

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## CENTRO DE POSGRADOS

### PROGRAMA DE MAESTRIA EN DIRECCION DE EMPRESAS COHORTE 2022

---

**TEMA:** GESTION ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DEL SERVICIO AL  
CLIENTE

---

Trabajo de titulación previo a la obtención Título de Cuarto Nivel de Magíster en  
Dirección de Empresas

**Modalidad del Trabajo de Titulación:** Proyecto de Titulación con Componentes de  
Investigación Aplicada

**Autora:** Licenciada Saida Sandy Sánchez Villalba

**Director:** Ingeniero Oswaldo Santiago Verdesoto Velastegui PhD

Ambato - Ecuador

2023

## **A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados**

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el ingeniero César Andrés Guerrero Velastegui, Delegado por el Ingeniero Héctor Fernando Gómez Alvarado, PhD. Director del Centro de Posgrados, e integrado por los señores: Ingeniero Edwin Javier Santamaría Freire Magister e Ingeniero Julio Mauricio Vizquete Muñoz Magister, designados por la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados de la Universidad Técnica de Ambato, para receptar el trabajo de Titulación con el tema: “Gestión Administrativa y Calidad del Servicio al Cliente”, elaborado y presentado por señorita Licenciada Saida Sandy Sánchez Villalba, para optar por el Título de Cuarto Nivel de Magister en Dirección de Empresas; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para usoy custodia en las bibliotecas de la UTA.

-----  
Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, PhD.  
**Presidente y Miembro del Tribunal**

-----  
*Ing. Edwin Javier Santamaria Freire, Mgtr.*  
**Miembro del Tribunal de Defensa**

-----  
*Ing. Julio Mauricio Vizquete Muñoz, Mgtr.*  
**Miembro del Tribunal de Defensa**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación presentado con el tema: Gestión Administrativa y Calidad del Servicio al Cliente, le corresponde exclusivamente a la: Licenciada Saida Sandy Sánchez Villalba, autora bajo la Dirección del Ingeniero Oswaldo Santiago Verdesoto Velastegui Doctor en Filosofía, Director del Trabajo de Titulación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

.....  
*Licenciada Saida Sandy Sánchez Villalba*  
*c.c. 1805366174*  
**AUTORA**

-----  
*Ingeniero Oswaldo Santiago Verdesoto Velastegui PhD*  
*c.c. 1802890036*  
**DIRECTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

-----  
*Licenciada Saida Sandy Sánchez Villalba*  
*c.c. 1805366174*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada.....	i
A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados .....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
DEDICATORIA .....	x
RESUMEN EJECUTIVO .....	xi
CAPITULO I.....	1
1.-EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Justificación.....	2
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. Objetivo General .....	5
1.3.2. Objetivos Específicos .....	5
CAPÍTULO II .....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes investigativos .....	6
2.1.1. Servicio, servicio al cliente y su caracterización .....	8
2.1.2. Elementos de la gestión.....	8
2.1.3. Elementos básicos de la administración.....	9
2.2. Fundamentación científica.....	17
2.2.1. Modelo Teórico Propuesto.....	17
2.2.2. Gestión administrativa .....	18
CAPITULO III.....	20
MARCO METODOLÓGICO .....	20
3.1. Enfoque de la investigación.....	20
3.2. Tipo de investigación .....	20
3.2.1. Investigación Descriptiva.....	20
3.2.2. Investigación Correlacional .....	21

3.3.	Población y muestra .....	21
3.3.1.	Población.....	21
3.3.2.	Muestra.....	21
3.4.	Prueba de hipótesis .....	22
3.5.	Recolección de la información .....	22
3.6.	Procesamiento de la información y análisis estadístico .....	23
CAPITULO IV .....		25
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		25
4.1.	Prueba de fiabilidad.....	25
4.2.	Prueba de validez.....	26
4.3.	Situación Actual de la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio... 28	
4.4.	Prueba de normalidad.....	29
4.5.	Prueba estadística de comprobación de hipótesis.....	33
4.6.	Aporte a la Investigación.....	35
CAPÍTULO V .....		36
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		36
5.1.	Conclusiones.....	36
5.2.	Recomendaciones .....	36
BIBLIOGRAFIA.....		38
ANEXOS.....		46
Anexo 1 .....		47

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cálculo de la muestra.....	22
Tabla 2	Plan de recolección de información .....	23
Tabla 3	Fiabilidad de gestión administrativa .....	25
Tabla 4	Fiabilidad de la atención al cliente.....	26
Tabla 5	Prueba de validez comunalidades .....	27
Tabla 6	Prueba de normalidad.....	29
Tabla 7	Prueba Estadística de Hipótesis .....	34

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Interacción de la calidad en el servicio con el cliente .....	16
Figura 2 Fundamentación científica.....	17



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios y a mis padres, quienes me han brindado su apoyo incondicional para salir adelante y cumplir con mi objetivo que dejo plasmado en esta tesis, a mis hermanos que han sido el motor que me motiva todos los días para mi superación, y me han guiado en todo momento.

A mi tutor Ingeniero Oswaldo Santiago Verdesoto Velastegui PhD por haber compartido sus conocimientos indispensables conmigo y de esta manera siendo mi guía primordial en todo este proceso de investigación, a mis queridos docentes de mi prestigiosa Universidad Técnica de Ambato que forjaron y dotaron de su catedra indispensable para lograr un gran éxito profesional

SAIDA.

## **DEDICATORIA**

La presente investigación en primer lugar le dedico a Dios por el ser más poderoso que siempre me ha iluminado y me ha colmado de sus bendiciones, y me ha dado la suficiente valentía para levantarme y continuar con mi camino.

Con todo mi amor se lo dedico a mis padres Leopoldo Sánchez y Piedad Villalba por ser mi mayor motivación durante toda esta trayectoria de vida profesional y a pesar de los altos y bajos siempre estuvieron apoyándome para alcanzar mis sueños y metas trazadas en la vida, y a pesar de las circunstancias confiaron en mí.

SAIDA.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE POSGRADOS**  
**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN DIRECCION DE EMPRESAS**  
**COHORTE 2022**

**TEMA:**

*GESTION ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE*

**MODALIDAD DE TITULACIÓN:** *Proyecto de Titulación con Componentes de Investigación Aplicada.*

**AUTORA:** *Licenciada Saida Sandy Sánchez Villalba*

**DIRECTOR:** *Ingeniero, Oswaldo Santiago Verdesoto Verastegui PhD*

**FECHA:** *Quince de noviembre del dos mil veinte y tres.*

**RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto de tesis titulado Gestión Administrativa y Calidad del Servicio al cliente en “Almacenes La Ganga R.C.A” del Cantón de Baños surge en torno a la problemática que surge a diario en las instalaciones por parte del cliente, y eso afecta mucho la imagen y reputación de la empresa ,por esta razón la autora pretende realizar una investigación a profundidad de la situación actual de la institución y una revisión bibliográfica ,además se pretende generar un nuevo rol mediante encuestas a los clientes los mismos que determinara resultados para tomar sus respectivas decisiones y entre ellas optar por generar estrategias que permitirán reforzar conocimientos, realizar capacitación al personal mediante técnicas de atención al cliente.

El trabajo tiene un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo correlacional en virtud que nos permitió obtener información de diferentes medios de información como es libros, revistas, artículos científicos, sitios de internet.

El modelo influye desde la atención que brinda el vendedor al cliente donde se da a conocer el productos, sus características y las facilidades de pago para luego ser reforzado la gestión de la venta mediante llamadas, luego pasa por el jefe de almacén

,jefe de cobranza en caso de crédito, luego se va a ámbito de caja donde se le registra como nuevo cliente, se le factura u otra acción que se presente de acuerdo al tipo de venta, el bodeguero despacha la mercadería y envía a entrega con el chofer de la empresa.

En el presente trabajo investigativo se propone un modelo de control de la Calidad del servicio al cliente de acuerdo a las necesidades de la empresa, ofreciendo una atención experta y personalizada, manteniendo actualizada las redes sociales y las vías de respuesta directa al cliente, aumentando la productividad de la empresa, así como también la satisfacción y lealtad de los clientes.

**DESCRIPTORES:** *ATENCIÓN AL CLIENTE, ADMINISTRACIÓN, CALIDAD, RENTABILIDAD, SERVICIO*

## **CAPITULO I**

### **1.-EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Introducción**

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias.

Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa.

