -0.99	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.990	Correlación positiva alta

Fuente: Martínez (2009)

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

Hg.- Existe una relación significativa entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021.

Ho.- No existe una relación significativa entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la organización CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021.

Ha.- Si existe una relación significativa entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la compañía CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021.

Valor de significancia $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = +/-1.96$)

Decisión: $p < \alpha$: se rechaza H_0

$p > \alpha$: se acepta H_0

Cálculo de la significación: $p = \text{Sig}$

Tabla 22*Prueba de Hipótesis General***Correlaciones**

			gestión administrativa (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	gestión administrativa (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.424**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.424**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Según la tabla N. 22 el valor del coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.424 para ambas variables, visualizando la Tabla N. 21 de Correlación por Rangos de Spearman, el valor indicó una correlación significativa positiva moderada. Asimismo, se muestra en la tabla que el valor de p es 0.000 menor que el valor de $\alpha = 0.05$, por lo cual siguiendo la norma de decisión se acepta la hipótesis alterna que si existe una relación significativa entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la compañía CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021 y se rechaza la Ho. Aceptando la hipótesis de estudio.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°1

HE1.- Existe relación significativa entre los documentos administrativos y la atención al cliente de la compañía CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ho.- No existe relación significativa entre los documentos administrativos y la atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ha.- Si existe relación significativa entre los documentos administrativos y la atención al cliente de la organización CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Valor de significancia $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = +/-1.96$)

Decisión: $p < \alpha$: se rechaza H_0

$p > \alpha$: se acepta H_0

Cálculo de la significación: $p = \text{Sig}$

Tabla 23

Prueba de Hipótesis Específica N°1

Correlaciones

			DOCUMENTO S (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	DOCUMENTOS (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	.441**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.441**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se visualiza en la tabla N. 23 el valor del coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.441 para ambas variables, según la Tabla N. 21 de Correlación por Rangos de Spearman, el valor numérico señaló una correlación significativa positiva moderada. Por consiguiente, se visualiza en el cuadro que el valor de p es 0.000 menor que el valor de $\alpha = 0.05$, por lo tanto, siguiendo la norma de decisión se acepta la hipótesis alterna que, si existe una relación significativa entre los documentos administrativos y la atención al cliente de la organización CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021 y se rechaza la H_0 . Se admite la hipótesis de estudio.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°2

HE2.- Existe relación significativa entre los procesos y la atención al cliente de la organización CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ho.- No existe relación significativa entre los procesos y la atención al cliente de la Empresa CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ha.- Si existe relación significativa entre los procesos y la atención al cliente de la compañía CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Valor de significancia $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = +/-1.96$)

Decisión: $p < \alpha$: se rechaza H_0

$p > \alpha$: se acepta H_0

Cálculo de la significación: $p = \text{Sig}$

Tabla 24

Prueba de Hipótesis Específica N°2

Correlaciones

			PROCESOS (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	PROCESOS (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.374**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.374**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se visualiza en la tabla N. 24 el valor del coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.374 para ambas variables, comparando con la Tabla N. 21 de Correlación por Rangos de Spearman, el valor se ubicó en el rango de correlación significativa positiva baja. Por tal motivo, se muestra en el cuadro que el valor de p es 0.000 menor que el valor de $\alpha = 0.05$, por lo tanto, siguiendo la norma de decisión se rechaza la H_0 y se acepta la hipótesis alterna que si existe una relación significativa entre los procesos y la atención al cliente de la entidad CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021. Aceptando la hipótesis de estudio.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°3

HE3.- Existe relación significativa entre la eficacia y la atención al cliente de la compañía CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ho.- No existe relación significativa entre la eficacia y la atención al cliente de la organización CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ha.- Si existe relación significativa entre la eficacia y la atención al cliente de la sociedad CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Valor de significancia $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = +/-1.96$)

Decisión: $p < \alpha$: se rechaza H_0

$p > \alpha$: se acepta H_0

Cálculo de la significación: $p = \text{Sig}$

Tabla 25

Prueba de Hipótesis Específica N°3

Correlaciones

			EFICACIA (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	EFICACIA (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.449**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.449**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se muestra en la tabla N. 25 el valor del coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.449 para ambas variables, visualizando la Tabla N. 21 de Correlación por Rangos de Spearman, el valor numérico se ubicó en el rango de correlación significativa positiva moderada. Por consiguiente, se muestra en la tabla que el valor de p es 0.000 menor que el valor de $\alpha = 0.05$, por ende, siguiendo la norma de decisión se acepta la hipótesis alterna que si existe una relación significativa entre la eficacia y la atención al cliente de la organización CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021 y se rechaza la H_0 . Se admite la hipótesis de estudio.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°4

HE4.- Existe relación significativa entre la seguridad y la atención al cliente de la compañía CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ho.- No existe relación significativa entre la seguridad y la atención al cliente de la sociedad CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Ha.- Si existe relación significativa entre la seguridad y la atención al cliente de la entidad CREAWEB PERÚ SAC. Lima 2021.

Valor de significancia $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = +/-1.96$)

Decisión: $p < \alpha$: se rechaza H_0

$p > \alpha$: se acepta H_0

Cálculo de la significación: $p = \text{Sig}$

Tabla 26

Prueba de Hipótesis Específica N° 4

Correlaciones

			SEGURIDAD (Agrupada)	atención al cliente (Agrupada)
Rho de Spearman	SEGURIDAD (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.414**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	110	110
	atención al cliente (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.414**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	110	110

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

Fuente: Elaborado por las investigadoras

INTERPRETACIÓN: Se observa en la tabla N. 26 el valor del coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.414 para ambas variables, visualizando la Tabla N. 21 de Correlación por Rangos de Spearman, el valor numérico se ubicó en el rango de correlación significativa positiva moderada. Por lo cual, se muestra en la tabla que el valor de p es 0.000 menor que el valor de $\alpha = 0.05$, por tal razón, según la norma de decisión se acepta la hipótesis alterna que si existe una relación significativa entre la seguridad y la atención al cliente de la compañía CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021. y se rechaza la H_0 . Aceptando la hipótesis de estudio.

V. DISCUSIÓN

En lo que concierne al trabajo de investigación se confirma la hipótesis, por lo cual se responde a los objetivos planteados comparándolos con los resultados, se toma en cuenta los problemas, los antecedentes que son todos los trabajos previos que se han utilizado para la presente tesis, todas las teorías utilizadas, libros citados, las modalidades aplicadas y las conclusiones donde se detalla la realidad por ende, los resultados adquiridos por la utilización de las herramientas de recopilación de datos se reafirma su autenticidad y su credibilidad.

A continuación, la **discusión por objetivos**, el objetivo principal del presente estudio es determinar la relación entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC, Lima, 2021. Por lo cual en la investigación se propone un margen de error de 5% teniendo un porcentaje de confiabilidad del 95% con un valor $p=0,000$ ($p < 0,05$) de confianza ($\alpha = 0.05$ (95%, $Z = +/- 1.96$); se toma en cuenta el resultado obtenido del método de Spearman, por contar con una población mayor a 50, por consiguiente, nuestra población es de 110 personas, con referencia a la definición metodológica de la población es censal porque nuestra muestra es igual a nuestra población.

Así mismo, los resultados que se obtuvieron con referencia a la correlación de Spearman se consigue un ($Rho = 0.424^{**}$) para las dos variables. Comparada al baremo en la tabla N° 21 muestra que existe una correlación significativa positiva moderada. Por tal motivo, hay una correlación positiva moderada entre gestión administrativa y atención al cliente, así como de sus dimensiones y indicadores.

También la investigación es parecida al trabajo establecido por Concepción Godoy, (2017), referente a la correlación señala que existe una correlación positiva moderada entre la Gestión administrativa y la Satisfacción laboral de los docentes de la entidad educativa con un ($Rho=0,667$), por ende, concluyó que existe una relación significativa entre las variables. El autor considera realizar capacitaciones sobre gestión educativa, con la finalidad de optimizar la calidad del servicio al estudiante alcanzando la satisfacción de los docentes. Del mismo modo, la investigación muestra una correlación positiva moderada en la Gestión administrativa y Atención al cliente con un ($Rho=0,424$): sin duda la Gestión Administrativa requiere cambios inmediatos para la toma de decisiones, con

velocidad sin precedentes, para lograr un espacio en el mercado competitivo y productivo.

En ese mismo sentido, la ejecución de las actividades es necesaria para la atención rápida, documentos formales, resolución de solicitudes de clientes con documentos oportunos, con respuestas inmediatas a los requerimientos de los clientes con eficacia, considerando que las áreas de servicio administrativo y alta dirección son soporte de la gestión operativa de la empresa con el enfoque del servicio de calidad al usuario. Al respecto de la planeación de actividades, organización, dirección y control empresarial se realiza con participación de los involucrados.

Por otro lado, el presente trabajo es semejante a lo planteado por Chumpitaz Napan, (2020), indica una correlación de ($Rho=0.251$) positiva baja entre ambas variables. Concluyendo el autor que la Gestión administrativa tiene una baja relación con la Satisfacción del cliente socio en la Cooperativa. El autor propone implementar una página web de soporte virtual, desarrollar estrategias direccionadas del servicio al cliente y capacitaciones continuas para los colaboradores. De manera similar, el estudio señala una correlación positiva baja en los Procesos y Atención al cliente con un ($Rho=0.374$) en la ejecución de actividades, planificación, organización y retroalimentación, primordiales para lograr una Atención al cliente eficiente.

Con referencia a lo anterior, la gestión administrativa se basa en la dimensión documentos el cual muestra las competencias, funciones, responsabilidades, asignadas en cada área; Además en el estudio muestra una relación media alta en los indicadores como las cartas de presentación, cotizaciones y contrato; Así mismo también se refiere a los procedimientos de la gestión de trámites. Por tal razón, se utiliza los documentos formales esenciales para la ejecución de actividades de página web.

Ahora bien, el estudio es similar a lo planteado por el autor Sanchez Cipriano, (2019) con referencia a la correlación de las variables Calidad de servicio y Atención al cliente existe una correlación positiva alta significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,849$). Concluyó que la calidad de servicio se relaciona positivamente con la atención al cliente. El autor sugiere implementar capacitaciones y evaluaciones continuas para lograr promover la calidad del

servicio según los requerimientos de los usuarios con el fin de aumentar la fiabilidad del cliente ante un problema con una eficiente capacidad de respuesta.

Por las consideraciones anteriores, el trabajo muestra una correlación positiva moderada media alta ($Rho=0.449$) en la dimensión eficacia y atención al cliente en los trabajos terminados, personal capacitado y atención rápida todo ello es fundamental para lograr una calidad en la atención al cliente y genere la satisfacción por el producto o servicio ofrecido al usuario. Por tal razón, la meta es lograr mayor relación con la eficacia, siendo primordial mejorar el servicio al usuario.

En lo concerniente, la investigación es parecido a lo establecido por Pérez Ruiz, (2019), en la correlacion obtuvo ($Rho=0.813$) señala una correlación positiva alta con una significancia bilateral de 0.000 lo cual, es menor a 0,05. Concluyendo que hay una relación significativa entre el proceso logístico y la atención al cliente de la compañía. El autor considera ejecutar métodos de mejora continua para el proceso logístico y la atención al cliente, con el fin de evitar retrasos en los pedidos, para generar confianza y fiabilidad con los clientes. Sin embargo, la investigación muestra en los indicadores documentos de gestión y la atención al cliente una correlación positiva moderada de ($Rho=0.441$) en los contratos, hojas de requerimientos y cotizaciones sistematizados para realizar con rapidez y ofrecer atención eficiente al cliente.

Después de lo anterior expuesto, la dimensión Seguridad y sus indicadores garantía, resolución de reclamos y documentos formales muestran una relación media alta, por ende, son esenciales para lograr la fiabilidad y confianza con el usuario optimizando la atención al cliente.

En tal sentido, los trabajos presentados confirman que existe correlación en la gestión administrativa y atención al cliente en sus dimensiones y indicadores en los documentos, procesos, eficacia, seguridad, cartas de presentación, cotizaciones, contratos, planificación, organización, trabajos terminados, atención rápida. Del mismo modo, para la variable atención al cliente en sus dimensiones servicio, interacción, satisfacción y indicadores como la diferenciación de página web, innovación, asesoramiento a nuevos clientes y asesorías post venta. Por tal motivo, la gestión administrativa permite cumplir con los objetivos establecidos,

optimizando así los tiempos de entrega de cada proyecto mejorando la atención al cliente logrando fidelizarlos satisfaciendo sus necesidades.

En cuanto, a la **discusión por hipótesis**, la hipótesis principal se estableció que existe una relación significativa entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC, Lima, 2021. Así mismo la investigación muestra una Sig. T= 0.05, con un nivel de aceptación = 95%, $Z=1.96$, por lo que se muestra Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la Ha (Hipótesis Alterna) y Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la Ho (Hipótesis Nula). En la prueba de hipótesis general el valor de p es 0.000 menor que el valor de $\alpha = 0.05$, por tal motivo, se rechaza la Ho y se acepta la hipótesis alterna que si existe una relación significativa entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente. Asimismo, el valor de correlación es de ($Rho=0.424$) dando una correlación significativa positiva moderada.

Por las consideraciones anteriores, se relaciona la variable Atención al cliente con las dimensiones: procesos, eficacia, seguridad y indicadores ejecución de actividades, planificación, organización, atención rápida, todo ello es fundamental para que el servicio cumpla con las expectativas de los clientes alcanzado así una óptima atención al cliente.

Con respecto, al trabajo establecido por Concepción Godoy, (2017) en su hipótesis específica la correlación de Gestión administrativa participativo y Satisfacción laboral, es de ($Rho=0,764$) existe una correlación positiva alta, el valor-p es menor es decir que ($0,006 < 0,05$), por tal razón, el autor acepta la hipótesis alterna y rechaza la Ho. Concluyendo que la gestión administrativa participativo se asocia significativamente con la satisfacción laboral. Por el contrario, el estudio logra un ($Rho=0,414$) en la hipótesis específica en Seguridad y Atención al cliente dando una correlación positiva moderada, con valor de p es 0.000 menor que el valor de $\alpha = 0.05$, por tal razón, se acepta la hipótesis alterna que, si existe una relación significativa en la resolución de reclamos, garantía y documentos formales.

Todo lo anterior, la gestión administrativa es fundamental para que el servicio cumpla con las expectativas del cliente, por ende, tiene una relación moderada con la atención al cliente.

Por una parte, la investigación establecida por Dulanto Figueroa (2019) en la hipótesis específica obtiene una significancia asintótica de (0,003) por lo tanto, es menor que el nivel de significación (0.05), alcanzando un ($Rho=0.456$), con una correlación positiva moderada. Por consiguiente, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la H_0 . El autor concluye, que la planeación se asocia positivamente con la calidad de servicio. De manera similar, la investigación alcanza un ($Rho=0,441$) en la hipótesis específica en los Documentos y Atención al cliente mostrando una correlación positiva moderada en cartas de presentación, contratos y cotizaciones; coadyuvan el desarrollo de la empresa, dando oportunidad a las ventas.

En el orden de las ideas anteriores, los procesos de la gestión administrativa tienen una baja relación con la atención al cliente, por tal motivo, se sugiere optimizar la planificación, organización y control para lograr una eficiente atención al cliente.

En tal sentido, se ha logrado comprobar la hipótesis de la investigación aplicando el marco metodológico en el estudio.

A propósito, para la **discusión por métodos**, el estudio se basa en el método de enfoque cuantitativo porque se utiliza la estadística como método y nos sirve para visualizar los datos de forma numérica. Es descriptivo correlacional porque se detalla las variables y es correlacional porque busca saber la correlación de las variables. Es de tipo aplicada porque busca resolver problemas, se buscan soluciones, toma en cuenta las teorías generales con el fin de solucionar los problemas de la sociedad. Tiene un diseño no experimental porque se observó la situación problemática tal cual como se encuentra no hubo manipulación de las variables, ni experimentos, es transversal porque se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento en un solo momento, en un periodo de tiempo.

En el orden y dirección estas metodologías son similares a lo expuesto por (Concepción Godoy, 2017; Chumpitaz Napan, 2020; Sanchez Cipriano, 2019; Pérez Ruiz, 2019) Utilizaron la metodología de enfoque cuantitativo, descriptiva correlacional de diseño no experimental transversal. Por lo cual, se confirman los métodos empleados que nos permitieron lograr nuestras metas y objetivos

planteados, por consiguiente, las metodologías fueron esenciales para alcanzar los resultados.