Por los puntos planteados anteriormente, se cree que cada empresa debe darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al cliente, para poder desempeñarla correctamente dentro de la misma y ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una imagen más optima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más confortable tanto para sus empleados, clientes actuales y futuros clientes.

Almacenes La Ganga, es una empresa que tiene como objetivos principales satisfacer las diferentes necesidades del consumidor a través de la comercialización de electrodomésticos, brindando al cliente un producto de calidad y a los mejores precios del mercado, para esta empresa se ha desarrollado el presente trabajo de investigación que busca determinar si la calidad del servicio al cliente es la adecuada y permita medir la eficiencia, eficacia y calidad en las actividades permitiendo así una adecuada gestión administrativa.

En el Capítulo I. Se formula y detalla el problema de investigación que se da a cabo en ALMACENES LA GANGA SUCURSAL BAÑOS, construyendo el tema investigación a

través de la determinación de las variables, incluye además la justificación y los objetivos generales y específicos de la investigación.

En el Capítulo II. Marco Teórico, en el que se incluyen los antecedentes investigativos relacionados con el problema de estudio, utilizando fuentes bibliográficas, también la fundamentación científica-técnica y la formulación de la hipótesis.

En el Capítulo III. Aborda la Metodología. Se describe el tipo y Diseño de investigación, Población y Muestra de Estudio, Selección de la muestra, Técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como las de procesamiento, análisis e interpretación.

En el Capítulo IV. se muestra la Presentación y Análisis de Resultados. Trata de la presentación y discusión de resultados, prueba de hipótesis y presentación de resultados.

En el Capítulo V muestra las Conclusiones y Recomendaciones. Se detallan conforme a las hipótesis planteadas.

Como adicional presentamos la bibliografía y los anexos correspondientes.

## **1.2. Justificación**

La calidad en el servicio se considera una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado. Las pequeñas y medianas empresas deben ofrecer una mayor calidad en el servicio que las empresas grandes, y así obtener la preferencia de los clientes. Pereyra, A. (2020).

En Almacenes La Ganga, es de gran importancia contar con una adecuada calidad de servicio al cliente, que proporcione a la gerencia la información suficiente, lo cual para que sirva de base y apoyo en la toma de decisiones financieras.

El trabajo de Almacenes La Ganga está enfocado al 100% en la satisfacción de sus clientes. Para llegar a dicho propósito es necesario priorizar algunos que son importantes para nuestros consumidores:

- Contar siempre con productos y marcas de la más alta calidad a nivel mundial.
- Brindar atención personalizada y oportuna a través de personal altamente capacitado y comprometido con la empresa.
- Innovar en oferta de productos y servicios, explorando siempre nuevas formas de atender y beneficiar a nuestros clientes.

- Lograr una real cobertura nacional, para extender sus beneficios a todos los ecuatorianos.

Calidad en el servicio: Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

Este concepto considera que al cliente debe dársele valor desde el primer diálogo, sea online o de manera física debe ofrecer un servicio notable, las empresas logran crear una realidad de experiencia inolvidable, donde ambas partes se conocen y tienen una excelente comunicación, mejorando así la relación con los clientes, ayudando a los equipos a organizar mejor sus demandas y a optimizar procesos operativos.

Un consumidor satisfecho no dudará en regresar, así como ofrecer una retroalimentación sincera sobre qué es lo que prefiere de la marca, y sugerir cambios que sirvan para mejorar los productos.

Atención al cliente: “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6).

El servicio al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, según menciona Kleyman (2009) el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca.

El objetivo principal del servicio al cliente es responder a las preguntas de los clientes de forma rápida y efectiva, resolver problemas con empatía y cuidado, documentar los puntos

de dolor del cliente para compartir esta información con los equipos internos, fomentar las relaciones y mejorar la credibilidad del almacén.

El presente trabajo tiene como fin dar a conocer el resultado de la investigación a los propietarios de Almacenes la Ganga, la importancia de una gestión administrativa y calidad de servicio a los clientes va a mejorar considerablemente las ventas del almacén mejorando la competitividad, alcanzando metas y objetivos y sobre todo incrementar su rentabilidad.

Una adecuada gestión administrativa se forma en una sinergia constante de acciones requeridas en busca de la mejor utilización de recursos que, siempre tendrán la característica de ser escasos, por lo que las decisiones acertadas provocan en las organizaciones un impacto positivo y por el contrario de no ser lo suficientemente adecuadas y en el tiempo oportuno su impacto será negativo. (Gavilánez, Espín Oleas, & Arévalo Palacios, 2018).

En resumen, se puede plantear, que la gestión administrativa es el conjunto de actividades que se realiza para dirigir una organización, mediante la conducción de un conjunto de tareas, recursos y esfuerzos, su capacidad para coordinar y dirigir las acciones y las diferentes actividades que se desarrollan dentro de la empresa, que permitan prevenir problemas y alcanzar los objetivos planteados.

Esta investigación es factible debido a la colaboración por parte del gerente administrador de almacenes La Ganga sucursal Baños, por cuanto se dispone de las fuentes de acceso a la información, estrecha relación con los directivos de la empresa, posibilidad de aplicar los instrumentos de investigación necesarios con la colaboración del personal administrativo y de producción.

El impacto que pretende alcanzar el proyecto de investigación es de tipo social relacionando la incidencia que tiene la Atención Al Cliente de las personas del lugar con la eficiencia y calidad que busca alcanzar la institución en la imagen institucional que tienen los usuarios de estos servicios. Fortaleciendo la imagen institucional y la calidad de los servicios que brinda la misma.



### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Analizar la gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la empresa La Ganga, sucursal Baños.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente las variables gestión administrativa y calidad del servicio al cliente, para sustentar el estudio y analizar su importancia.
- Describir la situación actual de la gestión administrativa y la calidad del servicio, para identificar la percepción y aceptación del cliente.
- Determinar la relación de la gestión administrativa y la calidad del servicio al Cliente.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes investigativos**

La gestión administrativa surgió como necesidad en los primeros tiempos desde la existencia del hombre cuando los seres humanos tuvieron que juntarse para realizar actividades de sobrevivencias, tomar decisiones, administrar los recursos, buscar alimentos, etc., por lo tanto, los fundamentos administrativos tuvieron su origen en la antigüedad.

La gestión administrativa actual es resultado de varios aportes que tuvieron lugar a lo largo de la historia entre los principales protagonistas se destacan según: (Certo Samuel, 2010)

- Confucio (551 a.C. – 479 a.C). Fue un filósofo, político y reconocido pensador chino que enunció una serie de reglas para la administración pública.
- Adam Smith (1723-1790). Fue un economista y filósofo escocés que en su tesis “La riqueza de las naciones” enunció la clave del bienestar social que residía en dos principios: la división del trabajo y la libre competencia, como acciones necesarias para aumentar el nivel de producción y para lograr la especialización de los cargos dentro de una organización.
- Henry Metcalfe (1847-1927). Fue un militar, inventor y teórico estadounidense que publicó nuevas técnicas de control para la administración científica mediante su libro “El costo de la producción y la administración de talleres públicos y privados”.
- Woodrow Wilson (1856-1924). Fue un político y abogado estadounidense que logró separar los conceptos de política y de administración, otorgándole a esta última la condición de ciencia, lo que propulsó su enseñanza a nivel académico.
- Frederick Winslow Taylor (1856-1915). Fue un ingeniero industrial y economista estadounidense promotor de métodos científicos del trabajo, con el objetivo de alcanzar mayor eficiencia en la producción industrial optimizando el trabajo del empleado.
- Henry Fayol (1841-1925). Fue un ingeniero y teórico turco que desarrolló la teoría general de la administración, pero enfocada en el desempeño de la dirección jerárquica de la organización para que desarrollara todas las funciones administrativas.

La acepción tradicional del concepto gestión se relaciona directamente con el de administración, y significa “hacer diligencias conducentes al logro de unos objetivos (Ramirez, 2015). La gestión implica la ejecución de acciones para llegar a un resultado.

Como manifiesta (Fajardo Carlos, 2005), el término gestión tiene relación estrecha con el término inglés Management, el cual fue traducido inicialmente al español como administración y ahora es entendido como gestión de organizaciones, referida al 24 “conjunto de conocimientos modernos y sistematizados en relación con los procesos de diagnóstico, diseño, planeación, ejecución y control de las acciones con un contexto social orientado por la racionalidad social y técnica”.

Los profesionales de la **gestión administrativa** se dedican a implementación de sus métodos y herramientas en sus proyectos para prevenir todo tipo de problemas y cumplir con todas las expectativas que tenga la empresa, de una forma o de otra, nos dice que Gestión es el proceso de toma de decisiones realizado por los órganos de dirección, administración y control de una entidad, basado en los principios y métodos de administración, en su capacidad corporativa.

Por lo general este tipo de tareas es responsabilidad del gerente general o administrativo de la empresa, institución u organización; esto incluye a los gerentes de los diferentes departamentos en caso de existir.

Esta persona asegura que el flujo de información llegue a los trabajadores de forma correcta y se trabaje según lo indicado, sin desviaciones y velando también que los recursos económicos sean utilizados de la mejor manera.

(Ruiz, 2000) , considera que Gestión Administrativa es el conjunto de acciones mediante las cuales el o los directivos desarrollan sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo. Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Es necesario que se elaboren normas, políticas e instrucciones de trabajo para no desviarse de lo que se quiere lograr, además, los empleados necesitan su área de trabajo en donde todos estén cómodos y puedan ejercer tranquilamente.

“La Administración es un proceso distintivo que consiste en la planeación, organización, ejecución y control, ejecutados para determinar y lograr los objetivos, mediante el uso de gente y recursos”. (Terry, 2004)

Queda claro que es muy importante conocer qué es y para qué sirve la gestión administrativa, y dicho puesto conlleva a dirigir correctamente a los trabajadores, pues en ocasiones las metas se desvanecen y se pierde el enfoque que se tenía, el profesional de esta área puede reestablecer las estrategias si es realmente necesario, tiene que mantener una comunicación activa y mantenerse evaluando el rendimiento de la compañía de forma constante.

### **2.1.1. Servicio, servicio al cliente y su caracterización**

Entender los conceptos de servicio y calidad del servicio es fundamental para comprender el objetivo del presente trabajo.

El diccionario de la Real Academia Española define servicio (del latín *servitium*) como acción y efecto de servir, como servicio doméstico e incluso como conjunto de criados o sirvientes.

En términos más aplicados, servicio es definido como:

- “Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” (Fisher Navarro, 1994).
- “Es el trabajo realizado para otras personas” (Colunga C, 2005)
- “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” (Crosby P.B., 1998).
- “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kloter P.).

### **2.1.2. Elementos de la gestión**

Elementos de la gestión:

**La gestión es un proceso intelectual** en tanto que implica una actividad de reflexión, pensamiento crítico y análisis de la acción ante las circunstancias cambiantes del entorno en que se desenvuelven los organismos sociales productivos (OSP), pues su quehacer se relaciona de manera estrecha con la economía y el marco legal, cultural y social de las necesidades de bienes y servicios producidos en un sistema de libre competencia. (Hernandez R. S., 2011)

**La gestión debe ser creativa**, es decir, original, para obtener, en virtud de la calidad de los productos o servicios, la preferencia de los consumidores; la innovación y la negociación se manifiestan en las relaciones con clientes, proveedores y otros actores relacionados con la empresa. La creatividad aplicada a los productos y procesos es fundamental en mercados muy competitivos a fin de satisfacer en forma diferente a clientes y mercados cada vez más exigentes. (Hernandez R. S., 2011)

**La gestión establece directrices estratégicas** en tanto fija los elementos constantes que permiten adaptar la empresa a las circunstancias cambiantes sin perder su rumbo, destino final y esencia. (Hernandez R. S., 2011)

**La gestión debe ser táctica**, es decir, debe generar la comprensión y conciencia de todos los elementos humanos de la organización; esto incluye definir la forma y el momento de la acción. Por tanto, el conocimiento del entorno y el desarrollo de la estrategia requieren un proceso de transición que va de la conceptualización de la alta dirección a la sensibilización y alineamiento de todos los recursos, esfuerzos y procesos del negocio. (Hernandez R. S., 2011)

La gestión se encarga de la coordinación y aprovechamiento de los recursos (capitales) económico, humano, tecnológico, social, etc., de la empresa. Esto implica el alineamiento de cada recurso en la misma dirección y con propósitos comunes, sin conflictos por visiones divergentes. De ahí que la gestión implique la generación de una visión compartida y motivadora de la acción. (Hernandez R. S., 2011)

### **2.1.3. Elementos básicos de la administración**

#### **Planeación**

(Anzola, 2010), comenta que “la planeación es establecer los objetivos con orden y sentido común”.

La planeación estratégica puede definirse como una metodología del equipo directivo de una organización o empresa que le ayuda a definir la razón de ser y como llegar a ello en forma general. Así mismo es un proceso que inicia con la definición de los valores y creencias de la alta administración y el establecimiento de la visión y misión de la dirección de innovación y calidad. (Martínez, 2010)

#### **Orientación**

(Anzola, 2010), define que “la organización es la coordinación de los recursos materiales y humanos”.

## **Dirección**

(Anzola, 2010), puntualiza que “la dirección describe como el pequeño empresario debe orientar a sus empleados e influir en ellos”.

## **Control**

(Anzola, 2010), afirma que el control es la supervisión del trabajo de otros y los resultados obtenidos para asegurar que se alcancen los propósitos del cómo fueron planeados.

## **Principios generales de la administración**

(Fayol, 2010), sostiene que los “principios de la administración, son flexibles, que son únicos y que deben aplicar independientemente de si las conciliaciones son especiales o cambiantes”.

Los 14 principios de (Fayol, 2010) son:

### **División del trabajo**

Dividir el trabajo en tareas especializadas y asignar responsabilidades a individuos específicos.

### **Autoridad**

Los gerentes tienen la autoridad formal de dar órdenes para que se hagan las cosas y el derecho de exigir obediencia, si bien no siempre obtendrán obediencia a menos que tengan también autoridad personal (como por ejemplo experiencia).

### **Disciplina.**

Los miembros de una organización tienen que respetar las reglas y convenios que gobiernan la empresa. La disciplina es el resultado de un buen liderazgo en todos los niveles, de acuerdos equitativos (tales como disposiciones para recompensar el rendimiento superior) y sanciones para las infracciones y confusión de autoridad.

### **Unidad de mando.**

Cada empleado debe recibir instrucciones sobre una operación particular solamente de un superior. Cuando un empleado depende de más de un superior se presentan conflictos en las instrucciones y confusión de autoridad.

### **Unidad de dirección.**

Las operaciones con el mismo objetivo deben dirigirlas un único gerente que use un único plan.

### **Subordinación de los intereses individuales al interés general**

En cualquier empresa el interés de los empleados no debe tener prelación sobre los intereses de la organización como un todo.

### **Remuneración.**

La compensación por el trabajo debe lograr que el personal sea más valioso y también inspirar entusiasmo.

### **Centralización**

Los gerentes deben conservar la responsabilidad final, aunque también deben conceder a sus subordinados autoridad suficiente para que puedan realizar adecuadamente su oficio. El problema consiste en encontrar el mejor grado de centralización en cada caso.

### **Jerarquía de autoridad.**

Está constituida por la serie de jefes que va desde la autoridad superior a los agentes inferiores. La línea de autoridad en una organización, representada generalmente por cuadros y líneas en un organigrama, pasa en orden de rangos desde la alta gerencia hasta los niveles más bajos de la empresa. Una pasarela permitirá que la comunicación cruzara las líneas de autoridad, pero solo si todas las partes estaban de acuerdo y si los superiores estaban constantemente informados.

### **Orden**

Los materiales y las personas deben estar en el lugar adecuado en el momento preciso. Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar. En particular, cada individuo debe ocupar el cargo o posición más adecuado para él.

### **Equidad**

Los gerentes deben ser afables y equitativos con sus subalternos. La disciplina y el orden justos aumentan el compromiso de los empleados.

### **Estabilidad del personal.**

Una alta tasa de rotación de personal no es conveniente para el eficiente funcionamiento de una organización.

### **Iniciativa.**

Debe darse libertad a los subalternos para concebir y llevar a cabo sus planes incluso.

### **Unión del personal**

La unión hace la fuerza. Hay que promover la unidad de intereses entre los empleados y la gerencia.

## **Niveles gerenciales**

(Hernandez R. S., 2011), establece que “la administración se ejerce por medio de niveles gerenciales que varían según la capacidad otorgada o delegada al gerente en relación con su jerarquía organizacional”.