Con referencia a la **discusión por teorías**, en la investigación las teorías de la variable Gestión administrativa está sustentada por la teoría Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernandez A. (2017: p.242) es realizar una serie de procedimientos que son reflejados en los documentos administrativos, se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información. También, se sostiene con la teoría de Ramírez Cardona & Ramírez Salazar, (2016, p.13) donde señala que un modelo reciente de gestión administrativa permite realizar un análisis inicial y minuciosa de la situación real, de modo que se sepa cada procedimiento administrativo y los componentes que intervienen en ellos, tanto personal, como material.

Del mismo modo, para la variable Atención al cliente, se sustenta con la teoría planteada por Arenal Laza, Carmen (2019: Pag.7) señala que es el servicio suministrado por una compañía con el fin de interactuar con los clientes para satisfacer sus necesidades. Es una herramienta fundamental para comunicarse con los clientes para asegurar el correcto uso de un producto o servicio.

Por consiguiente, estas teorías guardan relación con lo establecido por Concepción Godoy, (2017), considera la teoría de Henri Fayol (1841-1925), referente a la gestión administrativa fomentó la teoría de la administración clásica donde su objetivo principal es incrementar la efectividad de la compañía a través de la organización y del uso de los principios generales de la administración, constituyendo las bases de la administración con un enfoque tradicional clásico.

La base de las consideraciones anteriores guarda concordancia con lo planteado por Chumpitaz Napan, (2020), que cito la teoría de Chiavenato (2017: p.10) señala que la gestión administrativa es el proceso que se articula internamente en una organización, está vinculado al sistema funcional conformado por la planificación, organización, dirección y control de forma integral. Por ende, los departamentos funcionales son esenciales para que exista un flujo operativo en los procedimientos con el propósito de lograr los objetivos y metas con éxito.

Por consiguiente, expuesto las teorías utilizadas en la investigación se aceptan las mismas porque permitió conocer la importancia de la gestión administrativa y la atención al cliente al igual que sus dimensiones documentos, procesos y eficacia e indicadores cartas de presentación, contratos, ejecución de actividades, planificación y organización, para obtener una gestión administrativa eficaz. Asimismo, se relaciona con la atención al cliente en el servicio, interacción, diferenciación, efectividad y productividad de los proyectos primordiales para alcanzar una eficiente atención, logrando la satisfacción del usuario.

Con referencia a lo anterior, la gestión administrativa innovada y sistematizada permite desarrollar los procesos con oportunidad. Así mismo su indicador organización con funciones y objetivos específicos; propone aumentar la productividad a través de la planificación de actividades para el desarrollo web, la organización de requerimientos y retroalimentación optimizando la atención al cliente.

VI. CONCLUSIONES

1.- Se ha determinado la relación entre la Gestión administrativa y la Atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC, lima, 2021. Con una probabilidad de 95 %, con un margen de error del 5% y un valor $p > \alpha = 0.000$ de confianza, $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = \pm 1.96$) con una correlación de Spearman ($Rho=0.424$) para las dos variables dando una significancia bilateral de 0.000, según el rango de Spearman indicó una correlación significativa positiva moderada. Por ende, los objetivos se confirman y se argumentan con los resultados, por lo cual, la ejecución de actividades permite poner en marcha la planificación previamente con el fin de tomar decisiones inmediatas para lograr una atención rápida en los servicios de elaboración de páginas web, a través de respuestas oportunas en la resolución de reclamos, por tal motivo la Gestión administrativa es el soporte principal del área operativa, ya que permite optimizar la calidad del servicio, por lo tanto, se relaciona con la Atención al cliente.

2.- Se ha determinado cómo se relaciona los documentos administrativos y la atención al cliente de la entidad, con un porcentaje de margen de error del 5% con una probabilidad del 95%, y un valor $p > \alpha = 0.000$, de confianza, $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = \pm 1.96$), tuvo una correlación de Spearman de ($Rho=0.441$), con una significancia bilateral de 0.000, comparada con el rango de Spearman señala que existe una correlación significativa positiva moderada. Por consiguiente, la gestión administrativa se fundamenta en los Documentos porque indica las funciones, competencias y responsabilidades, por lo cual, el resultado muestra que los documentos y sus indicadores tienen una relación moderada con la atención al cliente, por ende, las cartas de presentación, cotizaciones y contratos se indican en los procedimientos de gestión de trámites, considerables para realizar las actividades de elaboración de páginas web.

3.- Se ha determinado la relación que existe entre los procesos y la atención al cliente de la compañía, con un porcentaje de probabilidad del 95% y un margen de error del 5% y un valor $p > \alpha = 0.000$, de confianza, $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = \pm 1.96$), con una correlación de Spearman de ($Rho=0.374$), con una significancia bilateral de 0.000 para la segunda dimensión y la variable, según el rango de Spearman existe una correlación significativa positiva baja. Por tal motivo, los resultados muestran que los Procesos y la ejecución de actividades, planificación,

organización y control tienen una relación positiva baja con la atención al cliente, por ende, se tiene que optimizar las etapas de la gestión administrativa con el fin de alcanzar los objetivos por medio de la planificación de actividades, organización de requerimientos, retroalimentación, con capacidad de escucha y vocación de servicio de los colaboradores, para lograr una eficiente atención al cliente con efectividad en las entregas.

4.- Se ha determinado la relación que existe entre la eficacia y la atención al cliente de la corporación, donde muestra un porcentaje de margen de error del 5% con una probabilidad del 95%, y un valor $p < 0.000$, de confianza, $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = \pm 1.96$), mostrando una correlación de Spearman de ($Rho=0.449$), con una significancia bilateral de 0.000, según el rango de correlación señala que existe una correlación significativa positiva moderada. Por consiguiente, los resultados indican que la Eficacia tiene mayor relación con la atención al cliente, por tal razón es esencial contar con personal capacitado ya que permite mejorar, planear y llevar a cabo las funciones eficientemente mediante un equipo de trabajo mejorando así los tiempos de entrega de cada proyecto web, generando así satisfacción por el producto o servicio ofrecido al usuario. Por tal motivo, la eficacia es primordial para mejorar el servicio al usuario.

5.- Se ha determinado la relación que existe entre la seguridad y la atención al cliente de la organización, cuenta con un porcentaje de probabilidad del 95% tiene un margen de error del 5% y un valor $p < 0.000$, de confianza, $\alpha = 0.05$ (95%, $Z = \pm 1.96$), indicando una correlación de ($Rho=0.414$), con una significancia bilateral de 0.000, muestra una correlación significativa positiva moderada. El resultado señala que la Seguridad y sus indicadores; garantía, documentos formales, resolución de reclamos, preocupación por los intereses de los usuarios y capacidad de respuesta son considerables para lograr la confianza y fiabilidad con el usuario optimizando así el servicio al cliente, por ende, tiene una relación moderada con la Atención al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda al Señor Gerente General de la Empresa mejorar la gestión administrativa en la ejecución de actividades a través del personal capacitado ya que permite realizar eficientemente las actividades, con conocimientos actuales constituyendo así un equipo de trabajo óptimo, de alto rendimiento en las funciones de cada profesional, alcanzando una atención rápida en los servicios de elaboración de páginas web, previniendo así los reclamos por parte de los clientes, por ende, se debe optimizar el área operativa de la compañía mediante la retroalimentación feedback con el cliente, asesorándolos, brindando respuesta inmediatas en la atención de incidencias, con empatía, capacidad de escucha y vocación de servicio al usuario.

2.- Se recomienda elaborar documentos administrativos formales donde se detallen las competencias, responsabilidades y funciones del personal, mediante capacitaciones al personal sobre el manejo de software y hardware, permitiendo así mejorar los procedimientos de gestión de trámites a través de cartas de presentación ofreciendo servicios a los clientes, cotizaciones claras a los clientes y contratos formales de servicios de página web. Asimismo, se debe realizar las hojas de requerimiento de los clientes ya que es primordial para lograr un servicio de calidad en la elaboración y desarrollo de página web, siendo favorable para la atención al cliente.

3.- Se sugiere profundizar y optimizar los procesos administrativos las que últimamente se tienen la ejecución de actividades de páginas web, planificación de actividades, organización de cada requerimiento según las empresas contratantes, dirección de cada proyecto web, coordinación para el desarrollo de la web y control mediante la retroalimentación con el cliente a través de la interacción con competencias y habilidades en la capacidad de escucha y vocación de servicio, para lograr una eficiente atención al cliente con productividad en los proyectos web dando como resultado un producto diferenciado de páginas web.

4.- Se sugiere aplicar seguimientos y control a los trabajos terminados; así como capacitar al personal para constituir equipos de trabajo para lograr competitividad en la atención rápida, en los tiempos de entrega de cada proyecto web, en la información clara y precisa, para mejorar el servicio con equipos modernos, con el

fin de alcanzar la satisfacción del usuario, por tal razón la eficacia en todas las actividades va permitir optimizar la atención al usuario.

5.- Se recomienda elaborar documentos formales contratos, para dar confianza y fiabilidad al cliente logrando una garantía para el cliente, disminuyendo los reclamos y quejas, preocupándose por los intereses de los usuarios con un servicio óptimo cumpliendo así con las expectativas del cliente, con conocimiento del tema y una capacidad de respuesta eficiente. A través de una interacción amable con empatía para alcanzar la satisfacción del cliente con asesorías post venta, soluciones y compromiso por parte de la empresa brindando seguridad al cliente.

REFERENCIAS

- Agurto Montero, J. M. (2020). Gestión administrativa y desempeño laboral de los trabajadores de la subgerencia de transporte terrestre del Gobierno regional de la Libertad, 2020. Tesis de Posgrado, Trujillo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/49848>
- Alburquerque Murillo, J. (2021). Enfoque estratégico y Gestión administrativa, Unidad Educativa Ciudad de Valencia Circuitos C07-10, Los Ríos, Ecuador, 2019. Tesis de Posgrado. Obtenido de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2411>
- Almeida Ferraz, N., Coutinho de Melo, F. J., Barros Jerônimo, T., Gonzaga de Albuquerque, A. P., & Medeiros, D. D. (2018). Evaluation of quality of service: real case in the hotel fitness center (Calidad de servicio). *Revista Brasileira de pesquisa em turismo*, 1-27. doi:<http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v12i1.1360>
- Álvarez Pivaque, A., Mejía Vásquez, P., Molina Quiroz, A., & Ponce Andrade, J. (30 de 06 de 2020). Calidad de servicio como factor de competitividad en las pymes del sector de energía en Manta - Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-21. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/06/energia-manta.html>
- Arcentales Dueñas, R. J., & Miranda Mejía, K. A. (2020). Calidad del servicio y su impacto en la fidelización del cliente en las empresas telefónicas ecuatorianas, 2019. Tesis de Posgrado, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18884/4/UPS-GT002955.pdf>
- Arenal Laza, C. (2019). Gestión de la atención al cliente / consumidor UF0036 (11-2019 ed.). La Rioja - España, España: Tutor Formación. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=F2-_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=articulo+de+atencion+al+cliente+&ots=40qdy0fQE4&sig=0Eiqek-dqR8sNZth89bXGA5TUdY#v=onepage&q&f=false

- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. A., & Miranda Novales, M. G. (2016). El Protocolo de Investigación III: La Población de estudio. *Revista Alergia México*, 201,202. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Arias, L., Bravo, K, y Mendoza, P. (2018). Link Between Customer Loyalty and Customer Service in Tourist Hotels. *Spacios*, 39(44), 1-16. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p05.pdf>
- Bacund, S. (2020). Henri Fayol's principles of management and its effect to organizational leadership and governance(Gestión y liderazgo). *Journal of Critical Reviews*, 7(11), 162-167. Recuperado de: <http://www.jcreview.com/fulltext/197-1590730210.pdf?1602364762>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Grupo Editorial Patria. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Bautista, J., Cruz, E. d., Silva Lopez, E. C., Sarquis, L. M., Seiffert, L. S., & Wolf, L. G. (2020). Effect of the administrative transition of hospital management on the safety culture in surgical units. (T. administrativa, Trad.) *Texto & Contexto Enfermagem*. doi:<https://doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2019-0012>
- Breschi, R., Freundt, T. y Orebäck, M. (2017). The expanding role of design in creating an end-to-end customer experience (Creación de experiencia - cliente). *McKinsey & Company*, (2), 13-19. Recuperado de: <https://www.mckinsey.de/~media/mckinsey/industries/public%20and%20social%20sector/our%20insights/cx%20compendium%202017/customer-experiencecompendium-july-2017.pdf>
- Bricio Samaniego, K., Calle Mejía, J., & Zambrano Paladines, M. (2018). El Marketing Digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: Estudio de caso de los egresados de la Universidad de

Guayaquil. Ecuador. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Desktop/2218-3620-rus-10-04-103.pdf

Bustamante Buenaño, M. C. (2021). Relación entre la Gestión administrativa y el Clima organizacional de la Unidad Educativa Particular San José La Salle Latacunga. Tesis de Postgrado, Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4540/1/T-UIDE-1385.pdf>

Caldas Blanco, M. E., Carrión Herraéz, R., & Heras Fernandez, A. J. (2017). Empresa e Iniciativa emprendedora. Madrid, España: Editorial Editex S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-ukpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA239&dq=importancia+de+la+gesti%C3%B3n+administrativa&ots=QhQMSTcu1O&sig=FxxNBraKNwDmFWqv1Sx1PwbMJs0#v=onepage&q=importancia%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20administrativa&f=false>

Calle Calderón, K. C., Erazo Álvarez, J. C., & Narváez Zurita, C. I. (20 de Marzo de 2020). Digital marketing and online strategies in the wood furniture manufacturing. Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA, 339-369. doi:<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.698>

Ccaccya Taipe, J. I. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa teleservicios populares La Merced-Chanchamayo- Junin, 2016. Huancayo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12848/714>

Cerezo Morales, J. K. (2018). Gestión administrativa y la calidad de atención al usuario en la unidad judicial multicompetente Vinces -Ecuador. Tesis de posgrado. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/39365>

Chicaiza Paredes, A. P. (2018). Estrategia comercial para la atención al cliente en el sector automotriz basado en una herramienta tecnológica móvil. Tesis, Ambato Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27762/1/472%200.E..pdf>

- Chumpitaz Napan, N. S. (2020). Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la cooperativa de ahorro y crédito Santa María Magdalena. Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48349/Chumpitaz_NNS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Concepción Godoy, Y. Y. (2017). Gestión administrativa en la satisfacción laboral de los docentes de la Institucion Educativa N. 32318 Jorge Chávez Dartner. Tesis Postgrado, UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE, Lima - Perú. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2251/TM%20CE-Ge%203355%20C1%20-%20Concepcion%20Godoy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Condezo Oscategui, J. E., & Esteban Cardenas, O. F. (2018). Factores de atención al cliente y el marketing de servicios en el Banco de Crédito del Perú distrito de Yanacancha, Pasco 2017. Pasco. Obtenido de <http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/415/1/TESIS%20%20OSTERLI%20Y%20JHONATAN%20correguido.pdf>
- Dulanto Figueroa, K. D. (2018). Gestión administrativa y la calidad de servicio de la Municipalidad distrital de chancay. Tesis, Huacho - Perú. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3192/gestion%20administrativa%20y%20calidad%20de%20servicio%20de%20la%20MDCH%20%20periodo%202018-convertido%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández Verde, D., & Fernández Rico, E. (2017). Comunicación empresarial y atención al cliente. España: COPYRIGHT. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kAMoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=atencion+al+cliente+&ots=nCj_kdw9EB&sig=cjVQ-nKt2hN7KACd9Xh94IM-ECQ#v=onepage&q&f=false
- Figueroa Suárez, J., Rodríguez Andrade, R., Bone Obando, C., & Saltos Gómez, J. (2017). La seguridad informática y la seguridad de la información. Polo

del Conocimiento, 1-155. Obtenido de
file:///C:/Users/usuario/Downloads/420-1655-2-PB.pdf

Gavilanez, M. I., Espin Oleas, M. E., & Arévalo Palacios, M. (Julio de 2018). Impacto de la gestión administrativa en las Pymes del Ecuador. Revista observatorio de la economía latinoamericana, 2,3,5. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/07/gestion-administrativa-pymes.html>

González Soriano, F. J., Cabrera Jara, C. A., & Piguave Gordillo, L. S. (2017). Servicio al cliente en el Ecuador. Revista Científica Mundo de la Investigación y el conocimiento, 559-577. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732814>

Gonzalo Seid, M. K., & Abiuso, F. L. (2019). La técnica de encuesta: Características y aplicaciones. Obtenido de <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>

Gutierrez , J. (2017). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad provincial de Palpa. Universidad César Vallejo, Ica.