### **Alta dirección**

La alta dirección o nivel gerencia general tiene a su cargo el logro de los objetivos y resultados establecidos por los fundadores, propietarios y planes estratégicos periódicos. En esencia, el alto nivel gerencial tiene la función de la toma de decisiones con base en la misión y objetivos de la empresa, en congruencia con las políticas, recursos y otros elementos que analizaremos más adelante. (Hernandez R. S., 2011).

### **Gerencia media**

“La gerencia media consta del staff directivo, que suele ser ejecutivos eficaces de las diferentes áreas clave de la empresa, por lo general son profesionales competentes, formados en sistemas de educación superior y experiencia práctica. Su función es ejecutar las decisiones estrategias de la alta dirección, observando el cumplimiento de objetivos y políticas conforme a los presupuestos autorizados”. (Hernandez R. S., 2011)

### **Nivel operativo.**

El nivel operativo aplica los procedimientos mediante políticas, normas y calidad. Los resultados de este nivel se evalúan por la eficiencia y el cumplimiento de metas respecto de los recursos asignados, su función no se reduce a una parte mecánica; en la actualidad es un factor estratégico para mejorar procesos y resultados. (Hernandez R. S., 2011)

## **Concepto de calidad del servicio**

La Real Academia Española define calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Esta definición establece dos elementos importantes en su estudio. Primero, la referencia a características o propiedades y, segundo, su bondad para valorar “algo” a través de ella.

Adicionalmente encontramos las siguientes definiciones:

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción



a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente (Deming W.E., 1990).

Es importante considerar que la calidad del servicio al cliente es una pieza fundamental dentro de la experiencia del consumidor, que inicia desde la etapa de preventa hasta la post venta. De este modo, si la empresa ofrece una buena impresión desde el primer contacto, la calidad del servicio al cliente ayudará a consolidar esta experiencia positiva.

La palabra calidad tiene múltiples significados, entre los más representativos tenemos: (Gil Saura, 2000):

1. La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.
2. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

La calidad del servicio al cliente también influye en la organización de la empresa, ya que para ofrecer una gran experiencia al consumidor es necesario que todos los equipos trabajen en conjunto y optimicen sus procesos para conseguir este objetivo.

Por eso mismo, las estrategias de calidad del servicio al cliente no solo deben ser abordadas por una parte de la empresa, sino que debe convertirse en parte de la cultura organizacional de esta.

Más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc. (Ishikawa K., 2001).

La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios (Lorens Montes P., 1998).

“La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (Druker P., 1999).

Según el contexto de cada empresa es posible que existan distintos enfoques al momento de elegir, diseñar y ejecutar estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente, se recomienda tener en cuenta estos factores para asegurar resultados exitosos.

### **Monitorear las acciones**

La calidad del servicio al cliente tiene que estar en constante evaluación. Y es que a partir de la relación con el consumidor la empresa podrá recabar información relevante que ayude a mejorar productos, servicios o procesos. Así como identificar rápidamente errores y oportunidades.

### **Innovar la relación con el cliente**

Atender las necesidades del consumidor es también ofrecerle maneras más eficientes de comunicación y recompensa por su fidelidad. Es necesario aprovechar las ventajas de las redes sociales, aplicativos, “bots” de WhatsApp; y ofrecer nuevas formas de recompensar la preferencia del consumidor, su tiempo y la entrega de sus datos personales.

### **Cuidar el contacto**

La calidad del servicio al cliente genera una experiencia positiva a través de todos los puntos de contacto entre el consumidor y la marca. Por eso, la forma cómo nos comunicamos con él debe mantener el mismo respeto y atención. Aquí la empatía es clave: tratar a la persona por su nombre, asegurarse de su comodidad, usar una redacción fácil de entender, ser paciente, tener la disposición de enseñar y acompañar, o usar emojis si utilizamos plataformas de mensajería.

### **Entrenamiento constante**

Solo es posible mantener la calidad del servicio al cliente a través de un entrenamiento constante. Una instrucción que involucra a todas las personas relacionadas en estos procesos. Se trata de estar siempre alineados a las necesidades de los consumidores y convertir a la empresa en experta en el servicio al cliente.

Al revisar los diferentes conceptos se encuentran enfoques que apuntan a diferenciar la calidad respecto de su perspectiva de análisis y los agentes implicados, luego se pueden inferir tres elementos de estudio: los agentes, las relaciones y el entorno.

En el concepto puro de calidad se encuentran dos tendencias: la calidad objetiva y la calidad subjetiva. La calidad objetiva se enfoca en la perspectiva del productor y la calidad subjetiva en la del consumidor.

En la literatura sobre la calidad del servicio, el concepto de calidad se refiere a la calidad percibida, es decir “al juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto” (Zeithaml Harold, 2004)

Se establece cinco niveles de evaluación del desempeño de una organización:

### **Fiabilidad**

Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentran incluidos todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento.

### **Seguridad**

Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.

### **Capacidad de respuesta**

Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo.

### **Empatía**

Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos.

## Intangibilidad

A pesar de que existe intangibilidad en el servicio, en sí es intangible, es importante considerar algunos aspectos que se derivan de dicha intangibilidad: los servicios no pueden ser mantenidos en inventario; si no se utiliza la capacidad de producción de servicio en su totalidad, ésta se pierde para siempre.

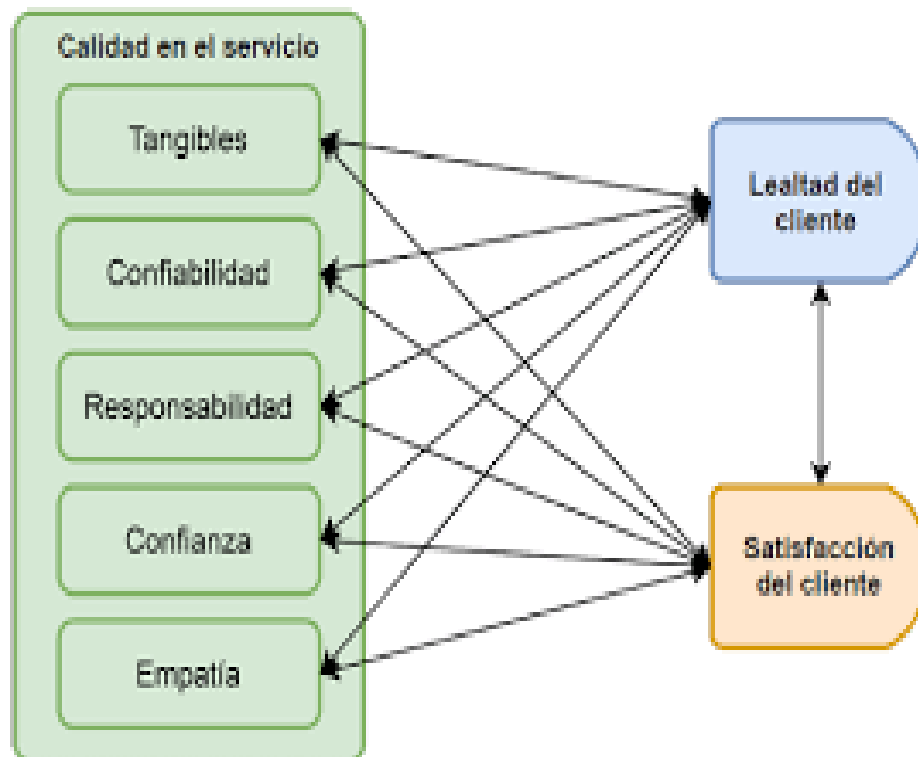
## Interacción humana

Para suministrar servicio es necesario establecer un contacto entre la organización y el cliente. Es una relación en la que el cliente participa en la elaboración del servicio.

Entonces el servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio para mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización.

**Figura 1**

### Interacción de la calidad en el servicio con el cliente



*Nota:* La información mostrada deja en manifiesto como es la interacción en el servicio al cliente.

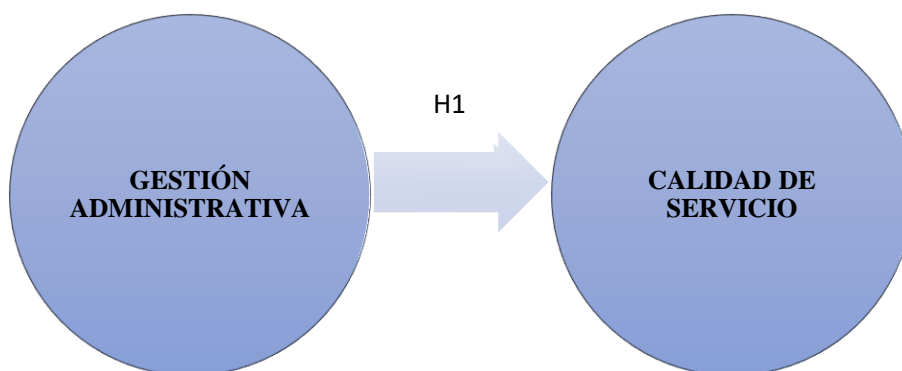
Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que, si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

Estos son los argumentos de los principales exponentes del concepto de calidad percibida del servicio, para señalar que, en un contexto de mercado de servicios, la calidad merece un tratamiento y una conceptualización distinta a la asignada a la calidad de los bienes tangibles.

## 2.2. Fundamentación científica

### Figura 2

*Fundamentación científica*



*Nota:* La información mostrada deja en manifiesto cómo se relaciona la gestión administrativa y la calidad del servicio.

### 2.2.1. Modelo Teórico Propuesto

En la sociedad moderna, la administración, se ha convertido en un instrumento de vital importancia para una organización, pues es considerada como una actividad basada en esfuerzos colectivos, que busca el alcance de los objetivos corporativos, la integración de las personas y la satisfacción de las necesidades de los clientes.

A nivel administrativo en cualquier empresa, un ambiente de calidad y satisfacción es fundamental, donde sus principales actores es el servicio de calidad a los clientes, tanto internos como externos, por tal razón los empresarios, se han visto en la necesidad de implementar un sistema de gestión, que, se enfoque en satisfacer a ambos tipos de clientes mediante el diseño de procesos eficaces, distribución exacta de recursos humanos, materiales, financieros; y, la identificación de las necesidades para la otorgación de productos y servicios.

La meta de la gestión administrativa en este punto, se enfoca en satisfacer las expectativas del cliente con experiencias de calidad, desde el primer contacto como antesala de un proceso de fidelización del cliente hacia la empresa u organización. En el sector comercial es necesario mencionar que la calidad del servicio es la diferenciación que permite alcanzar mayores niveles de competitividad.

La gestión administrativa es una serie de acciones que permiten la prevención, corrección y aplicación de la toma racional de decisiones, su único fin es brindar servicios de calidad en cualquier ámbito económico. Por ello, es justo y necesario determinar los aspectos relevantes de la gestión administrativa. (Aliaga Diaz y Alcas Zapata, 2021)

Se puede decir que la implementación de una gestión administrativa en su calidad de servicio es oportuna para la presente investigación, por los beneficios internos, externos, de calidad, eficacia, fidelización y competencia frente a otras empresas que buscan su satisfacción empresarial interna y externa. De esta manera el servicio, se transforma en calidad, generando bienestar a su cliente.

La gestión administrativa permite que cualquier empresa se desarrolle mediante el uso oportuno y bueno de los talentos; porque las personas son el elemento básico para mejorar la transformación y comercialización de bienes o servicios; por lo tanto, esto se refleja en la rentabilidad del negocio y además consolida una ventaja competitiva debido al mejoramiento continuo y al incremento de la calidad total sobre la base de sus dimensiones. (Orellana Palomeque D.P., 2019)

La gestión administrativa es un objeto clave para que las empresas cumplan con los objetivos planteados, una vez que se implementa una estrategia se puede realizar la debida ejecución y potencialización del servicio y de la misma manera ayuda a contribuir en su calidad.

### **2.2.2. Gestión administrativa**

(Martínez, 2010), hace referencia a la gestión como “la coordinación y dirección de recursos de capital humano que interactúan con la normatividad institucional y en apego a las estructuras administrativas”

La gestión o gerencia es el proceso intelectual creativo y permanente que le permite a u individuo, preparado con habilidades y competencias laborales y gerenciales, conducir un organismo social productivo a las circunstancias del entorno altamente cambiante en el que operan los organismos sociales productivos (empresas),

guiándolo y adaptándolo por medio de una serie de políticas y estrategias de largo plazo. (Hernandez R. S., 2011).

(Jc, 2007), argumenta que la administración es la “ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, mediante los cuales se alcanzan propósitos comunes que no se logran de manera individual en los organismos sociales”

(Kast, 2011), concluye que la administración no es más que la “coordinación de individuos y recursos materiales para el logro de objetivos organizacionales, lo que se logra por medio de cuatro elementos: Dirección hacia objetivos, Participación de personas, Empleo de técnicas, Compromiso con la organización”.

(Anzola, 2010), afirma que la administración “es el conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y los recursos”.

La gestión y la administración guardan una relación estrecha. La gestión, por un lado, implica conocer el entorno, conceptualizarlo y generar las directrices estratégicas; a su vez, se requiere que la administración contribuya a la organización interna. Esta conjunción de gestión y administración permite que los organismos sociales productivos aprovechen sus recursos con eficiencia y logren sus objetivos con eficacia.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### **3.1. Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación será cuantitativo por cuanto se sigue una lógica deductiva partiendo de teorías y modelos ampliamente aceptados para llegar a conclusiones específicas; esto lleva a plantear una hipótesis de investigación que es comprobada a través de la prueba estadística correspondiente. Asimismo, este enfoque usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teoría (Hernández, Baptista, & Fernández, 2014).

#### **3.2. Tipo de investigación**

##### **3.2.1. Investigación Descriptiva**

Para (Sadormil D., 2013) la investigación descriptiva se encarga de indagar los comportamientos, actitudes, intereses, motivaciones de muestras representativas con la finalidad de recoger la información necesaria el conocimiento más completo posible del problema a ser investigado. En la presente investigación la identificación de variables permite describir el estado actual de la gestión administrativa y la calidad del servicio; no sólo tomando en cuenta a la autoridad o a quienes son responsables del proceso en la empresa, sino, también a través del diálogo con servidores y clientes que servirá para elaborar una descripción de hechos reales.

Según (Behar Rivero, 2008) Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad.

Su objetivo es describir la estructura de los fenómenos y su dinámica, identificar aspectos relevantes de la realidad. Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.



### **3.2.2. Investigación Correlacional**

Según (Behar Rivero, 2008) en este tipo de investigación, el investigador pretende visualizar cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, o si por el contrario no existe relación entre ellos. Lo principal de estos estudios es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada (evalúan el grado de relación entre dos variables).

Este tipo de estudio tiene como finalidad determinar el grado de relación existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno.

La investigación correlacional estudia la relación entre dos o más variables en escala o de intervalo, a través de un modelo para un grupo o población que intenta pronosticar una cifra o un hecho (Lind, Marchal, & Wathen, 2012); el objetivo en este caso de estudio es comprobar, medir y explicar la relación existente entre las variables: Gestión Administrativa y Calidad de Servicio.

### **3.3.Población y muestra**

#### **3.3.1. Población**

Colección completa de individuos, objetos o medidas que tienen una característica en común. (Johnson, 2007).

Para la presente investigación se cuenta con una población finita de 807 clientes pertenecientes a la sucursal de Baños que son quienes determinaran y calificarán la atención a la cliente recibida y de ahí se tomará en cuenta la muestra para poder aplicar las encuestas y realizar la interpretación de resultados.

#### **3.3.2. Muestra**

Muestra es un subconjunto de la población, se compone de algunos de los individuos, objetos o medidas de una población. (Johnson, 2007). Para el cálculo de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 PQ}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ.}$$

**Tabla 1**

*Cálculo de la muestra*

Población N	807
nivel de confianza	95%
Media	370
desviación estándar	50
Error	5
proporción del error	1%
<b>Muestra</b>	260,4771
	261

Nota. Se obtiene una población finita, en este caso se aplica la fórmula para calcular la muestra dándonos como resultado 261 encuestas a realizar.

### **3.4. Prueba de hipótesis**

¿La Gestión Administrativa tiene relación directa y positiva con la Calidad del Servicio?

¿Cómo Influye la Atención al Cliente en el Área Administrativa de La Ganga?

### **3.5.Recolección de la información**

En la presente investigación se procederá a la recolección de información con el permiso del Jefe de Almacén de La Ganga de la Sucursal de BAÑOS para obtener información respecto a la Gestión Administrativa y la Calidad de Servicio, se aplicará la técnica conocida como encuesta personalizada mediante el instrumento de gran importancia denominado cuestionario, y la lista de comparación de datos los mismos que permitirán recolectar la información necesaria para el presente trabajo, esta información será estudiada y verificada

para medir la confiabilidad de los datos reunidos y corregir cualquier falta realizada. Una vez recopilados los datos a través de las encuestas se aplicará:

- La revisión, clasificación de la información
- Tabulación y Categorización de la Información
- Análisis de los datos
- Interpretación de los Resultados
- Representación estadística mediante gráficos.