Hernández Cabrero, C. (2018). Manual: Planificación del marketing de servicios. Madrid, España: Editorial CEP S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=20tNDwAAQBAJ&pg=PA24&lpg=PA24&dq=Carolina+Hern%C3%A1ndez+Cabrero+producto&source=bl&ots=GhLW hrRsNP&sig=ACfU3U1hdHh2iZGPuPRCRJMdmriB2j93hA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiZm6bhld3zAhUySDABHVJ3ACYQ6AF6BAgVEAM#v=onepage&q&f=false>

Hernández, A. A., Ramos, M. P., Placencia, B. M., Indacochea, B., Quimis, A. J., & Moreno, L. A. (2018). Metodología de la Investigación Científica. Ciencias Área de Innovación y Desarrollo S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=y3NKDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Hernandez, C. E., & Carpio, N. (2019). Inducción a los tipos de muestreo. *Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 76,77,78. doi:<https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Huamán Cavalcante, J. F. (2017). *Gestión administrativa y calidad educativa en el instituto superior tecnológico público Julio César Tello, Villa el Salvador - 2017*. Tesis de Postgrado, Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/21055>
- Huanca Mayhuasca, L. N., & Inga Marcos, A. Y. (2018). *Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Cliente del Área de Procesos Operativos, Agencia El Tambo-BCP-2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Peruana los Andes, Huancayo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12848/711>
- ISOTools Excellence. (2017). *La seguridad informática y la seguridad de la información*. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Downloads/420-1655-2-PB.pdf
- Khadka, K., & Maharjan, S. (2017). *Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. Obtenido de https://www.academia.edu/37710540/CUSTOMER_SATISFACTION_AND_CUSTOMER_LOYALTY
- Lacalle García, G. (2016). *Operaciones administrativas de recursos humanos*. Madrid, España: Editorial Editex S.A. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=aShTDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
- Lizarzaburu Bolaños, E., Barriga, G., Burneo, K., & Noriega, E. (2018). *Gestión integral de riesgos y antisoborno: Un enfoque operacional desde la perspectiva iso 31000 e iso 37001*. *Revista de investigación Sociales*, 45-82. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/37319>
- López Mosquera, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Tesis Posgrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil - Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

- Loredana, P. (2017). La atención al cliente en los Medios Sociales. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Desktop/GADE_2018_037.pdf
- Luque Estévez, A. (2019). ¿Vendes o casi vendes? Sevilla, España: Punto Rojo Libros, S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=2pTFDwAAQBAJ&pg=PA36&dq=libro+sobre+vocaci%C3%B3n+de+servicio+de+ventas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjBxpTAlcHyAhWnnOAKHdVNB544ChDoATABegQIBxAC#v=onepage&q&f=false>
- Marco, F., Aníbal Loguzzo, H., & Leonel Fedi, J. (2016). Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional Arturo Jauretche. Obtenido de <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>
- Martínez Gabaldón, M. (2020). Gestión de contenidos web. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de www.paraninfo.es
- Martínez San Miguel, L. N. (2018). Calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de la Tinguiña, Ica. Ica. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29416/martinez_sl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mejiá Trejo, J., Sánchez Gutierrez, J., & Maldonado Guzman, G. (05 de 05 de 2016). The customer knowledge management and innovation. Contaduría y Administración , 457-477. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.11.011>.
- Merino Misme, A., Saenz Camac, E. Z., & Silva Caro, M. (2016). La influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del usuario de la Municipalidad de Comas, 2016. Tesis de pregrado, Lima. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1297>
- Midor, K. (2018). New technologies and quality of customer service - case study. Obtenido de <https://doi.org/10.2478/mape-2019-0055>

- Mogollon Condor, P. W. (2019). Gestión administrativa y clima organizacional en la institución educativa Coronel Pedro Portillo Silva Huaura, 2019. Tesis, Huacho. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/4037>
- Morales Ángel, E. O. (2017). La gestión administrativa y calidad de atención del usuario de la Municipalidad de San Juan de Lurigancho. Tesis de Post Grado, Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16156/Morales_AEO.pdf?sequence=1
- Ochoa Pachas, J., & Yunkor Romero, Y. (24 de 02 de 2020). El estudio descriptivo en la investigación científica. (U. A. Perú, Ed.) Revista Autónoma, 1-19. Obtenido de <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224/191>
- Otero Ortega, A. (2018). Enfoques de Investigación - Métodos para el diseño urbano. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf
- Panez Rodriguez, A. M. (2018). Estrategias del marketing y su relación con la calidad de atención al cliente en el centro de estética BELL-AN, Miraflores 2017. Lima: Publicaciones Universidad Autónoma del Perú. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/710>
- Pečarič, M. (2017). Administrative Law: Indefinable, but Necessary and Very Much Alive. (D. Administrativo, Trad.) Southern African Public Law. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/319279357_Administrative_Law_Indefinable_but_Necessary_and_Very_Much_Alive
- Pérez Ruiz, L. C. (2019). El proceso logístico y la atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., 2019. Lima: Publicaciones Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42966>
- Pintado Blanco, T., & Sánchez Herrera, J. (2017). Nuevas tendencias en comunicación estratégica (Cuarta Edición ed.). Madrid, España: ESIC

EDITORIAL. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=keY_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA81&dq=Blanco,+T.+P.,+%26+Herrera,+J.+S.+\(2017\).+Nuevas+tendencias+en+comunicaci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica.+Barcelona:+ESIC+Editorial.&ots=GuliLhe6PP&sig=hxZzhwx28jJNSUYnadzuejQQ0s8#v=on](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=keY_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA81&dq=Blanco,+T.+P.,+%26+Herrera,+J.+S.+(2017).+Nuevas+tendencias+en+comunicaci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica.+Barcelona:+ESIC+Editorial.&ots=GuliLhe6PP&sig=hxZzhwx28jJNSUYnadzuejQQ0s8#v=on)

Querrey, L. M. (12 de February de 2019). Why Is Customer Service Important to an Organization? (Servicio al cliente). CHRON. Obtenido de <https://smallbusiness.chron.com/customer-service-important-organization-2050.html>

Ramírez Cardona, C., & Ramírez Salazar, M. d. (2016). Fundamentos de Administración. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Fundamentos-de-administraci%C3%B3n-4ed.pdf>

Ramirez Casco, A. d., Ramirez Garrido, R. G., & Calderón Morán, E. V. (Enero - Marzo de 2017). La gestion administrativa en el desarrollo empresarial. Revista Contribuciones a la Economía, 1,3,8. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2017/1/gestion.html>

Ramírez Espinal, J. A. (2017). Gestión Administrativa y su influencia con el nivel de satisfacción del cliente externo del área de operaciones de la Caja Financiera Crediscotia S.A. Tesis, Ferreñafe - Chiclayo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33210/ramirez_ej.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos Galarza, C. (Julio - Diciembre de 2020). Los Alcances de una Investigación. Cienci América revista de divulgación científica de la universidad tecnológica Indoamérica, 1-5. doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Raymond, E. (2018). An Elaboration of the Administrative Theory of the 14 Principles of Management by Henri Fayol. EE.UU. Obtenido de https://journals.seagullpublications.com/ijeer/assets/paper/IJ0320190910/f_IJ0320190910.pdf

- Restrepo Morales, J. A., Giraldo Betancur, E. A., & Vanegas López, J. G. (2019). Customer Service Multichannel Model in a Health Care Service Provider: A Discrete Simulation Case Study (Servicio al cliente). 1-102. doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v29n72.77934>
- Rodríguez Rodríguez, J., & Reguant Álvarez, M. (01 de 07 de 2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 1-13. doi:<https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rodriguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de Investigación de Corte Transversal. *Revista Médica Sanitas*, 142. doi:<https://doi.org/10.26852/01234250.20>
- Rojas, J. & Valencia (2017). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Revista Espacios*, 1-15. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Romero Arias, C., Morales Romero, G. P., Poquis Velásquez, E., Antezana Alzamora, S., & Osorio Osorio, A. (07 de Setiembre de 2021). Gestión administrativa y práctica preprofesional en los estudiantes de las 7 carreras profesionales del IESTP. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 1-26. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.853
- Romero Guáqueta, J., Peters Rada, V., Hermida Benítez, C., Llerena Polo, A., Páez Vanegas, L., Sánchez Ramos, C., . . . Romero Sierra, C. (2020). *Un decenio de diseño - Diez años de Diseño Gráfico*. Bogotá, Colombia: Politecnico Grancolombiano. Obtenido de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Libro%20Decenio%202021.pdf>
- Rubio Cabezas, W. M. (2019). Control interno en la Gestión administrativa de la Vicepresidencia de la República del Ecuador 2017. Tesis de Postgrado, Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/23989/1/UCE-FCA-CPO-RUBIO%20WILLIAM.pdf>

- Sameh Abdalraof, M. Y., & Hassan Rakha, A. H. (2017). Efficiency of Personal and Administrative Skills for Managerial. (H. a. liderazgo, Trad.) Saudi Arabia : Journal of Education and Practice. Obtenido de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1133016.pdf>
- Sanchez Cipriano, D. O. (2019). La calidad de servicio y su relación con la Atención al cliente en la empresa América Móvil, Huancayo, 2018. Huacho. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2798/DANI%20CTAVIANA%20SANCHEZ%20CIPRIANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sayago Mariño, M. (2019). Gestión administrativa y motivación laboral del personal administrativo de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, 2017. Tesis de Posgrado, Lima. Obtenido de <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/3311>
- Simeone, J. (2016). Management control in internationalized Brazilian companies: An eight cases comparative study (Gestión administrativa). Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, 11 (22), 115-122. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5865013>
- Soares, M., Rodríguez, Z., Camelo, S. y Souza, F. (2016). Human resources management and its interface in the systematization of nursing care (Gestión). Revista electrónica trimestral de enfermería. 15(2), 341-352. Recuperado de: http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v15n42/en_administracion3.pdf
- Solis Cedeño, V. J., & Hidalgo Angulo, H. M. (2018). Gestión administrativa y su incidencia en la sostenibilidad financiera de las Pymes Sector Manufactureo de Manabi Ecuador. Manabi - Ecuador. Obtenido de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-GestionAdministrativaYSuIncidenciaEnLaSostenibilid-6819762.pdf>
- Suarez Mena, Y. E., & Vásquez Medina, E. I. (2020). Gestión administrativa y su influencia en la Satisfacción del cliente de calzados Valles SAC del distrito El Porvenir - Trujillo. Trujillo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12759/7363>

- Taliawi, O. y Van, Z. (2019). Developing administrative capacity: an agenda for research and practice (Capacidad administrativa). *Policy Design and Practice*, 2(3), 243-257. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/25741292.2019.1595916?needAccess=true>
- Torres Llosa V., E. (2020). *Digitalízate ¿Por dónde empezar? cómo transformar tu empresa para la era digital* (Primera ed.). Lima, Perú: Conecta - Penguin Random House Grupo Editorial S.A.
- Trigoso Vela, R. R. (2021). *Gestión administrativa y calidad de servicio en la unidad ejecutora del Ministerio de desarrollo e inclusión social - Lima, 2019*. Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7971>
- Troncos Vilchez, I. M., Maldonado Jiménez, O. E., & Ortega Chaparrea, D. (2020). *Calidad del servicio y Satisfacción del cliente de la empresa Transporte Cruz del Sur Cargo S.A.C. Santa Anita, 2018*. Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de las Americas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/69/browse?value=Maldonado+Jim%C3%A9nez%2C+Olga+Estefany&type=author>
- Ulloa Santos, R. W. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa América Farma*. Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/43670>
- Vargas Altamirano, D. R. (2018). *Gestión administrativa y atención al cliente en la empresa Pronet System S.A.C. distrito de San Juan de Lurigancho*. Tesis de pregrado, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/59125>
- Vasquez Gonzales, J. J. (2017). *Percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en miraflores*. Lima: Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3464>
- Vera, J., & Trujillo, A. (Junio de 2018). *Assessing the effect of service quality over user satisfaction in public health institutions in Mexico* (Calidad y

satisfacción al usuario). Scielo analytics, 1-23.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.003>

Villasís Keever, M. Á., & Miranda Morales, M. G. (30 de 05 de 2016). El Protocolo de investigación IV: Las variables de estudio. *Revista Alergia México*, 303-310. doi:<https://doi.org/10.29262/ram.v63i3.199>

Villasís Keever, M. Á., Marquez Gonzalez, H. M., Zurita Cruz, J. N., Miranda Novales, G., & Escamilla Nuñez, A. (15 de 10 de 2018). El Protocolo de Investigación VII: Validez y Confiabilidad de las mediciones. *Revista Alergia México*, 414-421. doi:<https://doi.org/10.29262/ram.v65i4.560>

Yoaima Dickinson, A. H., & Monserrate Ruíz, N. S. (2019). *La Administración de las Relaciones con los clientes*. Portoviejo - Manabí, Ecuador. Obtenido de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/LIBRO.LaAdministracindelasRelacionesconlosclientes.pdf>

Zamarreño Aramendia, G. (2019). *Marketing Estratégico*. España: Editorial Elearning S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=r3XIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