La información será analizada para revelar resultados importantes que ayuden a resolver nuestro paradigma, demostrando que la información recolectada fue la suficiente, con la cual se conseguirá saber también si las variables fueron investigadas y el resultado es el esperado.

### 3.6. Procesamiento de la información y análisis estadístico

El procesamiento de los datos se realizará a través del programa SPSS donde podremos obtener resultados como la fiabilidad, confiabilidad, validez, normalidad y error de Rho De Spearman, además la recolección de información y desarrollo de resultados de la presente investigación contará con las siguientes técnicas.

**Tabla 2**

*Plan de recolección de información*

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>¿Para qué?</b>	Para optimizar la aplicación de la gestión administrativa que influirá positivamente en la calidad del servicio.
<b>¿De qué personas u objetos?</b>	La recolección de información se realizará a clientes de Almacenes la Ganga.
<b>¿Sobre qué aspectos?</b>	Sobre la calidad del servicio.
<b>¿Quién?</b>	Clientes
<b>¿Cuándo?</b>	La recolección se realizará en el mes de mayo del 2023.

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>¿Dónde?</b>	Almacenes la Ganga Sucursal Baños.
<b>¿Cuántas veces?</b>	Las que sean necesarias.
<b>¿Qué técnicas de recolección?</b>	Se tomará en cuenta la técnica conocida como encuesta.
<b>¿Con qué?</b>	Cuestionarios
<b>¿En qué situación?</b>	En un ambiente de total colaboración por parte del personal administrativo y de los clientes.

**Elaborado por:** Saida Sánchez

**Fuente:** Almacenes la Ganga Sucursal BAÑOS.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Prueba de fiabilidad

La prueba de fiabilidad de una variable, en este caso, la gestión administrativa y la calidad del servicio, se refiere a la capacidad de las variables para medir de manera consistente y precisa el constructo que se pretende evaluar. En otras palabras, busca determinar si las preguntas o indicadores utilizados para medir la gestión administrativa y la calidad del servicio son coherentes y confiables en sus resultados.

La prueba de fiabilidad generalmente se realiza utilizando métodos estadísticos, siendo el coeficiente alfa de Cronbach uno de los más comunes. Aquí se presenta de manera estadística cómo realizar esta prueba:

**Tabla 3**

*Fiabilidad de gestión administrativa*

<b>Estadísticas de fiabilidad de Gestión administrativa</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,940	10

Al analizar la fiabilidad de la Gestión Administrativa, específicamente en el resumen de procesamiento de casos, revela que de un total de 261 casos, 8 (3.1%) fueron considerados válidos, mientras que 253 (96.9%) fueron excluidos, siendo la eliminación basada en todas las variables del procedimiento, en cuanto a las estadísticas de fiabilidad, se calculó un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.940, con un total de 10 elementos, este valor indica un alto nivel de consistencia interna entre las variables medidas, sugiriendo que la escala utilizada para evaluar la gestión administrativa en el procesamiento de casos es altamente confiable. Un Alfa de Cronbach cercano a 1.0 generalmente indica una fuerte coherencia interna entre los ítems, fortaleciendo la validez interna de la medición. Estos resultados respaldan la fiabilidad de la gestión administrativa en el contexto analizado.

**Tabla 4**

*Fiabilidad de la atención al cliente*

<b>Estadísticas de fiabilidad de Atención al cliente</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,982	11

Al analizar la fiabilidad de la atención al cliente, según el resumen de procesamiento de casos, indica que los 261 casos evaluados fueron considerados válidos, sin exclusiones (0%) esta eliminación por lista se basó en todas las variables del procedimiento. En términos de estadísticas de fiabilidad, se obtuvo un alto coeficiente Alfa de Cronbach de 0.982 con un total de 11 elementos, este resultado sugiere una consistencia interna excepcionalmente fuerte entre las variables medidas, destacando la confiabilidad de la escala utilizada para evaluar la atención al cliente en el contexto analizado, un Alfa de Cronbach cercano a 1.0 indica una alta coherencia interna y refuerza la validez interna de la medición.

La fiabilidad excepcionalmente alta revelada por el análisis respalda la robustez de la evaluación de la atención al cliente en este escenario específico, este hallazgo indica que la medición de la atención al cliente es altamente consistente y confiable, lo cual es fundamental para garantizar la validez y precisión de los resultados obtenidos. Estos resultados pueden proporcionar una base sólida para la toma de decisiones y mejoras en la gestión de la atención al cliente en el contexto evaluado.

#### **4.2. Prueba de validez**

Para realizar la prueba de validez en el análisis factorial, se consideró como medida la "comunalidad", la cual es una estimación de la cantidad de varianza compartida por todos los elementos (variables o ítems) en un análisis factorial. En otras palabras, representa cuánta varianza de cada variable es explicada por los factores extraídos en el análisis. La comunalidad se encuentra en un rango de 0 a 1, donde:

- 0 indica que el factor extraído no explica la varianza de la variable en absoluto, lo que sugiere que la variable no se relaciona con los otros elementos en el análisis.
- 1 indica que toda la varianza de la variable es explicada por los factores extraídos, lo que sugiere que la variable está perfectamente relacionada con los otros elementos.

**Tabla 5***Prueba de validez comunalidades*

<b>Comunalidades</b>	
Extracción	
¿En relación a los productos que ofrece el almacén se encuentra usted satisfecho?	,860
¿Almacenes la Ganga cumple con las fechas establecidas para entregar los productos a sus clientes?	,923
¿Cree Ud. ¿Que se le brinda una atención de calidad en el almacén?	,971
¿Continuaría siendo cliente de Almacenes La Ganga?	,991
¿Se le brinda una atención personalizada y eficiente cuando acude al almacén La Ganga	,973
¿Considera que existe una gran variedad de productos y marcas en almacenes La Ganga?	,929
. ¿Considera que las instalaciones de almacenes La Ganga son atractivas visualmente para los clientes?	,917
¿Cree usted que los horarios establecidos para la atención se adecúan a su disponibilidad de tiempo?	,995
. ¿Considera usted que la atención que recibe en almacenes La Ganga cumple con sus expectativas?	,915
. ¿Los colaboradores de almacenes La Ganga se muestran dispuestos a dar solución a las inconformidades que se presenten?	,929
¿Considera que la atención que brindan los colaboradores de almacenes la Ganga se realiza con paciencia y buen trato?	,996
Me siento identificado con la filosofía institucional (misión, visión, valores, objetivos y políticas)	,928
Realizo mis actividades laborales conforme a los manuales administrativos de la organización	,951
El procedimiento de mi contratación fue el indicado	,989
Cuando ingresé se me dio la capacitación correspondiente al puesto a desempeñar	,948
La comunicación en la organización es correcta	,989
Los jefes de las áreas realizan una adecuada supervisión	,939

Considero que existe una alta rotación de empleados	,984
En los últimos meses he recibido capacitación	,962
La empresa me proporciona el material necesario para el desarrollo de mis funciones	,954
¿Se considera que el manual de organización este actualizado?	,989
Método de extracción: análisis de componentes principales.	

En este análisis, se observa que las comunalidades tienen valores bastante altos en general, lo que sugiere que las variables comparten una gran cantidad de varianza con los componentes extraídos. Esto es un buen indicio de que las variables son apropiadas para el análisis factorial. Al observar las comunalidades individuales de las preguntas, vemos que tienen valores cercanos o superiores a 0.9, lo que indica que una gran parte de su varianza es explicada por los factores extraídos. Esto indica que estas preguntas están relacionadas y se agrupan de manera efectiva bajo un conjunto de factores comunes. Específicamente, las preguntas relacionadas con la satisfacción de los clientes y la atención en Almacenes La Ganga parecen estar altamente relacionadas y comparten una varianza sustancial. También se observa que las preguntas relacionadas con la gestión administrativa de la organización, como la identificación con la filosofía institucional y el cumplimiento de manuales y procedimientos, tienen comunalidades relativamente altas. Esto indica que estas preguntas también están relacionadas y son apropiadas para el análisis conjunto.

Por tal, las altas comunalidades indican que estas variables son adecuadas para un análisis factorial, ya que comparten una cantidad significativa de varianza con factores comunes subyacentes. Esto es importante para evaluar la validez de constructo y para comprender cómo se agrupan las variables en dimensiones subyacentes en tu estudio.