Anexo 1: Base de Datos Estadístico SPSS versión 26

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	1.-¿Se ofrecen servicios por parte de la empresa, a través de cartas ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	8	0	2.-¿La empresa brinda capacitaciones de manejo de software y hard...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	8	0	3.-¿Considera que la empresa brinda cotizaciones de acuerdo al req...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	8	0	4.-¿Considera usted que la empresa cumple con todas las cláusulas...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	8	0	5.-¿La empresa cumple con informar las renovaciones de hosting y d...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	8	0	6.-¿La empresa considera todo lo escrito en la hoja de requerimiento...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	8	0	7.-¿Cree usted que la empresa lleva un control de todas las facturas ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	8	0	8.-¿La empresa cumple con cada etapa del proyecto hasta su finaliz...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	8	0	9.-¿Cree usted que la empresa es eficiente en la ejecución de las ac...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	8	0	10.-¿Considera usted que la empresa planifica cada actividad que re...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	8	0	11.-¿Cree usted que la empresa organiza la ejecución de las activida...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	8	0	12.-¿La empresa dirige cada proceso de elaboración de página web ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	8	0	13.-¿Considera usted que la empresa coordina cada actividad con el...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	8	0	14.-¿Considera usted que la empresa coordina cada actividad con el...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	8	0	15.-¿La empresa realiza retroalimentación para corregir errores y ser...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	8	0	16.-¿Considera usted que la empresa culmina todos los trabajos de ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	8	0	17.-¿Considera que el personal de la empresa se encuentra capacita...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	8	0	18.-¿Cree usted que la empresa brinda una atención rápida a la hora...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	8	0	19.-¿La empresa cumple con los tiempos de entrega?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	8	0	20.-¿Considera usted que la empresa brinda una información clara y ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P21	Numérico	8	0	21.-¿Cree usted que la empresa realiza mejoras en sus servicios?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P22	Numérico	8	0	22.-¿La empresa cuenta con equipos modernos?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
23	P23	Numérico	8	0	23.-¿La empresa emite documentos formales a sus clientes?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P24	Numérico	8	0	24.-¿Cuándo realizan un reclamo o sugerencia es atendido de maner...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
25	P25	Numérico	8	0	25.-¿La empresa brinda garantía en sus servicios que ofrece?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
25	P25	Numérico	8	0	25.-¿La empresa brinda garantía en sus servicios que ofrece?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
26	P26	Numérico	8	0	26.-¿Considera usted que la empresa ofrece trabajos de calidad?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
27	P27	Numérico	8	0	27.-¿Considera usted que la empresa se preocupa por los intereses ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
28	P28	Numérico	8	0	28.-¿Considera que durante el servicio los colaboradores transmiten c...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
29	P29	Numérico	8	0	29.-¿Cree usted que la empresa cumple con las expectativas del cli...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
30	P30	Numérico	8	0	30.-¿Considera usted que la empresa cumple con sus horarios esta...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
31	P31	Numérico	8	0	31.-¿La empresa cuenta con conocimiento de cada tema?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
32	P32	Numérico	8	0	32.-¿Considera usted que la empresa ofrece apoyo a sus clientes?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
33	P33	Numérico	8	0	33.-¿Considera usted que las Páginas Web que ofrece la empresa s...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
34	P34	Numérico	8	0	34.-¿Cree usted que la empresa brinda post publicitarios efectivos e...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
35	P35	Numérico	8	0	35.-¿Considera usted que los colaboradores brindan comunicación vi...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
36	P36	Numérico	8	0	36.-¿La empresa ofrece páginas web innovadoras a los clientes?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
37	P37	Numérico	8	0	37.-¿Cree usted que la funcionalidad de las páginas web son óptimas?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
38	P38	Numérico	8	0	38.-¿Considera usted que la empresa ofrece plataformas virtuales co...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
39	P39	Numérico	8	0	39.-¿La empresa brinda originalidad en cada diseño gráfico?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
40	P40	Numérico	8	0	40.-¿La empresa ofrece servicios con última tecnología relacionado ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
41	P41	Numérico	8	0	41.-¿Cree usted que la empresa ofrece sistemas personalizados de ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
42	P42	Numérico	8	0	42.-¿Considera que las elaboraciones de páginas web cumplen con l...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
43	P43	Numérico	8	0	43.-¿La empresa brinda un eficiente marketing digital de las empres...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
44	P44	Numérico	8	0	44.-¿Cree usted o percibe que los colaboradores comprenden sus n...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
45	P45	Numérico	8	0	45.-¿Ud. considera que el personal brinda una atención personalizad...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
46	P46	Numérico	8	0	46.-¿La empresa brinda efectividad en las entregas?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
47	P47	Numérico	8	0	47.-¿Considera usted que el tiempo que utilizan en cada servicio es ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
48	P48	Numérico	8	0	48.-¿Considera usted que la empresa brinda páginas web eficientes ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
49	P49	Numérico	8	0	49.-¿Cree usted que la empresa utiliza todos sus recursos para que	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
49	P49	Númérico	8	0	49.-¿Cree usted que la empresa utiliza todos sus recursos para que...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
50	P50	Númérico	8	0	50.-¿Cree usted o percibe que los colaboradores priorizan sus reque...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
51	P51	Númérico	8	0	51.-¿El personal inspira amabilidad y profesionalismo durante el ser...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
52	P52	Númérico	8	0	52.-¿Considera usted que el personal es empático en la atención al ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
53	P53	Númérico	8	0	53.-¿Cree usted que los colaboradores tienen una actitud positiva du...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
54	P54	Númérico	8	0	54.-¿Considera usted que los colaboradores tienen un entusiasmo p...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
55	P55	Númérico	8	0	55.-¿Los colaboradores tienen capacidad de escucha con sus client...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
56	P56	Númérico	8	0	56.-¿Usted percibe que los colaboradores tienen vocación de servicio?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
57	P57	Númérico	8	0	57.-¿Considera que la compañía se preocupa por los clientes?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
58	P58	Númérico	8	0	58.-¿Cree usted que la empresa cumple con el tiempo de entrega se...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
59	P59	Númérico	8	0	59.-¿Considera usted que los colaboradores son proactivos en los tr...	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
60	P60	Númérico	8	0	60.-¿La empresa brinda un asesoramiento post venta al cliente?	(1, NUNCA)...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
61	P61	Númérico	8	0	61.-¿Usted cree que la empresa brinda un valor agregado en sus ser...	(1, NUNCA)...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
62	P62	Númérico	8	0	62.-¿Considera usted que los colaboradores están comprometidos c...	(1, NUNCA)...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
63	P63	Númérico	8	0	63.-¿Usted percibe que los colaboradores brindan soluciones a sus ...	(1, NUNCA)...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
64	P64	Númérico	8	0	64.-¿Considera usted que la empresa tiene años de experiencia en e...	(1, NUNCA)...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
65	Suma	Númérico	8	2		Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
66	SumDocu	Númérico	8	2	Documentos	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
67	SumProc	Númérico	8	2	Procesos	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
68	SumEfic	Númérico	8	2	Eficacia	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
69	SumSegu	Númérico	8	2	Seguridad	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
70	Var1	Númérico	8	2	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
71	SumProd	Númérico	8	2	Producto	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
72	SumServ	Númérico	8	2	Servicio	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
73	SumInte	Númérico	8	2	Interacción	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
72	SumServ	Númérico	8	2	Servicio	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
73	SumInte	Númérico	8	2	Interacción	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
74	SumSati	Númérico	8	2	Satisfacción	Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
75	Var2	Númérico	8	2	ATENCIÓN AL CLIENTE	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
76	Docu	Númérico	8	2	DOCUMENTOS	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
77	Proc	Númérico	8	2	PROCESOS	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
78	Efic	Númérico	8	2	EFICACIA	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
79	Segu	Númérico	8	2	SEGURIDAD	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
80	varinde	Númérico	8	2	gestión administrativa	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
81	Prod	Númérico	8	2	PRODUCTO	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
82	Serv	Númérico	8	2	SERVICIO	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
83	Inte	Númérico	8	2	INTERACCIÓN	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
84	Sati	Númérico	8	2	SATISFACCIÓN	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
85	vardepe	Númérico	8	2	atención al cliente	Ninguna	Ninguna	5	Derecha	Escala	Entrada
86	AGRUPDOCU	Númérico	5	0	DOCUMENTOS (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
87	AGRUPPROC	Númérico	5	0	PROCESOS (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
88	AGRUPEFIC	Númérico	5	0	EFICACIA (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
89	AGRUPSEGU	Númérico	5	0	SEGURIDAD (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
90	AGRUPVA...	Númérico	5	0	gestión administrativa (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	14	Derecha	Ordinal	Entrada
91	AGRUPPROD	Númérico	5	0	PRODUCTO (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
92	AGRUPSERY	Númérico	5	0	SERVICIO (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
93	AGRUPINTE	Númérico	5	0	INTERACCIÓN (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
94	AGRUPSATI	Númérico	5	0	SATISFACCIÓN (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
95	AGRUPVA...	Númérico	5	0	atención al cliente (Agrupada)	(1, Nunca)...	Ninguna	14	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P1 2 Visible: 95 de 95 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23
1	2	4	4	3	4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3
2	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	2	3	3	4	3
3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
5	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
6	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	4
7	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
8	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
9	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
10	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
11	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
12	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2
13	1	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4
14	1	1	3	3	3	5	4	5	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	4
15	3	3	1	3	1	5	5	1	3	1	3	1	3	1	3	2	3	1	3	3	5	5	3
16	1	3	4	1	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3	3	1	3	1	3	1	3	3	3
17	1	3	1	3	3	1	1	2	4	1	1	3	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2
18	1	3	1	3	3	1	3	1	5	3	1	1	3	3	1	4	1	1	3	4	4	1	2
19	3	5	3	1	3	5	1	3	5	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	4	1	1	1
20	1	3	1	2	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1	3
21	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3
22	1	3	3	3	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1
23	2	2	3	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P46 4 Visible: 95 de 95 variables

	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45	P46
1	4	2	2	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4
2	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3
3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	5	4	3	2	3	3	4	5	4	3
4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	3
5	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	5	4	3	2	3	5	4	4	4	3
6	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3
7	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	5
8	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	5	2	3	3	4	3	4	4	3
9	4	4	2	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3	5	3	4	4	3	3	4	5	3	3
10	4	4	2	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	4	4	3	2	4	4	5	5	4	3
11	4	4	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	5	3	4	3	4	3	4	5	4	3
12	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	1	5	5	5	4	1	4	5	5	4	3	4	3
13	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
14	1	3	1	3	3	3	3	5	4	2	2	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
15	3	3	5	5	5	3	3	5	1	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3
16	1	3	1	1	3	3	3	3	3	4	4	2	2	5	3	2	3	3	4	3	3	4	5
17	1	1	1	3	1	3	1	1	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	3	5	4	4	4
18	4	1	2	3	1	3	1	5	4	2	4	3	2	5	5	4	3	4	5	5	4	4	3
19	3	1	3	5	1	1	2	1	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
20	1	3	3	2	1	1	3	3	3	2	4	3	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4
21	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	2	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4
22	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4
23	1	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

*Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P47 4 Visible: 95 de 95 variables

	P47	P46	P49	P50	P51	P52	P53	P54	P55	P56	P57	P58	P59	P60	P61	P62	P63	P64	Suma	SumDocu	SumProc
1	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	208.00	24.00	24.00
2	4	3	3	4	4	3	2	3	4	5	5	4	3	5	5	5	3	4	226.00	25.00	27.00
3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	5	4	3	3	219.00	25.00	27.00
4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	212.00	25.00	27.00
5	4	3	3	4	5	5	4	2	3	4	3	4	3	4	5	4	2	3	220.00	25.00	27.00
6	5	3	2	4	4	4	5	3	5	5	5	4	3	2	4	5	4	4	224.00	25.00	27.00
7	4	2	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	224.00	25.00	27.00
8	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	2	4	220.00	25.00	27.00
9	5	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	233.00	25.00	27.00
10	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	231.00	25.00	27.00
11	4	2	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	219.00	25.00	27.00
12	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	185.00	17.00	13.00
13	4	4	5	5	5	5	3	2	3	3	5	5	4	3	3	4	5	5	256.00	21.00	25.00
14	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	205.00	20.00	18.00
15	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	220.00	21.00	16.00
16	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	196.00	18.00	20.00
17	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	170.00	13.00	14.00
18	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	195.00	15.00	18.00
19	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	195.00	21.00	22.00
20	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	189.00	12.00	22.00
21	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	168.00	10.00	10.00
22	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	172.00	15.00	12.00
23	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	180.00	16.00	19.00

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

*Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: SumEfic 21.00 Visible: 95 de 95 variables

	SumEfic	SumSegu	Var1	SumProd	SumSery	SumInte	SumSati	Var2	DOCU	PROC	EFIC	SEGU	varinde	PROD	SERV
1	21.00	29.00	98.00	26.00	34.00	25.00	25.00	110.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
2	24.00	32.00	108.00	31.00	32.00	26.00	29.00	118.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
3	24.00	31.00	107.00	28.00	33.00	23.00	28.00	112.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
4	24.00	31.00	107.00	25.00	30.00	26.00	24.00	105.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
5	24.00	31.00	107.00	28.00	34.00	26.00	25.00	113.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
6	24.00	31.00	107.00	29.00	30.00	31.00	27.00	117.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
7	24.00	31.00	107.00	30.00	34.00	28.00	25.00	117.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
8	24.00	31.00	107.00	29.00	33.00	25.00	26.00	113.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
9	24.00	31.00	107.00	36.00	33.00	28.00	29.00	126.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
10	24.00	31.00	107.00	34.00	36.00	29.00	25.00	124.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
11	24.00	31.00	107.00	25.00	32.00	29.00	26.00	112.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
12	11.00	21.00	62.00	32.00	34.00	26.00	31.00	123.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00
13	24.00	48.00	118.00	41.00	42.00	26.00	29.00	138.00	3.00	3.00	3.00	5.00	4.00	5.00	5.00
14	11.00	30.00	79.00	34.00	34.00	27.00	31.00	126.00	3.00	2.00	2.00	3.00	2.00	4.00	4.00
15	22.00	36.00	95.00	40.00	31.00	29.00	25.00	125.00	3.00	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00
16	17.00	24.00	79.00	28.00	36.00	27.00	26.00	117.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00
17	10.00	17.00	54.00	28.00	34.00	26.00	28.00	116.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	3.00	4.00
18	18.00	26.00	77.00	32.00	35.00	25.00	26.00	118.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00
19	12.00	21.00	76.00	33.00	34.00	25.00	27.00	119.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00
20	15.00	23.00	72.00	33.00	32.00	26.00	26.00	117.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00
21	9.00	16.00	45.00	32.00	36.00	27.00	28.00	123.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	4.00	4.00
22	11.00	12.00	50.00	35.00	33.00	26.00	28.00	122.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	4.00	4.00
23	8.00	22.00	65.00	29.00	34.00	25.00	27.00	115.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	3.00	4.00

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: INTE 4.00 Visible: 95 de 95 variables

	INTE	SATI	vardepe	AGRUPDOCU	AGRUPPROC	AGRUPEFIC	AGRUPSEGU	AGRUPVARINDE	AGRUPPROD	AGRUPSERV	AGRUPINTE	AGRUPSATI
1	4.00	4.00	3.00	3	3	3	3	3	3	4	4	4
2	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	3	4	3	4
4	4.00	3.00	3.00	4	3	3	3	3	3	3	4	3
5	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4
6	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	3	3	4	4
7	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4
8	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4
9	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	4	4	4	4
10	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	4	4	4	4
11	4.00	4.00	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4
12	4.00	4.00	4.00	2	2	2	2	2	4	4	4	4
13	4.00	4.00	4.00	3	3	3	5	4	5	5	4	4
14	4.00	4.00	4.00	3	2	2	3	2	4	4	4	4
15	4.00	4.00	4.00	3	2	3	4	3	4	3	4	4
16	4.00	4.00	4.00	3	3	2	2	2	3	4	4	4
17	4.00	4.00	4.00	2	2	1	2	2	3	4	4	4
18	4.00	4.00	4.00	2	2	3	3	2	4	4	4	4
19	4.00	4.00	4.00	3	3	2	2	2	4	4	4	4
20	4.00	4.00	4.00	2	3	2	2	2	4	4	4	4
21	4.00	4.00	4.00	1	1	1	2	1	4	4	4	4
22	4.00	4.00	4.00	2	2	2	1	2	4	4	4	4
23	4.00	4.00	4.00	2	2	1	2	2	3	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: vardepe 3.00 Visible: 95 de 95 variables

	vardepe	AGRUPDOCU	AGRUPPROC	AGRUPEFIC	AGRUPSEGU	AGRUPVARINDE	AGRUPPROD	AGRUPSERV	AGRUPINTE	AGRUPSATI	AGRUPVARDEPE	YE
1	3.00	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
2	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	4.00	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
4	3.00	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
5	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
6	4.00	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
7	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
8	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
9	4.00	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
10	4.00	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
11	4.00	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
12	4.00	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4
13	4.00	3	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4
14	4.00	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4
15	4.00	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4
16	4.00	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4
17	4.00	2	2	1	2	2	3	4	4	4	4	4
18	4.00	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4
19	4.00	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4
20	4.00	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4
21	4.00	1	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4
22	4.00	2	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4
23	4.00	2	2	1	2	2	3	4	4	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

*Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

88: P1 2 Visible: 95 de 95 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23
88	2	2	2	2	3	1	1	1	2	4	3	2	1	2	1	1	3	3	1	1	2	4	2
89	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	4	3	2	1	2	1	1	3	3	5	5	5	5
90	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	2	1	1	1	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	2	2	2	1	2	1	5	5	5	5	5
93	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1	2	1	1	3	3	3
94	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	1	1	5	4	3	4	5	5	5	5
95	3	1	1	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	2	1	5	4	5	5	2	1	2	3
96	3	1	1	3	3	1	3	2	3	1	3	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	3
97	3	1	1	4	3	1	4	1	4	1	4	1	3	4	3	1	2	2	1	2	1	2	3
98	3	1	1	4	4	1	5	1	5	1	4	1	1	3	3	5	5	5	5	2	1	1	1
99	4	1	1	3	3	1	3	1	4	1	4	1	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
101	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
102	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
103	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
104	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
105	4	4	5	5	3	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
106	5	5	4	4	3	4	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5
108	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
109	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	4	4	5	5	5	5

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

88: P24 1 Visible: 95 de 95 variables

	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45	P46
88	1	2	2	2	3	1	1	2	3	1	1	1	2	4	3	2	1	2	1	1	3	3	1
89	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	1	1	2	4	3	2	1	2	1	1	3	3	3
90	5	5	5	5	5	3	4	4	2	2	2	3	3	3	2	3	4	3	2	1	1	2	3
91	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
92	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
93	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
94	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
95	3	1	1	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
96	3	1	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
97	3	1	1	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
98	1	1	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
99	1	1	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2	1	1	1
101	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
102	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
103	1	4	4	4	3	1	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	4	5	4	4	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
105	5	4	4	4	3	5	5	2	5	3	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5
107	4	4	4	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	5
108	4	5	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
109	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5
110	5	1	4	5	3	4	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

88: P47 1 Visible: 95 de 95 variables

	P47	P48	P49	P50	P51	P52	P53	P54	P55	P56	P57	P58	P59	P60	P61	P62	P63	P64	Suma	SumDocu	SumProc
88	1	2	4	2	1	2	2	2	3	5	4	3	4	1	1	2	2	2	132.00	13.00	16.00
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	1	2	3	203.00	14.00	16.00
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	3	226.00	18.00	23.00
91	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	269.00	34.00	38.00
92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	3	2	4	4	4	5	5	252.00	27.00	29.00
93	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	4	4	4	4	5	5	5	235.00	22.00	27.00
94	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	3	4	4	4	5	5	262.00	27.00	25.00
95	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	2	2	4	4	4	5	5	213.00	15.00	13.00
96	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	215.00	15.00	15.00
97	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	217.00	17.00	21.00
98	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	225.00	19.00	19.00
99	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	4	4	4	5	5	214.00	16.00	16.00
100	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	286.00	35.00	40.00
101	4	4	5	5	5	5	4	4	4	2	2	3	3	4	5	5	3	5	285.00	33.00	37.00
102	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	295.00	34.00	38.00
103	5	5	4	5	5	1	4	4	4	5	5	5	3	1	4	4	4	4	282.00	33.00	39.00
104	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	3	5	5	287.00	32.00	36.00
105	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	2	5	278.00	30.00	35.00
106	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	292.00	30.00	34.00
107	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	3	5	5	3	5	280.00	35.00	36.00
108	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	3	5	283.00	33.00	36.00
109	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	281.00	29.00	36.00
110	4	5	5	5	5	5	1	4	5	3	3	4	4	3	4	2	3	4	272.00	35.00	37.00

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

88: SumEfic 15.00 Visible: 95 de 95 variables

	SumEfic	SumSegu	Var1	SumProd	SumServ	SumInte	SumSati	Var2	DOCU	PROC	EFIC	SEGU	varinde	PROD	SERV
88	15.00	19.00	63.00	17.00	18.00	19.00	15.00	69.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
89	23.00	44.00	97.00	18.00	30.00	35.00	23.00	106.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	2.00	3.00
90	25.00	45.00	111.00	24.00	33.00	33.00	25.00	115.00	3.00	3.00	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00
91	20.00	47.00	139.00	42.00	30.00	30.00	28.00	130.00	5.00	5.00	3.00	5.00	4.00	5.00	3.00
92	21.00	46.00	123.00	42.00	30.00	30.00	27.00	129.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	3.00
93	14.00	42.00	105.00	42.00	30.00	28.00	30.00	130.00	3.00	3.00	2.00	4.00	3.00	5.00	3.00
94	31.00	47.00	130.00	42.00	30.00	33.00	27.00	132.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	5.00	3.00
95	24.00	34.00	86.00	42.00	30.00	29.00	26.00	127.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	5.00	3.00
96	11.00	38.00	79.00	42.00	30.00	34.00	30.00	136.00	2.00	2.00	2.00	4.00	2.00	5.00	3.00
97	11.00	35.00	84.00	42.00	30.00	32.00	29.00	133.00	2.00	3.00	2.00	4.00	3.00	5.00	3.00
98	24.00	33.00	95.00	42.00	30.00	30.00	28.00	130.00	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	5.00	3.00
99	14.00	34.00	80.00	42.00	30.00	33.00	29.00	134.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	5.00	3.00
100	31.00	50.00	156.00	42.00	30.00	31.00	29.00	132.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00
101	33.00	44.00	147.00	42.00	42.00	26.00	28.00	138.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00
102	32.00	46.00	150.00	44.00	41.00	30.00	30.00	145.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
103	34.00	34.00	140.00	44.00	44.00	28.00	26.00	142.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00
104	34.00	43.00	145.00	42.00	42.00	30.00	28.00	142.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00
105	32.00	41.00	138.00	39.00	40.00	31.00	30.00	140.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
106	33.00	50.00	147.00	38.00	41.00	33.00	33.00	145.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00
107	30.00	40.00	141.00	41.00	40.00	28.00	30.00	139.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00
108	30.00	44.00	143.00	42.00	39.00	32.00	27.00	140.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00
109	33.00	43.00	141.00	38.00	43.00	28.00	31.00	140.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00
110	31.00	36.00	139.00	44.00	39.00	26.00	24.00	133.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

*Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

88 : NTE 3.00 Visible: 95 de 95 variables

	INTE	SATI	vardepe	AGRUPDOCU	AGRUPPROC	AGRUPEFIC	AGRUPSEGU	AGRUPVARINDE	AGRUPPROD	AGRUPSERV	AGRUPINTE	AGRUPSATI
88	3.00	2.00	2.00	2	2	2	2	2	2	2	3	2
89	5.00	3.00	3.00	2	2	3	4	3	2	3	5	3
90	5.00	4.00	4.00	3	3	4	5	3	3	4	5	4
91	4.00	4.00	4.00	5	5	3	5	4	5	3	4	4
92	4.00	4.00	4.00	4	4	3	5	4	5	3	4	4
93	4.00	4.00	4.00	3	3	2	4	3	5	3	4	4
94	5.00	4.00	4.00	4	3	4	5	4	5	3	5	4
95	4.00	4.00	4.00	2	2	3	3	3	5	3	4	4
96	5.00	4.00	4.00	2	2	2	4	2	5	3	5	4
97	5.00	4.00	4.00	2	3	2	4	3	5	3	5	4
98	4.00	4.00	4.00	3	2	3	3	3	5	3	4	4
99	5.00	4.00	4.00	2	2	2	3	3	5	3	5	4
100	4.00	4.00	4.00	5	5	4	5	5	5	3	4	4
101	4.00	4.00	4.00	5	5	5	4	5	5	5	4	4
102	4.00	4.00	5.00	5	5	5	5	5	5	5	4	4
103	4.00	4.00	4.00	5	5	5	3	4	5	5	4	4
104	4.00	4.00	4.00	5	5	5	4	5	5	5	4	4
105	4.00	4.00	4.00	4	4	5	4	4	4	4	4	4
106	5.00	5.00	5.00	4	4	5	5	5	4	5	5	5
107	4.00	4.00	4.00	5	5	4	4	4	5	4	4	4
108	5.00	4.00	4.00	5	5	4	4	4	5	4	5	4
109	4.00	4.00	4.00	4	5	5	4	4	4	5	4	4
110	4.00	3.00	4.00	5	5	4	4	4	5	4	4	3

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

*Karina Rosales - Jessica Utani.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

88 : vardepe 2.00 Visible: 95 de 95 variables

	vardepe	AGRUPDOCU	AGRUPPROC	AGRUPEFIC	AGRUPSEGU	AGRUPVARINDE	AGRUPPROD	AGRUPSERV	AGRUPINTE	AGRUPSATI	AGRUPVARDEPE
88	2.00	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
89	3.00	2	2	3	4	3	2	3	5	3	3
90	4.00	3	3	4	5	3	3	4	5	4	4
91	4.00	5	5	3	5	4	5	3	4	4	4
92	4.00	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4
93	4.00	3	3	2	4	3	5	3	4	4	4
94	4.00	4	3	4	5	4	5	3	5	4	4
95	4.00	2	2	3	3	3	5	3	4	4	4
96	4.00	2	2	2	4	2	5	3	5	4	4
97	4.00	2	3	2	4	3	5	3	5	4	4
98	4.00	3	2	3	3	3	5	3	4	4	4
99	4.00	2	2	2	3	3	5	3	5	4	4
100	4.00	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4
101	4.00	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
102	5.00	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
103	4.00	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4
104	4.00	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
105	4.00	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
106	5.00	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
107	4.00	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
108	4.00	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
109	4.00	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
110	4.00	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Anexo 2: Formatos de validación a través de Juicio de Expertos



**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS
DE JUICIO DE EXPERTOS**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a):

DRA. EDITH ROSALES DOMINGUEZ

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes del programa de ELABORACIÓN DE TESIS PARA UNIVERSIDADES NO LICENCIADAS de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Licenciada de Administración.

El título nombre del desarrollo de nuestra tesis de investigación es: **Gestión administrativa y Atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
Karina Jacqueline Rosales Castilla
DNI: 45180748



Firma
Jessica Beatriz Uta Vázquez
DNI: 46070170

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

I. VARIABLE X: GESTIÓN ADMINISTRATIVA

DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Por una parte, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.242) es llevar a cabo una serie de procesos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información. Toda empresa necesita en su funcionamiento diario ya sea por temas legales o por la misma organización implementar una serie de procesos para que no existan demoras en los departamentos como consecuencia de una deficiente gestión administrativa en la empresa, para ello se buscará simplificar la utilidad de la información generada, asimismo todo contenido de la información es de confiabilidad.

DEFINICIÓN OPERACIONAL:

Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 24, interpretando los resultados; Además se utilizarán otros métodos de análisis estadístico.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE:

1. DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS:

Por otro Fernández Verde D, Fernández Rico E, (2017: p. 90) los documentos administrativos son de gran utilidad sirven como medios de comunicación en la administración pública y privada, aseguran y garantizan el derecho de los ciudadanos al igual que el personal de la empresa a acceder a los mismos. Asimismo, toda la documentación que genera la empresa deberá ser archivada y mantenimiento siempre un orden aplicando sistemas de clasificación documental, por lo cual se utilizará los medios ofimáticos y telemáticos utilizados actualmente, cumpliendo con la normativa de confidencialidad y del registro de archivos.

En cambio, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.243,249) entre los documentos administrativos tenemos los relacionados con el proceso de compraventa como es la nota de pedido, nota de entrega y la factura y/o boleta. También se encuentra otros documentos relacionados al proceso de pago y cobro que es el recibo, los instrumentos de pagos como los cheques, transferencias, pagos con tarjetas de crédito y débito, letras de cambio y el pagaré.

2. PROCESOS ADMINISTRATIVOS:

Sin embargo, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.242) el proceso administrativo tiene que ser oportuno, minimizar los costos, tiene que ser riguroso y seguro, tendrá que ser estandarizado mientras más se incorpore la gestión administrativa en el día a día mayor será la estandarización de los procesos y se reducirán los costos en términos de tiempo y económico. Entre los procesos más comunes es el proceso de compraventa que se repite diariamente por lo cual se establecen modelos de documentos administrativos por ende permite su eficaz tratamiento, asimismo para lograr una adecuada gestión administrativa se debe estandarizar los procesos en un orden y conservar todos los documentos según las exigencias legales para su cumplimiento y conservación.

3. EFICACIA:

Por un lado, Rojas, ~~Jaimes~~ & Valencia (2017 p:11) la eficacia se refiere a todos los resultados obtenidos, tiene mayor énfasis en los resultados, realizando las labores correctamente, alcanzando los objetivos, optimizando los recursos para lograr resultados, proporcionando eficacia a las demás personas y/o colaboradores, una vez que se ha culminado el proceso para alcanzar las metas y objetivos organizacionales. Ser eficaz es priorizar las tareas y realizarlas ordenadamente minimizando el tiempo.

4. SEGURIDAD:

En cuanto a ~~ISOTools Excellence~~ (2017: p.148) la seguridad de la información tributa a una disciplina que se encarga de la implementación técnica de la protección de la información, el despliegue de las tecnologías que establecen de forma que se aseguran las situaciones de fallas parciales o totales, cuando la información es el activo que se encuentra en riesgo. En otras palabras, nos habla de los riesgos, de las amenazas, de los análisis de escenarios, de las buenas prácticas y los esquemas normativos, que nos exigen niveles de aseguramiento de procesos y de tecnología para elevar el nivel de confianza en la creación, utilización, almacenaje, transmisión, recuperación y disposición final de la información.



II. VARIABLE Y: ATENCIÓN AL CLIENTE

DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Por un lado, Arenal Laza, C. (2019: p.7) es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes para satisfacer sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes para asegurar el uso correcto de un producto o servicio. Asimismo, en España ha evolucionado la atención al cliente ha ido mejorando gracias a la normativa de calidad y el uso de la informática. La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una organización para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción. A lo largo del tiempo ha ido evolucionando el servicio al cliente ha ido mejorando gracias a las normativas y por el uso de la tecnología. Tener un buen vínculo con el cliente ahora es una ventaja competitiva es un elemento diferenciador que destaca el valor de una empresa en el trato que brinda a sus clientes.

DEFINICIÓN OPERACIONAL:

Para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 24.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE:

1. PRODUCTO:

Según Carolina Hernández Cabrero (2018: p.21) es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. En otras palabras, se refiere a la oferta que realiza la empresa al mercado.

2. SERVICIOS:

Sin embargo, Arenal Laza, C. (2019: p.11) el servicio de la atención al cliente es un conjunto servicios que una empresa ofrece a sus clientes con el fin de que obtengan sus productos de la forma prevista, en el lugar y tiempo estipulado y a su vez se cerciore del buen funcionamiento de los mismos, es una relación entre el cliente y empresa. El sector del servicio al cliente es el responsable de la relación, de la escucha y comprensión de las consultas, quejas, dudas y reclamaciones que tenga el cliente con respecto al servicio contratado o producto recibido.

3. INTERACCIÓN:

Por una parte, Arenal Laza, C. (2019: p.25,34,35) la interacción es cuando la comunicación deja de ser unilateral en la actualidad se empieza a buscar respuesta de nuestros clientes, nos importa su opinión, sus sugerencias y sus críticas para poder mejorar nuestro servicio. El cliente actualmente está en las redes sociales, en los medios digitales y blogs. El objetivo de la interacción es evitar errores como por ejemplo no entregar la mercancía a tiempo, por falta de algún documento relevante del cliente. Asimismo, la interacción con el cliente nos permite clasificarlos según su rentabilidad lo cual nos permite reducir los costos de transacción y la relación con aquellos clientes que están por debajo de los niveles convenientes.

4. SATISFACCIÓN:

Con respecto a Gutiérrez (2017, p.32) la satisfacción es el resultado de que tan bien se ha relacionado el cliente con el consumidor, esto se ve reflejado cuando el cliente habla sobre tu empresa y si cumple con lo ofrecido. En efecto esto debe ser el objetivo fundamental de toda organización, trabajando mucho en lograr altos niveles de satisfacción en sus clientes y posteriormente fidelizando nuevos provenientes de la competencia.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES
Tabla 1: Variable X: Gestión Administrativa.

Variable X	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Peso	Escala de medición
Gestión administrativa	Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.242) Es llevar a cabo una serie de procesos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información.	Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 24, interpretando los resultados; Además se utilizarán otros métodos de análisis estadístico.	Documentos	Cartas de presentación ofreciendo servicios a los clientes	P1	10%	Ordinal/Likert 1. Casi nunca 2. Nunca 3. A veces 4. Siempre 5. Casi siempre
				Capacitaciones al personal sobre el manejo de Software y Hardware	P2		
				Cobrazones a los clientes	P3		
				Contratos servicios de página web	P4		
				Renovaciones de hosting y dominios	P5		
				Hojas de requerimientos de los clientes	P6		
				Contables factura de compra y venta	P7		
			Procesos	Ejecución de actividades Páginas web	P8, P9	20%	
				Planificación de actividades para el desarrollo de Pagina web.	P10		
				Organización de cada requerimiento según las empresas contratantes	P11		
				Dirección de cada proyecto web	P12		
				Coordinación con el	P13		

				cliente para el desarrollo de página web.		10%			
				Control de cada proyecto web	P14				
				Retroalimentación (Feedback) con el cliente	P15				
				Eficacia	Trabajos terminados			P16	10%
					Personal capacitado			P17	
					Atención rápida			P18	
					Tiempo de entrega			P19	
					Información clara y precisa			P20	
					Mejoras en el servicio			P21	
				Seguridad	Equipos modernos			P22	60%
					Documentos formales contrato			P23	
					Resolución de reclamos y quejas			P24	
					Garantía			P25, P26	
Preocupación por los intereses de los usuarios	P27, P28								
El servicio cumple con las expectativas del cliente	P29, P30								
Conocimiento del tema	P31								
Capacidad de respuesta	P32								

Fuente: Las Investigadoras



Tabla 2: Variable Y: Atención al cliente.