#### **4.3. Situación Actual de la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio**

Una vez aplicado el instrumento que midió las variables las cuales permiten describir la situación actual de la empresa Almacenes La Ganga R.C.A Sucursal Baños en el constructo de gestión administrativa las principales son:

- El personal no tiene una capacitación en el área de ventas, cobranza, caja, legal
- La empresa no cuenta con una guía para ejecutar las actividades en el puesto de trabajo
- Existe una falta de identificación con misión, visión, objetivos y estrategias empresariales lo cual no permite llegar al cumplimiento de metas propuestas



- Los suministros de oficina no cubren las necesidades para el cumplimiento de las funciones en los puestos de trabajo
- Existe una necesidad de actualizar el manual de funciones de las diferentes áreas administrativas con el propósito de mejorar la eficiencia en los puestos de trabajo

Con respecto a la situación actual del constructo de la calidad de servicio se presenta las principales descripciones:

- Falta de capacitación en los puestos de trabajo en las áreas principales de la empresa como son: ventas, caja, cobranza, legal
- El servicio al cliente con respecto a los tiempos de entrega del producto no se da de manera oportuna lo cual ocasiona que ya no quiera ser parte de la familia La Ganga RCA
- La satisfacción a los clientes es escasa con respecto a las marcas que ellos solicitan, por lo que no se está cubriendo las necesidades de los mismos
- No existe un buen trato por parte del área de ventas y administrativa hacia los clientes lo que ocasiona un desprestigio en la reputación de la imagen institucional

#### 4.4. Prueba de normalidad

Las pruebas de normalidad, como el test de Kolmogorov-Smirnov y el test de Shapiro-Wilk, se utilizan para evaluar si una muestra de datos sigue una distribución normal. La distribución normal, también conocida como la distribución gaussiana, es una distribución estadística fundamental en la que los datos se distribuyen simétricamente alrededor de la media y siguen una forma de campana.

**Tabla 6**

*Prueba de normalidad*

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
A. ¿En relación a los productos que ofrece el almacén se encuentra usted satisfecho?	,366	8	,002	,671	8	,001

Pruebas de normalidad						
A. ¿Almacenes la Ganga cumple con las fechas establecidas para entregar los productos a sus clientes?	,263	8	,109	,897	8	,273
A. ¿Cree Ud. ¿Que se le brinda una atención de calidad en el almacén?	,222	8	,200*	,912	8	,366
A. ¿Continuaría siendo cliente de Almacenes La Ganga?	,250	8	,150	,860	8	,120
A. ¿Se le brinda una atención personalizada y eficiente cuando acude al almacén La Ganga	,299	8	,034	,815	8	,041
A. ¿Considera que existe una gran variedad de productos y marcas en almacenes La Ganga?	,290	8	,046	,794	8	,025
A. ¿Considera que las instalaciones de almacenes La Ganga son atractivas visualmente para los clientes?	,347	8	,005	,676	8	,001
A. ¿Cree usted que los horarios establecidos para la atención se adecúan a su disponibilidad de tiempo?	,281	8	,062	,809	8	,036

<b>Pruebas de normalidad</b>						
A. ¿Considera usted que la atención que recibe en almacenes La Ganga cumple con sus expectativas?	,513	8	,000	,418	8	,000
A. ¿Los colaboradores de almacenes La Ganga se muestran dispuestos a dar solución a las inconformidades que se presenten?	,280	8	,065	,745	8	,007
A. ¿Considera que la atención que brindan los colaboradores de almacenes la Ganga se realiza con paciencia y buen trato?	,347	8	,005	,676	8	,001
B.Me siento identificado con la filosofía institucional (misión, visión, valores, objetivos y políticas)	,223	8	,200*	,871	8	,156
B.Realizo mis actividades laborales conforme a los manuales administrativos de la organización	,274	8	,079	,808	8	,035
B. El procedimiento de mi contratación fue el indicado	,430	8	,000	,568	8	,000

<b>Pruebas de normalidad</b>						
Cuando ingresé se me dio la capacitación correspondiente al puesto a desempeñar	,384	8	,001	,720	8	,004
B. La comunicación en la organización es correcta	,430	8	,000	,568	8	,000
B. Los jefes de las áreas realizan una adecuada supervisión	,281	8	,062	,809	8	,036
B. Considero que existe una alta rotación de empleados	,430	8	,000	,568	8	,000
B. En los últimos meses he recibido capacitación	,297	8	,037	,781	8	,018
B. La empresa me proporciona el material necesario para el desarrollo de mis funciones	,347	8	,005	,676	8	,001
B. ¿Se considera que el manual de organización este actualizado?	,430	8	,000	,568	8	,000
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.						
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Las pruebas de normalidad, como se presentan en la Tabla 6, revelan patrones diversos en la distribución de las respuestas a las diferentes preguntas del cuestionario. Para las cuestiones relacionadas con la satisfacción del cliente (A. ¿En relación a los productos que ofrece el almacén se encuentra usted satisfecho?), la percepción de la atención (A. ¿Cree Ud. ¿Que se le brinda una atención de calidad en el almacén?), y la atención personalizada (A. ¿Se le brinda una atención personalizada y eficiente cuando acude al almacén La Ganga),

las pruebas de Shapiro-Wilk sugieren distribuciones no normales, con valores de significancia significativos ( $p < 0.05$ ).

Por otro lado, para preguntas relacionadas con aspectos laborales y organizativos (B. Realizo mis actividades laborales conforme a los manuales administrativos de la organización, B. Cuando ingresé se me dio la capacitación correspondiente al puesto a desempeñar, B. La empresa me proporciona el material necesario para el desarrollo de mis funciones), las pruebas indican distribuciones que no difieren significativamente de una distribución normal, con valores de significancia superiores a 0.05.

Es importante destacar que las correcciones de significación de Lilliefors se aplicaron en algunos casos, señalando que, aunque se observan desviaciones de la normalidad, estos resultados deben interpretarse con precaución. Estas discrepancias en la normalidad de las respuestas podrían deberse a la naturaleza multifacética de las variables evaluadas, reflejando la diversidad de percepciones entre los encuestados. Estos hallazgos resaltan la importancia de considerar métodos analíticos robustos y específicos para abordar la complejidad de los datos recopilados en la investigación.

#### **4.5. Prueba estadística de comprobación de hipótesis**

Como los datos en la tabla anterior en la prueba de normalidad son datos no normales, la prueba estadística adecuada para este tipo de datos es la correlación de Rho de Spearman, la prueba estadística de correlación de Spearman se utilizó para evaluar la relación entre las variables relacionadas con la calidad del servicio y la gestión administrativa en la empresa La Ganga, sucursal Baños.

H0: La gestión administrativa no tiene relación directa y positiva con la calidad del servicio

H1: La gestión administrativa tiene relación directa y positiva con la calidad del servicio

**Tabla 7***Prueba Estadística de Hipótesis*

<b>Correlaciones</b>			Atención al cliente	Gestión Administrativa
Rho de Spearman	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	1,000	-,566
		Sig. (bilateral)	.	,143
		N	261	8
	Gestión Administrativa	Coeficiente de correlación	-,566	1,000
		Sig. (bilateral)	,143	.
		N	8	8

En base a la tabla 7, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, es decir, que la gestión administrativa no tiene relación directa y positiva con la calidad de servicio.

El análisis de las correlaciones entre las variables relacionadas con la atención al cliente y la gestión administrativa, presentado en la Tabla 7, proporciona una visión detallada de las relaciones entre estas dimensiones evaluativas. Se observa una correlación significativa negativa (-0.566) entre la atención al cliente y la gestión administrativa, indicando una relación inversa entre la satisfacción del cliente y la percepción de la eficacia de la gestión administrativa, este hallazgo sugiere que, a medida que la satisfacción del cliente disminuye, la percepción de una gestión administrativa efectiva tiende a aumentar y viceversa.

Al analizar las correlaciones específicas entre preguntas individuales y la gestión administrativa, se destacan relaciones significativas. Por ejemplo, la pregunta "¿Continuaría siendo cliente de Almacenes La Ganga?" muestra una correlación negativa significativa (-0.787) con la gestión administrativa, indicando que aquellos que expresan dudas sobre su continuidad como clientes tienden a percibir una gestión administrativa menos efectiva, de igual manera la pregunta "¿Considera que la atención que brindan los colaboradores de almacenes La Ganga se realiza con paciencia y buen trato?" presenta una correlación

negativa significativa (-0.850), sugiriendo que la percepción de un trato paciente y amable está asociada a una evaluación menos favorable de la gestión administrativa.