Operacionalización de la variable Atención al cliente

Variable Y	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Peso	Escala de medición
Atención al cliente	Arenal Laza, Carmen (2019: Pag.7) Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes para satisfacer sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes para asegurar el uso correcto de un producto o servicio.	Para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 24.	Producto	Diferenciación de páginas web	P1	40%	Ordinal/ Likert 1. Casi nunca 2. Nunca 3. A veces 4. Siempre 5. Casi siempre
				Diseño de post publicitarios en redes sociales	P2, P3		
				Innovación de páginas web	P4		
				Funcionalidad de la página web	P5		
				Plataforma virtual	P6		
				Originalidad en diseño gráfico	P7		
				Mejoramiento de sistemas integrados personalizados	P8, P9		
			Servicio	Diseño y desarrollo de páginas web	P10	40%	
				Marketing digital	P11		
				Asesoramiento a nuevos clientes	P12		
				Atención de	P13		



				incidencias	P14,P15	40%		
				Efectividad en las entregas				
				Productividad de los proyectos	P16,P17			
				Tiempo que demora para procesar los requerimientos del cliente	P18			
				Interacción	Amabilidad	P19		10%
					Empatía	P20		
					Actitud	P21		
					Entusiasmo	P22		
					Capacidad de escucha	P23		
					Vocación de servicio	P24		
				Satisfacción	Preocupación por los cliente	P25		10%
					Cumplimiento de entregas según contrato	P26		
					Proactividad	P27		
Asesoría Post Venta	P28							
Valor agregado	P29							
Compromiso	P30							
Soluciones	P31							
Años de experiencia	P32							

Fuente: Las Investigadoras

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN 1: DOCUMENTOS														
1	¿Se ofrecen servicios por parte de la empresa, a través de cartas de presentación claras?				x				x					x
2	¿La empresa brinda capacitaciones de manejo de software y hardware a su personal?				x				x					x
3	¿Considera que la empresa brinda cotizaciones de acuerdo al requerimiento del cliente?				x				x					x
4	¿Considera usted que la empresa cumple con todas las cláusulas del contrato establecido?				x				x					x
5	¿La empresa cumple con informar las renovaciones de hosting y dominios de las páginas web a sus clientes?				x				x					x
6	¿La empresa considera todo lo escrito en la hoja de requerimiento del cliente?				x				x					x
7	¿Cree usted que la empresa lleva un control de todas las facturas de compra y venta?				x				x					x
DIMENSIÓN 2: PROCESOS														

8	¿La empresa cumple con cada etapa del proyecto hasta su finalización?				x				x					x
9	¿Cree usted que la empresa es eficiente en la ejecución de las actividades propuestas?				x				x					x
10	¿Considera usted que la empresa planifica cada actividad que realiza?				x				x					x
11	¿Cree usted que la empresa organiza la ejecución de las actividades programadas?				x				x					x
12	¿La empresa dirige cada proceso de elaboración de página web para optimizar sus procesos?				x				x					x
13	¿Considera usted que la empresa coordina cada actividad con el cliente para cumplir con el tiempo de entrega de un proyecto?				x				x					x
14	¿Cree usted que la empresa controla todas las actividades de sus trabajadores para cumplir con los objetivos de la empresa?				x				x					x
15	¿La empresa realiza retroalimentación para corregir errores y servir mejor -(feedback) a los clientes?				x				x					x
DIMENSIÓN 3: EFICACIA														
16	¿Considera usted que la empresa culmina todos los trabajos de sus clientes?				x				x					x



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: APLICABLE

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

Apellidos y nombres del juez validador Dra. / Mg. EDITH ROSALES DOMINGUEZ DNI: 23703679

Especialidad del validador: INVESTIGADORA

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

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

LIMA, 15 de JULIO del 2021

DRA. EDITH ROSALES DOMINGUEZ
DNI: 23703679
Firma del Experto Informante.
Especialidad


CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ^a				Relevancia ^a				Claridad ^a				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSION 1: PRODUCTO														
1	¿Considera usted que las Páginas Web que ofrece la empresa se diferencian del resto?				x				x					x
2	¿Cree usted que la empresa brinda post publicitarios efectivos en redes sociales?				x				x					x
3	¿Considera usted que los colaboradores brindan comunicación virtual mediante chat en redes sociales?				x				x					x
4	¿La empresa ofrece páginas web innovadoras a los clientes?				x				x					x
5	¿Cree usted que la funcionalidad de las páginas web son óptimas?				x				x					x
6	¿Considera usted que la empresa ofrece plataformas virtuales competentes?				x				x					x
7	¿La empresa brinda originalidad en cada diseño gráfico?				x				x					x
8	¿La empresa ofrece servicios con última tecnología relacionado a TIC?				x				x					x
9	¿Cree usted que la empresa ofrece sistemas personalizados de acuerdo a la necesidad del				x				x					x

	cliente?													
DIMENSIÓN 2: SERVICIO														
10	¿Considera que las elaboraciones de páginas web cumplen con la necesidad del cliente?				x				x					x
11	¿La empresa brinda un eficiente marketing digital de las empresas contratantes?				x				x					x
12	¿Cree usted o percibe que los colaboradores comprenden sus necesidades?				x				x					x
13	¿Ud. considera que el personal brinda una atención personalizada que permite acudir a la empresa ante algún problema de su servicio?				x				x					x
14	¿La empresa brinda efectividad en las entregas?				x				x					x
15	¿Considera usted que el tiempo que utilizan en cada servicio es adecuado?				x				x					x
16	¿Considera usted que la empresa brinda páginas web eficientes y rentables para el cliente?				x				x					x
17	¿Cree usted que la empresa utiliza todos sus recursos para que sus proyectos sean productivos?				x				x					x
18	¿Cree usted o percibe que los colaboradores priorizan sus requerimientos o consultas?				x				x					x
DIMENSIÓN 3: INTERACCIÓN														
19	¿El personal inspira amabilidad y profesionalismo durante el servicio?				x				x					x



20	¿Considera usted que el personal es empático en la atención al cliente?				x				x						x
21	¿Cree usted que los colaboradores tienen una actitud positiva durante el servicio?				x				x						x
22	¿Considera usted que los colaboradores tienen un entusiasmo positivo durante el servicio?				x				x						x
23	¿Los colaboradores tienen capacidad de escucha con sus clientes?				x				x						x
24	¿Usted percibe que los colaboradores tienen vocación de servicio?				x				x						x
25	¿Considera que la compañía se preocupa por los clientes?				x				x						x
DIMENSION 4: SATISFACCIÓN															
26	¿Cree usted que la empresa cumple con el tiempo de entrega según el contrato?				x				x						x
27	¿Considera usted que los colaboradores son proactivos en los trabajos, presentan antes de la fecha establecida?				x				x						x
28	¿La empresa brinda un asesoramiento post venta al cliente?				x				x						x
29	¿Usted cree que la empresa brinda un valor agregado en sus servicios?				x				x						x



30	¿Considera usted que los colaboradores están comprometidos con la empresa?				x				x						x
31	¿Usted percibe que los colaboradores brindan soluciones a sus problemas?				x				x						x
32	¿Considera usted que la empresa tiene años de experiencia en el mercado digital?				x				x						x



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: SI APLICA

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

Apellidos y nombres del juez validador Dra. / Mg. EDITH ROSALES DOMINGUEZ. DNI: 23703679

Especialidad del validador: INVESTIGADORA

LIMA, 15 de JULIO del 2021

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

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

DRA. EDITH ROSALES DOMINGUEZ

DNI: 23703679

Firma del Experto Informante.

Especialidad

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS
DE JUICIO DE EXPERTOS**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a):

DRA. TERESA NARVAEZ ARANIBAR

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes del programa de ELABORACIÓN DE TESIS PARA UNIVERSIDADES NO LICENCIADAS de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Licenciada de Administración.

El título nombre del desarrollo de nuestra tesis de investigación es: **Gestión administrativa y Atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de ~~operacionalización~~ operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
Karina Jacqueline, Rosaes Castilla
DNI: 45189748



Firma
Jessica Beatriz, Utani Vásquez
DNI: 46070170

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA \$ VARIABLE \$ Y DIMENSIONES

I. VARIABLE X: GESTIÓN ADMINISTRATIVA

DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Por una parte, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R. & Heras Fernández A. (2017: p.242) es llevar a cabo una serie de procesos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información. Toda empresa necesita en su funcionamiento diario ya sea por temas legales o por la misma organización implementar una serie de procesos para que no existan demoras en los departamentos como consecuencia de una deficiente gestión administrativa en la empresa, para ello se buscará simplificar la utilidad de la información generada, asimismo todo contenido de la información es de confiabilidad.

DEFINICIÓN OPERACIONAL:

Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 24, interpretando los resultados; Además se utilizarán otros métodos de análisis estadístico.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE:

1. DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS:

Por otro Fernández Verde D, Fernández Rico E, (2017: p. 90) los documentos administrativos son de gran utilidad sirven como medios de comunicación en la administración pública y privada, aseguran y garantizan el derecho de los ciudadanos al igual que el personal de la empresa a acceder a los mismos. Asimismo, toda la documentación que genera la empresa deberá ser archivada y mantenimiento siempre un orden aplicando sistemas de clasificación documental, por lo cual se utilizará los medios ofimáticos y telemáticos utilizados actualmente, cumpliendo con la normativa de confidencialidad y del registro de archivos.

En cambio, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R. & Heras Fernández A. (2017: p.243,249) entre los documentos administrativos tenemos los relacionados con el proceso de compraventa como es la nota de pedido, nota de entrega y la factura y/o boleto. También se encuentra otros documentos relacionados al proceso de pago y cobro que es el recibo, los instrumentos de pagos como los cheques, transferencias, pagos con tarjetas de crédito y débito, letras de cambio y el pagaré.

2. PROCESOS ADMINISTRATIVOS:

Sin embargo, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R. & Heras Fernández A. (2017: p.242) el proceso administrativo tiene que ser oportuno, minimizar los costos, tiene que ser riguroso y seguro, tendrá que ser estandarizado mientras más se incorpore la gestión administrativa en el día a día mayor será la estandarización de los procesos y se reducirán los costos en términos de tiempo y económico. Entre los procesos más comunes es el proceso de compraventa que se repite diariamente por lo cual se establecen modelos de documentos administrativos por ende permite su eficaz tratamiento, asimismo para lograr una adecuada gestión administrativa se debe estandarizar los procesos en un orden y conservar todos los documentos según las exigencias legales para su cumplimiento y conservación.

3. EFICACIA:

Por un lado, Rojas, ~~Jajmes~~ & Valencia (2017 p:11) la eficacia se refiere a todos los resultados obtenidos, tiene mayor énfasis en los resultados, realizando las labores correctamente, alcanzando los objetivos, optimizando los recursos para lograr resultados, proporcionando eficacia a las demás personas y/o colaboradores, una vez que se ha culminado el proceso para alcanzar las metas y objetivos organizacionales. Ser eficaz es priorizar las tareas y realizarlas ordenadamente minimizando el tiempo.

4. SEGURIDAD:

En cuanto a ~~ISO Tools Excellence~~ (2017: p.148) la seguridad de la información tributa a una disciplina que se encarga de la implementación técnica de la protección de la información, el despliegue de las tecnologías que establecen de forma que se aseguran las situaciones de fallas parciales o totales, cuando la información es el activo que se encuentra en riesgo. En otras palabras, nos habla de los riesgos, de las amenazas, de los análisis de escenarios, de las buenas prácticas y los esquemas normativos, que nos exigen niveles de aseguramiento de procesos y de tecnología para elevar el nivel de confianza en la creación, utilización, almacenaje, transmisión, recuperación y disposición final de la información.



II. VARIABLE Y: ATENCIÓN AL CLIENTE

DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Por un lado, Arenal Laza, C. (2019: p.7) es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes para satisfacer sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes para asegurar el uso correcto de un producto o servicio. Asimismo, en España ha evolucionado la atención al cliente ha ido mejorando gracias a la normativa de calidad y el uso de la informática. La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una organización para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción. A lo largo del tiempo ha ido evolucionando el servicio al cliente ha ido mejorando gracias a las normativas y por el uso de la tecnología. Tener un buen vínculo con el cliente ahora es una ventaja competitiva es un elemento diferenciador que destaca el valor de una empresa en el trato que brinda a sus clientes.

DEFINICIÓN OPERACIONAL:

Para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 24.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE:

1. PRODUCTO:

Según Carolina Hernández Cabrero (2018: p. 21) es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. En otras palabras, se refiere a la oferta que realiza la empresa al mercado.

2. SERVICIOS:

Sin embargo, Arenal Laza, C. (2019: p.11) el servicio de la atención al cliente es un conjunto servicios que una empresa ofrece a sus clientes con el fin de que obtengan sus productos de la forma prevista, en el lugar y tiempo estipulado y a su vez se cerciore del buen funcionamiento de los mismos, es una relación entre el cliente y empresas. El sector del servicio al cliente es el responsable de la relación, de la escucha y comprensión de las consultas, quejas, dudas y reclamaciones que tenga el cliente con respecto al servicio contratado o producto recibido.

3. INTERACCIÓN:

Por una parte, Arenal Laza, C. (2019: p.25,34,35) la interacción es cuando la comunicación deja de ser unilateral en la actualidad se empieza a buscar respuesta de nuestros clientes, nos importa su opinión, sus sugerencias y sus críticas para poder mejorar nuestro servicio. El cliente actualmente está en las redes sociales, en los medios digitales y blogs. El objetivo de la interacción es evitar errores como por ejemplo no entregar la mercancía a tiempo, por falta de algún documento relevante del cliente. Asimismo, la interacción con el cliente nos permite clasificarlos según su rentabilidad lo cual nos permite reducir los costos de transacción y la relación con aquellos clientes que están por debajo de los niveles convenientes.

4. SATISFACCIÓN:

Con respecto a Gutiérrez (2017, p.32) la satisfacción es el resultado de que tan bien se ha relacionado el cliente con el consumidor, esto se ve reflejado cuando el cliente habla sobre tu empresa y si cumples con lo ofrecido. En efecto esto debe ser el objetivo fundamental de toda organización, trabajando mucho en lograr altos niveles de satisfacción en sus clientes y posteriormente fidelizando nuevos provenientes de la competencia.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES
Tabla 1: Variable X: Gestión Administrativa.

Variable X	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Peso	Escala de medición
Gestión administrativa	Caldas Blanco M., Carrión Herráez R. & Heras Fernández A. (2017: p.242) Es llevar a cabo una serie de procesos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información.	Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 24, interpretando los resultados; Además se utilizaron otros métodos de análisis estadístico.	Documentos	Cartas de presentación ofreciendo servicios a los clientes	P1	10%	Ordinal/Likert 1. Casi nunca 2. Nunca 3. A veces 4. Siempre 5. Casi siempre
				Capacitaciones al personal sobre el manejo de Software y Hardware	P2		
				Cotizaciones a los clientes	P3		
				Contratos servicios de página web	P4		
				Renovaciones de hosting y dominios	P5		
				Hojas de requerimientos de los clientes	P6		
				Contables factura de compra y venta	P7		
			Procesos	Ejecución de actividades Páginas web	P8, P9	20%	
				Planificación de actividades para el desarrollo de Pagina web.	P10		
				Organización de cada requerimiento según las empresas contratantes	P11		
				Dirección de cada proyecto web	P12		
				Coordinación con el cliente para el desarrollo de página web.	P13		
				Control de cada proyecto web	P14		
				Retroalimentación (Feedback) con el cliente	P15		
				Eficacia	Trabajos terminados		
			Personal capacitado		P17		
			Atención rápida		P18		
			Tiempo de entrega		P19		

				Información clara y precisa	P20	60%
				Mejoras en el servicio	P21	
				Equipos modernos	P22	
			Seguridad	Documentos formales contrato	P23	
				Resolución de reclamos y quejas	P24	
				Garantía	P25, P26	
				Preocupación por los intereses de los usuarios	P27, P28	
				El servicio cumple con las expectativas del cliente	P29, P30	
				Conocimiento del tema	P31	
				Capacidad de respuesta	P32	

Fuente: Las Investigadoras

Tabla 2: Variable Y: Atención al cliente.

Operacionalización de la variable Atención al cliente

Variable Y	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Peso	Escala de medición
Atención al cliente	Arenal Laza, Carmen (2019: Pag.7) Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de	Para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 24.	Producto	Diferenciación de páginas web	P1	40%	Ordinal/ Likert 1. Casi nunca 2. Nunca 3. A veces 4. Siempre 5. Casi siempre
				Diseño de post publicitarios en redes sociales	P2, P3		
				Innovación de páginas web	P4		
				Funcionalidad de la página web	P5		
				Plataforma virtual	P6		
				Originalidad en diseño gráfico	P7		



relacionarse con los clientes para satisfacer sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes para asegurar el uso correcto de un producto o servicio.			Servicio	Mejoramiento de sistemas integrados personalizados	P8, P9	40%
				Diseño y desarrollo de páginas web	P10	
				Marketing digital	P11	
				Asesoramiento a nuevos clientes	P12	
				Atención de incidencias	P13	
				Efectividad en las entregas	P14,P15	
				Productividad de los proyectos	P16,P17	
				Tiempo que demora para procesar los requerimientos del cliente	P18	
				Amabilidad	P19	
			Empatía	P20		
			Actitud	P21		
			Entusiasmo	P22		
			Capacidad de escucha	P23		
			Vocación de servicio	P24		
			Preocupación por los cliente	P25	10%	
			Cumplimiento de entregas según contrato	P26		
			Proactividad	P27		
			Asesoría Post Venta	P28		
Valor agregado	P29					
Compromiso	P30					
Soluciones	P31					
Años de experiencia	P32					

Fuente: Las Investigadoras

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia*				Relevancia*				Claridad*				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSION 1: DOCUMENTOS														
1	¿Se ofrecen servicios por parte de la empresa Crowch Perú SAC, a través de cartas de presentación claras?				x				x					x
2	¿La empresa brinda capacitaciones de manejo de software y hardware a su personal?				x				x					x
3	¿Considera que la empresa brinda cotizaciones de acuerdo al requerimiento del cliente?				x				x					x
4	¿Considera usted que la empresa cumple con todas las cláusulas del contrato establecido?				x				x					x
5	¿La empresa cumple con informar las renovaciones de hosting y dominios de las páginas web a sus clientes?				x				x					x
6	¿La empresa considera todo lo escrito en la hoja de requerimiento del cliente?				x				x					x
7	¿Cree usted que la empresa lleva un control de todas las facturas de compra y venta?				x				x					x
DIMENSION 2: PROCESOS														
8	¿La empresa cumple con cada etapa del proyecto hasta su finalización?				x				x					x
9	¿Cree usted que la empresa es eficiente en la ejecución de las actividades propuestas?				x				x					x
10	¿Considera usted que la empresa planifica cada actividad que realiza?				x				x					x

11	¿Cree usted que la empresa organiza la ejecución de las actividades programadas?				x				x					x
12	¿La empresa dirige cada proceso de elaboración de página web para optimizar sus procesos?				x				x					x
13	¿Considera usted que la empresa coordina cada actividad con el cliente para cumplir con el tiempo de entrega de un proyecto?				x				x					x
14	¿Cree usted que la empresa controla todas las actividades de sus trabajadores para cumplir con los objetivos de la empresa?				x				x					x
15	¿La empresa realiza retroalimentación para corregir errores y servir mejor (feedback) a los clientes?				x				x					x
DIMENSION 3: EFICACIA														
16	¿Considera usted que la empresa culmina todos los trabajos de sus clientes?				x				x					x
17	¿Considera que el personal de la empresa se encuentra capacitado para cumplir con el diseño del servicio?				x				x					x
18	¿Cree usted que la empresa brinda una atención rápida a la hora de solucionar los problemas?				x				x					x
19	¿La empresa cumple con los tiempos de entrega?				x				x					x
20	¿Considera usted que la empresa brinda una información clara y precisa?				x				x					x
21	¿Cree usted que la empresa realiza mejoras en sus servicios?				x				x					x
22	¿La empresa cuenta con equipos modernos?				x				x					x



DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD														
23	¿La empresa emite documentos formales a sus clientes?					x								x
24	¿Cuándo realizan un reclamo o sugerencia es atendido de manera inmediata?					x								x
25	¿La empresa brinda garantía en sus servicios que ofrece?					x								x
26	¿Considera usted que la empresa ofrece trabajos de calidad?					x								x
27	¿Considera usted que la empresa se preocupa por los intereses de sus usuarios?					x								x
28	¿Considera que durante el servicio los colaboradores transmiten confianza?					x								x
29	¿Cree usted que la empresa cumple con las expectativas del cliente?					x								x
30	¿Considera usted que la empresa cumple con sus horarios establecidos?					x								x
31	¿La empresa cuenta con conocimiento de cada tema?					x								x
32	¿Considera usted que la empresa ofrece apoyo a sus clientes?					x								x



Observaciones: APLICABLE

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

Apellidos y nombres del juez validador Dra. / TERESA NARVAEZ ARANIBAR DNI: 10122038

Especialidad del validador: INVESTIGADORA

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto seguridad.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

DRA TERESA NARVAEZ ARANIBAR

DNI 10122038

Firma del Experto Informante.

INVESTIGADORA


CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSION 1: PRODUCTO														
1	¿Considera usted que las Páginas Web que ofrece la empresa se diferencian del resto?				x				x				x	
2	¿Cree usted que la empresa brinda post publicitarios efectivos en redes sociales?				x				x				x	
3	¿Considera usted que los colaboradores brindan comunicación virtual mediante chat en redes sociales?				x				x				x	
4	¿La empresa ofrece páginas web innovadoras a los clientes?				x				x				x	
5	¿Cree usted que la funcionalidad de las páginas web son óptimas?				x				x				x	
6	¿Considera usted que la empresa ofrece plataformas virtuales competentes?				x				x				x	
7	¿La empresa brinda originalidad en cada diseño gráfico?				x				x				x	
8	¿La empresa ofrece servicios con última tecnología relacionado a TIC?				x				x				x	
9	¿Cree usted que la empresa ofrece sistemas personalizados de acuerdo a la necesidad del cliente?				x				x				x	
DIMENSION 2: SERVICIO														
10	¿Considera que las elaboraciones de páginas web cumplen con la necesidad del cliente?				x				x				x	
11	¿La empresa brinda un eficiente marketing digital de las empresas contratantes?				x				x				x	
12	¿Cree usted o percibe que los colaboradores comprenden sus necesidades?				x				x				x	



13	¿Ud. considera que el personal brinda una atención personalizada que permite acudir a la empresa ante algún problema de su servicio?				x					x								x	
14	¿La empresa brinda efectividad en las entregas?				x					x								x	
15	¿Considera usted que el tiempo que utilizan en cada servicio es adecuado?				x					x								x	
16	¿Considera usted que la empresa brinda páginas web eficientes y rentables para el cliente?				x					x								x	
17	¿Cree usted que la empresa utiliza todos sus recursos para que sus proyectos sean productivos?				x					x								x	
18	¿Cree usted o percibe que los colaboradores priorizan sus requerimientos o consultas?				x					x								x	
DIMENSION 3: INTERACCION																			
19	¿El personal inspira amabilidad y profesionalismo durante el servicio?				x					x								x	
20	¿Considera usted que el personal es empático en la atención al cliente?				x					x								x	
21	¿Cree usted que los colaboradores tienen una actitud positiva durante el servicio?				x					x								x	
22	¿Considera usted que los colaboradores tienen un entusiasmo positivo durante el servicio?				x					x								x	
23	¿Los colaboradores tienen capacidad de escucha con sus clientes?				x					x								x	
24	¿Usted percibe que los colaboradores tienen vocación de servicio?				x					x								x	
25	¿Considera que la compañía se preocupa por los clientes?				x					x								x	
DIMENSION 4: SATISFACCION																			
26	¿Cree usted que la empresa cumple con el tiempo de entrega según el contrato?				x					x								x	



27	¿Considera usted que los colaboradores son proactivos en los trabajos, presentan antes de la fecha establecida?				x					x								x	
28	¿La empresa brinda un asesoramiento post venta al cliente?				x					x								x	
29	¿Usted cree que la empresa brinda un valor agregado en sus servicios?				x					x								x	
30	¿Considera usted que los colaboradores están comprometidos con la empresa?				x					x								x	
31	¿Usted percibe que los colaboradores brindan soluciones a sus problemas?				x					x								x	
32	¿Considera usted que la empresa tiene años de experiencia en el mercado digital?				x					x								x	

□



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: APLICA

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

Apellidos y nombres del juez validador Dra. TERESA NARVAEZ ARANIBAR. **DNI:10122038**

Especialidad del validador: INVESTIGADORA

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto técnico / constructivo.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

DRA TERESA NARVAEZ ARANIBAR

DNI 10122038

Firma del Experto Informante.

INVESTIGADORA

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS
DE JUICIO DE EXPERTOS**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a):

DR. EDWIN ARCE ALVAREZ

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes del programa de ELABORACIÓN DE TESIS PARA UNIVERSIDADES NO LICENCIADAS de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Licenciada de Administración.

El título nombre del desarrollo de nuestra tesis de investigación es: **Gestión administrativa y Atención al cliente de la empresa CREAWEB PERÚ SAC, Lima 2021**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de ~~operacionalización~~ de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.


Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Karina Jacqueline, Rosales Castilla
DNI: 45189748



Firma

Jessica Beatriz, Utani Vásquez
DNI: 46070170

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

I. VARIABLE X: GESTIÓN ADMINISTRATIVA

DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Por una parte, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.242) es llevar a cabo una serie de procesos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información. Toda empresa necesita en su funcionamiento diario ya sea por temas legales o por la misma organización implementar una serie de procesos para que no existan demoras en los departamentos como consecuencia de una deficiente gestión administrativa en la empresa, para ello se buscará simplificar la utilidad de la información generada, asimismo todo contenido de la información es de confiabilidad.

DEFINICIÓN OPERACIONAL:

Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 24, interpretando los resultados; Además se utilizaran otros métodos de análisis estadístico.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE:

1. DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS:

Por otro Fernández Verde D, Fernández Rico E, (2017: p. 90) los documentos administrativos son de gran utilidad sirven como medios de comunicación en la administración pública y privada, aseguran y garantizan el derecho de los ciudadanos al igual que el personal de la empresa a acceder a los mismos. Asimismo, toda la documentación que genera la empresa deberá ser archivada y mantenimiento siempre un orden aplicando sistemas de clasificación documental, por lo cual se utilizará los medios ofimáticos y telemáticos utilizados actualmente, cumpliendo con la normativa de confidencialidad y del registro de archivos.

En cambio, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.243,249) entre los documentos administrativos tenemos los relacionados con el proceso de compraventa como es la nota de pedido, nota de entrega y la factura y/o boleta. También se encuentra otros documentos relacionados al proceso de pago y cobro que es el recibo, los instrumentos de pagos como los cheques, transferencias, pagos con tarjetas de crédito y débito, letras de cambio y el pagaré.

2. PROCESOS ADMINISTRATIVOS:

Sin embargo, Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.242) el proceso administrativo tiene que ser oportuno, minimizar los costos, tiene que ser riguroso y seguro, tendrá que ser estandarizado mientras más se incorpore la gestión administrativa en el día a día mayor será la estandarización de los procesos y se reducirán los costos en términos de tiempo y económico. Entre los procesos más comunes es el proceso de compraventa que se repite diariamente por lo cual se establecen modelos de documentos administrativos por ende permite su eficaz tratamiento, asimismo para lograr una adecuada gestión administrativa se debe estandarizar los procesos en un orden y conservar todos los documentos según las exigencias legales para su cumplimiento y conservación.

3. EFICACIA:

Por un lado, Rojas, ~~Jairo~~ & Valencia (2017 p:11) la eficacia se refiere a todos los resultados obtenidos, tiene mayor énfasis en los resultados, realizando las labores correctamente, alcanzando los objetivos, optimizando los recursos para lograr resultados, proporcionando eficacia a las demás personas y/o colaboradores, una vez que se ha culminado el proceso para alcanzar las metas y objetivos organizacionales. Ser eficaz es priorizar las tareas y realizarlas ordenadamente minimizando el tiempo.

4. SEGURIDAD:

En cuanto a ~~ISOToria Exceleoca~~, (2017: p.148) la seguridad de la información tributa a una disciplina que se encarga de la implementación técnica de la protección de la información, el despliegue de las tecnologías que establecen de forma que se aseguran las situaciones de fallas parciales o totales, cuando la información es el activo que se encuentra en riesgo. En otras palabras, nos habla de los riesgos, de las amenazas, de los análisis de escenarios, de las buenas prácticas y los esquemas normativos, que nos exigen niveles de aseguramiento de procesos y de tecnología para elevar el nivel de confianza en la creación, utilización, almacenaje, transmisión, recuperación y disposición final de la información.

II. VARIABLE Y: ATENCIÓN AL CLIENTE

DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Por un lado, Arenal Laza, C. (2019: p.7) es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes para satisfacer sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes para asegurar el uso correcto de un producto o servicio. Asimismo, en España ha evolucionado la atención al cliente ha ido mejorando gracias a la normativa de calidad y el uso de la informática. La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una organización para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción. A lo largo del tiempo ha ido evolucionando el servicio al cliente ha ido mejorando gracias a las normativas y por el uso de la tecnología. Tener un buen vínculo con el cliente ahora es una ventaja competitiva es un elemento diferenciador que destaca el valor de una empresa en el trato que brinda a sus clientes.

DEFINICIÓN OPERACIONAL:

Para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 24.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE:

1. PRODUCTO:

Según Carolina Hernández Cabrero (2018: p. 21) es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. En otras palabras, se refiere a la oferta que realiza la empresa al mercado.

2. SERVICIOS:

Sin embargo, Arenal Laza, C. (2019: p.11) el servicio de la atención al cliente es un conjunto servicios que una empresa ofrece a sus clientes con el fin de que obtengan sus productos de la forma prevista, en el lugar y tiempo estipulado y a su vez se cerciore del buen funcionamiento de los mismos, es una relación entre el cliente y empresas. El sector del servicio al cliente es el responsable de la relación, de la escucha y comprensión de las consultas, quejas, dudas y reclamaciones que tenga el cliente con respecto al servicio contratado o producto recibido.

3. INTERACCIÓN:

Por una parte, Arenal Laza, C. (2019: p.25,34,35) la interacción es cuando la comunicación deja de ser unilateral en la actualidad se empieza a buscar respuesta de nuestros clientes, nos importa su opinión, sus sugerencias y sus críticas para poder mejorar nuestro servicio. El cliente actualmente está en las redes sociales, en los medios digitales y blogs. El objetivo de la interacción es evitar errores como por ejemplo no entregar la mercancía a tiempo, por falta de algún documento relevante del cliente. Asimismo, la interacción con el cliente nos permite clasificarlos según su rentabilidad lo cual nos permite reducir los costos de transacción y la relación con aquellos clientes que están por debajo de los niveles convenientes.

4. SATISFACCIÓN:

Con respecto a Gutiérrez (2017, p.32) la satisfacción es el resultado de que tan bien se ha relacionado el cliente con el consumidor, esto se ve reflejado cuando el cliente habla sobre tu empresa y si cumple con lo ofrecido. En efecto esto debe ser el objetivo fundamental de toda organización, trabajando mucho en lograr altos niveles de satisfacción en sus clientes y posteriormente fidelizando nuevos provenientes de la competencia.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES
Tabla 1: Variable X: Gestión Administrativa.

Variable X	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Peso	Escala de medición
Gestión administrativa	Caldas Blanco M., Carrión Herráez R.& Heras Fernández A. (2017: p.242) Es llevar a cabo una serie de procesos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información.	Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario que se aplica, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 24, interpretando los resultados; Además se utilizarán otros métodos de análisis estadístico.	Documentos	Cartas de presentación ofreciendo servicios a los clientes	P1	10%	Ordinal/Likert 1. Casi nunca 2. Nunca 3. A veces 4. Siempre 5. Casi siempre
				Capacitaciones al personal sobre el manejo de Software y Hardware	P2		
				Cotizaciones a los clientes	P3		
				Contratos servicios de página web	P4		
				Renovaciones de hosting y dominios	P5		
				Hojas de requerimientos de los clientes	P6		
				Contables factura de compra y venta	P7		
			Procesos	Ejecución de actividades Páginas web	P8, P9	20%	
				Planificación de actividades para el desarrollo de Pagina web.	P10		
				Organización de cada requerimiento según las empresas contratantes	P11		
				Dirección de cada proyecto web	P12		
				Coordinación con el cliente para el desarrollo de página web.	P13		
				Control de cada proyecto web	P14		
				Retroalimentación (Feedback) con el cliente	P15		
			Eficacia	Trabajos terminados	P16	10%	
				Personal capacitado	P17		
				Atención rápida	P18		
				Tiempo de entrega	P19		

				Información clara y precisa	P20	60%		
				Mejoras en el servicio	P21			
				Equipos modernos	P22			
				Seguridad	Documentos formales contrato			P23
					Resolución de reclamos y quejas			P24
					Garantía			P25, P26
					Preocupación por los intereses de los usuarios			P27, P28
					El servicio cumple con las expectativas del cliente			P29, P30
					Conocimiento del tema			P31
					Capacidad de respuesta			P32

Tabla 2: Variable Y: Atención al cliente.

Operacionalización de la variable Atención al cliente

Variable Y	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Peso	Escala de medición
Atención al cliente	Arenal Laza, Carmen (2019: Pag.7) Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los	Para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 24.	Producto	Diferenciación de páginas web	P1	40%	Ordinal/ Likert 1. Casi nunca 2. Nunca 3. A veces 4. Siempre 5. Casi siempre
				Diseño de post publicitarios en redes sociales	P2, P3		
				Innovación de páginas web	P4		
				Funcionalidad de la página web	P5		
				Plataforma virtual	P6		
				Originalidad en diseño gráfico	P7		
				Mejoramiento de sistemas	P8, P9		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Clientes para satisfacer sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes para asegurar el uso correcto de un producto o servicio.				integrados personalizados		40%		
				Servicio	Diseño y desarrollo de páginas web			P10
					Marketing digital			P11
					Asesoramiento a nuevos clientes			P12
					Atención de incidencias			P13
					Efectividad en las entregas			P14,P15
					Productividad de los proyectos			P16,P17
					Tiempo que demora para procesar los requerimientos del cliente			P18
				Interacción	Amabilidad			P19
					Empatía			P20
					Actitud			P21
					Entusiasmo			P22
					Capacidad de escucha			P23
				Satisfacción	Vocación de servicio			P24
					Preocupación por los cliente			P25
Cumplimiento de entregas según contrato	P26							
Proactividad	P27							
Asesoría Post Venta	P28							
Valor agregado	P29							
10%	Compromiso	P30						
	Soluciones	P31						
	Años de experiencia	P32						

Fuente: Las Investigadoras

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ¹				Claridad ¹				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN 1: DOCUMENTOS														
1	¿Se ofrecen servicios por parte de la empresa, a través de cartas de presentación claras?				x				x				x	
2	¿La empresa brinda capacitaciones de manejo de software y hardware a su personal?				x				x				x	
3	¿Considera que la empresa brinda cotizaciones de acuerdo al requerimiento del cliente?				x				x				x	
4	¿Considera usted que la empresa cumple con todas las cláusulas del contrato establecido?				x				x				x	
5	¿La empresa cumple con informar las renovaciones de hosting y dominios de las páginas web a sus clientes?				x				x				x	
6	¿La empresa considera todo lo escrito en la hoja de requerimiento del cliente?				x				x				x	
7	¿Cree usted que la empresa lleva un control de todas las facturas de compra y venta?				x				x				x	
DIMENSIÓN 2: PROCESOS														
8	¿La empresa cumple con cada etapa del proyecto hasta su finalización?				x				x				x	
9	¿Cree usted que la empresa es eficiente en la ejecución de las actividades propuestas?				x				x				x	
10	¿Considera usted que la empresa planifica cada actividad que realiza?				x				x				x	
11	¿Cree usted que la empresa organiza la ejecución de las actividades programadas?				x				x				x	



24	¿Cuándo realizan un reclamo o sugerencia es atendido de manera inmediata?				x				x										x
25	¿La empresa brinda garantía en sus servicios que ofrece?				x				x										x
26	¿Considera usted que la empresa ofrece trabajos de calidad?				x				x										x
27	¿Considera usted que la empresa se preocupa por los intereses de sus usuarios?				x				x										x
28	¿Considera que durante el servicio los colaboradores transmiten confianza?				x				x										x
29	¿Cree usted que la empresa cumple con las expectativas del cliente?				x				x										x
30	¿Considera usted que la empresa cumple con sus horarios establecidos?				x				x										x
31	¿La empresa cuenta con conocimiento de cada tema?				x				x										x
32	¿Considera usted que la empresa ofrece apoyo a sus clientes?				x				x										x



Observaciones: APLICABLE

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / EDWIN ARCE ALVAREZ

DNI: 23833025

Especialidad del validador: INVESTIGADOR

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico investigado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: Se entiende sin dificultad según el enunciado del ítem, es claro, exacto y directo.

⁴ Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Edwin Arce Álvarez

DNI: 23833025

Firma del Experto Informante.

Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSION 1: PRODUCTO														
1	¿Considera usted que las Páginas Web que ofrece la empresa se diferencian del resto?				X				X				X	
2	¿Cree usted que la empresa brinda post publicitarios efectivos en redes sociales?				X				X				X	
3	¿Considera usted que los colaboradores brindan comunicación virtual mediante chat en redes sociales?				X				X				X	
4	¿La empresa ofrece páginas web innovadoras a los clientes?				X				X				X	
5	¿Cree usted que la funcionalidad de las páginas web son óptimas?				X				X				X	
6	¿Considera usted que la empresa ofrece plataformas virtuales competentes?				X				X				X	
7	¿La empresa brinda originalidad en cada diseño gráfico?				X				X				X	
8	¿La empresa ofrece servicios con última tecnología relacionado a TIC?				X				X				X	
9	¿Cree usted que la empresa ofrece sistemas personalizados de acuerdo a la necesidad del cliente?				X				X				X	
DIMENSION 2: SERVICIO														
10	¿Considera que las elaboraciones de páginas web cumplen con la necesidad del cliente?				X				X				X	
11	¿La empresa brinda un eficiente marketing digital de las empresas contratantes?				X				X				X	
12	¿Cree usted o percibe que los colaboradores comprenden sus necesidades?				X				X				X	

Observaciones: APLICA

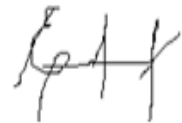
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. EDWIN ARCE ALVAREZ DNI: 23833025

Especialidad del validador: INVESTIGADOR

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

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



Edwin Arce Álvarez

DNI: 23833025

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 3: Matriz de Operacionalización de la Variable Gestión administrativa.

Variable X	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión administrativa	Caldas Blanco M., Carrión Herráez R. & Heras Fernandez A. (2017: p.242) Es ejecutar una serie de procedimientos que son reflejados en los documentos administrativos, la gestión administrativa se encarga de que cada proceso sea eficaz y eficiente para que cada proceso cumpla oportunamente, minimizando costos, dando seguridad y/o confiabilidad en la información.	Para obtener los objetivos del trabajo se utilizó el instrumento encuesta, y cuestionario, cuyo resumen se procesará en el SPSS versión 26, interpretando los resultados; Además se empleó otros métodos de análisis estadístico.	Documentos	Cartas de presentación ofreciendo servicios a los clientes	Ordinal /Likert Casi nunca Nunca A veces Siempre Casi siempre
				Capacitaciones al personal sobre el manejo de Software y Hardware	
				Cotizaciones a los clientes	
				Contratos servicios de página web	
				Renovaciones de hosting y dominios	
				Hojas de requerimientos de los clientes	
			Procesos	Contables factura de compra y venta	
				Ejecución de actividades Páginas web	
				Planificación de actividades para el desarrollo de Pagina web.	
				Organización de cada requerimiento según las empresas contratantes	
				Dirección de cada proyecto web	
				Coordinación con el cliente para el desarrollo de página web.	
			Eficacia	Control de cada proyecto web	
				Retroalimentación (Feedback) con el cliente	
				Trabajos terminados	
				Personal capacitado	
				Atención rápida	
				Tiempo de entrega	
			Seguridad	Información clara y precisa	
				Mejoras en el servicio	
				Equipos modernos	
				Documentos formales contrato	
				Resolución de reclamos y quejas	
Garantía					
Preocupación por los intereses de los usuarios					
El servicio cumple con las expectativas del cliente					
Conocimiento del tema					
Capacidad de respuesta					

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Anexo 4: Matriz de Operacionalización de la Variable Atención al cliente.

Variable Y	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Atención al cliente	Arenal Laza, Carmen (2019:Pag.7) Es el servicio brindado por una compañía con la finalidad de interactuar con los usuarios para satisfacer sus requerimientos. Es un instrumento eficaz para interrelacionarse con el público para garantizar el uso correcto de un producto o servicio.	Para lograr los objetivos se ha aplicado los métodos estadísticos y el SPSS versión 26.	Producto	Diferenciación de páginas web	Ordinal/ Likert Casi nunca Nunca A veces Siempre Casi siempre
				Diseño de post publicitarios en redes sociales	
				Innovación de páginas web	
				Funcionalidad de la página web	
				Plataforma virtual	
				Originalidad en diseño gráfico	
			Servicio	Mejoramiento de sistemas integrados personalizados	
				Diseño y desarrollo de páginas web	
				Marketing digital	
				Asesoramiento a nuevos clientes	
				Atención de incidencias	
				Efectividad en las entregas	
			Interacción	Productividad de los proyectos	
				Tiempo que demora para procesar los requerimientos del cliente	
				Amabilidad	
				Empatía	
				Actitud	
				Entusiasmo	
			Satisfacción	Capacidad de escucha	
				Vocación de servicio	
Preocupación por los clientes					
Cumplimiento de entregas según contrato					
Proactividad					
Asesoría Post Venta					
Valor agregado					
Compromiso					
Soluciones					
Años de experiencia					

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Anexo 5: Solicitud dirigida a la empresa CREAWEB PERÚ SAC para realizar el trabajo de investigación.

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

SOLICITO: Autorización para utilizar los datos y/o información de la empresa para la Elaboración de nuestra Tesis para obtener nuestro Título profesional de Licenciada en Administración en la UCV.

Señores:

CREAWEB PERÚ SAC

Atención:

Sr. Omar Edwin Ore Cruz

GERENTE GENERAL

Por medio del presente, nos es grato dirigimos a usted con el fin de solicitarle su permiso y/o autorización para utilizar la información de la empresa CREAWEB PERÚ SAC para la elaboración de nuestra tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Cesar Vallejos, asimismo pedimos su autorización para que nuestra tesis pueda ser publicado en los repositorios de la Universidad Cesar Vallejos y puedan ser revisados por SUNEDU.

Agradeceré pueda brindarnos su autorización para continuar con el trabajo de investigación de nuestra tesis.

Sin otro en particular, nos despedimos cordialmente.

Lima, 15 de Mayo 2021

ATTE:



KARINA JACQUELINE, ROSALES CASTILLA

DNI: 45189748



JESSICA BEATRIZ, UTANI VASQUEZ

DNI: 46070170



Anexo 6: Carta de autorización de la empresa CREAWEB PERÚ SAC.



Lima, 18 de Mayo 2021

Atención:

Srtas:

Karina Jacqueline, Rosales Castilla

Jessica Beatriz, Utani Vásquez

Asunto: Respuesta a su solicitud autorización para utilizar los datos de mi representada empresa CREAWEB PERÚ SAC, para la elaboración de su Tesis y publicación de la misma.

Por medio del presente, OMAR EDWIN ORE CRUZ, con DNI: 43707100 en representación de la empresa CREAWEB PERÚ SAC con RUC: 20604775401, dirección en Av. Camino Real N. 227 Urb. Los Molles – Santa Anita, me dirijo a ustedes.

En respuesta a su solicitud autorizamos la utilización de información y datos de mi representada para la elaboración de su Tesis de Pregrado de la Carrera de Administración, asimismo se brinda el permiso correspondiente para que sea publicado en los repositorios de la Universidad Cesar Vallejos y SUNEDU para los fines que estime conveniente.

Le deseamos muchos éxitos en la elaboración de su tesis y sustentación de la misma, cualquier consulta y/o encuesta que tengan que hacemos, estaremos gustosos de apoyarle.

Sin otro en particular, me despido cordialmente.

ATTE:

CREAWEB PERU S.A.C.

OMAR EDWIN ORE CRUZ
Gerente General

Av. Camino Real N° 227 - Santa Anita
info@creaweb.pe

www.creaweb.pe
C. 945850914

Anexo 7: Instrumento de recolección de datos variable Gestión administrativa

ENCUESTA APLICADA PARA IDENTIFICAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA CREAWEBS PERÚ SAC, 2021.

CUESTIONARIO - GESTIÓN ADMINISTRATIVA								
<p>Estimado(a) usuario, se les va a realizar la presente encuesta para adquirir información útil para realizar el estudio sobre la Gestión administrativa. Agradeciendo su tiempo para acceder con su perspectiva a la respuesta de cada pregunta planteada, pedimos responder con sinceridad y honestidad posible, siendo un cuestionario personal y anónimo.</p> <p>Marcar con una X la alternativa que considere conveniente en cada pregunta.</p>								
1	2	3	4	5				
Casi nunca	Nunca	A veces	Siempre	Casi Siempre				
Dimensión de Documentos								
				1	2	3	4	5
1. ¿Se ofrecen servicios por parte de la empresa, a través de cartas de presentación claras?								
2. ¿La empresa brinda capacitaciones de manejo de software y hardware a su personal?								
3. ¿Considera que la empresa brinda cotizaciones de acuerdo al requerimiento del cliente?								
4. ¿Considera usted que la empresa cumple con todas las cláusulas del contrato establecido?								
5. ¿La empresa cumple con informar las renovaciones de hosting y dominios de las páginas web a sus clientes?								
6. ¿La empresa considera todo lo escrito en la hoja de requerimiento del cliente?								
7. ¿Cree usted que la empresa lleva un control de todas las facturas de compra y venta?								

Dimensión de Procesos					
8. ¿La empresa cumple con cada etapa del proyecto hasta su finalización?					
9. ¿Cree usted que la empresa es eficiente en la ejecución de las actividades propuestas?					
10. ¿Considera usted que la empresa planifica cada actividad que realiza?					
11. ¿Cree usted que la empresa organiza la ejecución de las actividades programadas?					
12. ¿La empresa dirige cada proceso de elaboración de página web para optimizar sus procesos?					
13. ¿Considera usted que la empresa coordina cada actividad con el cliente para cumplir con el tiempo de entrega de un proyecto?					
14. ¿Cree usted que la empresa controla todas las actividades de sus trabajadores para cumplir con los objetivos de la empresa?					
15. ¿La empresa realiza retroalimentación para corregir errores y servir mejor- (freeback) a los clientes?					
Dimensión de Eficacia					
16. ¿Considera usted que la empresa culmina todos los trabajos de sus clientes?					
17. ¿Considera que el personal de la empresa se encuentra capacitado para cumplir con el diseño del servicio?					
18. ¿Cree usted que la empresa brinda una atención rápida a la hora de solucionar los problemas?					
19. ¿La empresa cumple con los tiempos de entrega?					
20. ¿Considera usted que la empresa brinda una información clara y precisa?					
21. ¿Cree usted que la empresa realiza mejoras en sus servicios?					
22. ¿La empresa cuenta con equipos modernos?					
Dimensión de Seguridad					

23.¿La empresa emite documentos formales a sus clientes?					
24.¿Cuándo realizan un reclamo o sugerencia es atendido de manera inmediata?					
25.¿La empresa brinda garantía en sus servicios que ofrece?					
26.¿Considera usted que la empresa ofrece trabajos de calidad?					
27.¿Considera usted que la empresa se preocupa por los intereses de sus usuarios?					
28.¿Considera que durante el servicio los colaboradores transmiten confianza?					
29.¿Cree usted que la empresa cumple con las expectativas del cliente?					
30.¿Considera usted que la empresa cumple con sus horarios establecidos?					
31.¿La empresa cuenta con conocimiento de cada tema?					
32.¿Considera usted que la empresa ofrece apoyo a sus clientes?					

Anexo 8: Instrumento de recolección de datos variable Atención al cliente

ENCUESTA APLICADA PARA IDENTIFICAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA CREAWEB PERÚ SAC, 2021.

CUESTIONARIO - ATENCIÓN AL CLIENTE								
<p>Estimado(a) usuario, se les va a realizar la presente encuesta para adquirir información útil para realizar el estudio sobre la Atención al cliente. Agradeciendo su tiempo para acceder con su perspectiva a la respuesta de cada pregunta planteada, pedimos responder con sinceridad y honestidad posible, siendo un cuestionario personal y anónimo.</p> <p>Marcar con una X la alternativa que considere conveniente en cada pregunta.</p>								
1	2	3	4	5				
Casi nunca	Nunca	A veces	Siempre	Casi Siempre				
Dimensión de Producto								
				1	2	3	4	5
1.¿Considera usted que las Páginas Web que ofrece la empresa se diferencian del resto?								
2.¿Cree usted que la empresa brinda post publicitarios efectivos en redes sociales?								
3.¿Considera usted que los colaboradores brindan comunicación virtual mediante chat en redes sociales?								
4.¿La empresa ofrece páginas web innovadoras a los clientes?								
5.¿Cree usted que la funcionalidad de las páginas web son óptimas?								
6.¿Considera usted que la empresa ofrece plataformas virtuales competentes?								
7.¿La empresa brinda originalidad en cada diseño gráfico?								
8.¿La empresa ofrece servicios de última tecnología relacionado a TIC?								
9.¿Cree usted que la empresa ofrece sistemas personalizados de acuerdo a la necesidad del cliente?								
Dimensión de Servicio								
10.¿Considera que las elaboraciones de páginas web cumplen con la necesidad del cliente?								
11.¿ La empresa brinda un eficiente marketing digital de las empresas contratantes?								
12.¿Cree usted o percibe que los colaboradores comprenden sus necesidades?								
13.¿Ud. considera que el personal brinda una atención personalizada que permite acudir a la empresa ante algún problema de su servicio?								
14.¿La empresa brinda efectividad en las entregas?								

15.¿Considera usted que el tiempo que utilizan en cada servicio es adecuado?					
16.¿Considera usted que la empresa brinda páginas web eficientes y rentables para el cliente?					
17.¿Cree usted que la empresa utiliza todos sus recursos para que sus proyectos sean productivos?					
18.¿Cree usted o percibe que los colaboradores priorizan sus requerimientos o consultas?					
Dimensión de Interacción					
19.¿El personal inspira amabilidad y profesionalismo durante el servicio?					
20.¿Considera usted que el personal es empático en la atención al cliente?					
21.¿Cree usted que los colaboradores tienen una actitud positiva durante el servicio?					
22.¿Considera usted que los colaboradores tienen un entusiasmo positivo durante el servicio?					
23.¿Los colaboradores tienen capacidad de escucha con sus clientes?					
24.¿Usted percibe que los colaboradores tienen vocación de servicio?					
25.¿Considera que la compañía se preocupa por los clientes?					
Dimensión de Satisfacción					
26.¿Cree usted que la empresa cumple con el tiempo de entrega según el contrato?					
27.¿Considera usted que los colaboradores son proactivos en los trabajos, presentan antes de la fecha establecida?					
28.¿La empresa brinda un asesoramiento post venta al cliente?					
29.¿Usted cree que la empresa brinda un valor agregado en sus servicios?					
30.¿Considera usted que los colaboradores están comprometidos con la empresa?					
31.¿Usted percibe que los colaboradores brindan soluciones a sus problemas?					
32.¿Considera usted que la empresa tiene años de experiencia en el mercado digital?					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ARCE ALVAREZ EDWIN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: " Gestión administrativa y atención al cliente de la empresa Creaweb Perú SAC, Lima, 2021 ", cuyos autores son ROSALES CASTILLA KARINA JACQUELINE, UTANI VASQUEZ JESSICA BEATRIZ, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 27 de Marzo del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ARCE ALVAREZ EDWIN DNI: 23833025 ORCID 0000-0003-3495-2950	Firmado digitalmente por: ARCEAL12 el 27-03-2022 14:37:58

Código documento Trilce: TRI - 0292353