Estos resultados aportan a la toma de decisiones gerenciales, ya que señalan áreas específicas de mejora en la gestión administrativa que podrían tener un impacto positivo en la satisfacción del cliente, sin embargo, es fundamental tener en cuenta la naturaleza correlacional de estos hallazgos, lo que implica la necesidad de investigaciones adicionales para comprender completamente las dinámicas subyacentes que vinculan la atención al cliente y la gestión administrativa en Almacenes La Ganga.

#### **4.6. Aporte a la Investigación**

El presente estudio tiene como principal aporte en su implicancia teórica la relación inversa de las variables gestión administrativa con la calidad del servicio lo cual contrasta en literatura académica con relación a dichas variables. Con respecto a la implicancia práctica la gestión administrativa debe mejorar en las aristas de capacitación y actualización del manual de funciones dando como resultado una mejor calidad del servicio en función de la satisfacción a los clientes.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- En cuanto a la investigación realizada se puede concluir que la Gestión Administrativa y la Calidad de Servicio en Almacenes La Ganga S.A sucursal Baños es de gran importancia en vista que de ella depende mucho la imagen y el prestigio de la institución, por ello se deben utilizar herramientas que ayuden a agilizar el proceso de trabajo, implementando estrategias que ayuden a contribuir y potenciar la calidad del servicio.
- Además, el estudio muestra falencias en la gestión administrativa como falta de un personal capacitado de manera eficiente en cada una de las áreas como factor primordial y con respecto a la calidad del servicio el ineficiente cumplimiento en tiempos de entrega del producto lo cual ocasiona una insatisfacción al cliente.
- En lo que respecta a la gestión administrativa y la calidad del servicio los resultados confirman que no hay relación directa significativa entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en los empleados y clientes de la empresa La Ganga RCA Sucursal Baños. Este estudio proporcionó un marco interesante para comprender la gestión administrativa y su relación inversa con la calidad del servicio lo cual nos da una implicancia teórica significativa en las variables de estudio.

#### 5.2. Recomendaciones

- Fortalecer la gestión administrativa en la empresa La Ganga RCA, sucursal Baños esto puede incluir la implementación de procesos de gestión más eficientes, la actualización de manuales administrativos y la capacitación constante del personal encargado de la administración.
- Mejorar la calidad del servicio al cliente, esto puede lograrse a través de un plan de capacitación a todo el personal, como también la implementación de sistemas de retroalimentación y la adopción de prácticas que satisfagan las expectativas de los clientes.



- Establecer un sistema de monitorización continua de la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente, esto permitirá identificar oportunidades de mejora de manera proactiva y garantizar que se mantenga la alta fiabilidad de las mediciones a lo largo del tiempo.

## BIBLIOGRAFIA

- Abril, H. (24 de 05 de 2012). *UTA Metodología*. Retrieved 06 de 11 de 2015, from <http://vhabril.wikispaces.com/UTA+Metodologia>.
- ACIMED. (1996). *La planificación de los costos y su análisis en las instituciones de información*. La Habana: Editorial Ciencias Médicas.
- Administracion, G. y. (22 de 04 de 2002). *gestionyadministracion.com*. Retrieved 02 de 09 de 2015, from <http://www.gestionyadministracion.com/cursos/administracion-financiera.html>
- Alfonso, O. C. (2002). *Introduccion a las Finanzas* . Mexico: McGraw Hill.
- Alfonso, O. C. (29 de 01 de 2009). *articulosfinanzas.blogspot*. Retrieved 02 de 09 de 2015, from <http://articulosfinanzas.blogspot.com/2009/01/definicion-de-administracion-financiera.html>
- Aliaga Diaz y Alcas Zapata. (2021). *Análisis de la gestión administrativa y la calidad del servicio al cliente* . Peru: Innova.
- Amaya, J. A. (2004). *Toma de Decisiones Gerenciales*. Colombia: Bucaramanga.
- Anzola, R. S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas* (Tercera ed.). Mexico: McGrawHill.
- Bateman Snell. (2001). *Administracion: una ventaja competitiva*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Behar Rivero, D. (2008). *Metodología de la Investigación* . Cuba: Editorial Sharom.
- Benavides Pañeda, J. (2004). *Administración*. Mexico: Litográfica Ingramex.
- Cabeza de Vergara, L., Muñoz Santiago , A., & Milena Vivero, S. (2004). Aproximaciòn al proceso de toma de decisiones en la empresa barranquillera. *Pensamiento & Gestión* ISSN: 1657-6276, 1-38.
- Carmona, A. C. (1998). *Toma de decisiones: análisis y entorno organizativo*. New York : UPC.

- Certo Samuel. (2010). *Evolucion de la Gestion administrativa*.  
<https://www.monografias.com/docs/Origen-Y-Evoluci%C3%B3n-De-La-Gesti%C3%B3n-Administrativa-P3JVENCYBY#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20administrativa%20surgi%C3%B3%20como,los%20fundamentos%20administrativos%20tuvieron%20su>
- Chasin, L. (2010). Tecnología de la información como apoyo al proceso para la toma de decisiones gerenciales en organizaciones del sector eléctrico de Venezuela. *Revista Espacios*, 13.
- Chiavenato, I. (2001). *ADMINISTRACIÓN teoría, proceso y práctica (3ra Edición)*. Bogotá, D.C., Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Claver. (2000). *Toma de Decisiones*. España: Diaz.
- Colunga C. (2005). *La calidad en el servicio*. Mexico: Panorama Editorial.
- Corral, A. (16 de 06 de 2001). *contraloria.gob.ec*. Retrieved 07 de 09 de 2015, from [www.contraloria.gob.ec](http://www.contraloria.gob.ec):  
<http://www.contraloria.gob.ec/documentos/normatividad/MANUAL%20DE%20AUDITORIA%20DE%20GESTION.pdf>.
- Crosby P.B. (1998). *La organización permanece exitosa*. Mexico: Mc-GrawHill.
- De la Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De la Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: Herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales ISSN 1315-9518*, 109.
- Deming W.E. (1990). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Madrid: Diaz de santos .
- Druker P. (1999). *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Duque Roldán, M. I., Gómez Montoya, L. F., & Osorio Agudelo, J. A. (2009). Análisis de los Costos utilizados en las entidades del sector salud en Colombia y su utilidad para la toma de Decisiones. *Revista del Instituto Internacional de Costos, ISSN 1646-6896, n° 5*, 522.
- Fajardo Carlos. (2005). *Evolucion del pensamiento gerencial*. Colombia.

- Fayol, H. (2010). Principios de la Administracion. En S. E. Fernández, *Administración de empresas: un enfoque interdisciplinar* (Primera ed., págs. 22,23). España: Paraninfo.
- Fisher Navarro. (1994). Introduccion a la investigacion de mercado. Mexico: Interamericana S.A. de C.V.
- G., A. P. (21 de 04 de 1998). *oocities*. Retrieved 26 de 10 de 2015, from <http://www.oocities.org/alfonsopenaranda/mtd/t1.html>
- Gerencie.com. (12 de 03 de 2015). *Gerencie.com*. Retrieved 26 de 12 de 2015, from <http://www.gerencie.com/sistemas-de-costos-abc.html>
- Gestiopolis. (2013). Administración financiera y análisis financiero para la toma de decisiones. *Gestiopolis*, 10.
- Gil Saura. (2000). La conceptualizacion y evaluacion de la calidad del servicio al cliente percibida en el punto de venta. España: Editorial Sudamericana.
- Gómez, G. (10 de 11 de 2001). *Gestiopolis*. Retrieved 01 de 09 de 2015, from <http://www.gestiopolis.com/gestion-financiera-frente-nuevas-formas-organizacion/>  
<http://www.gestiopolis.com/gestion-financiera-frente-nuevas-formas-organizacion/>
- Gómez, Giovanni. (10 de 11 de 2001). *Gestiopolis*. Retrieved 26 de 10 de 2015, from <http://www.gestiopolis.com/gestion-financiera-frente-nuevas-formas-organizacion/>  
<http://www.gestiopolis.com/gestion-financiera-frente-nuevas-formas-organizacion/>
- Guevarra, J. (2014). *La Gestión Del Microcrédito En La Cooperativa De Ahorro Y Crédito Kichwas De La Ciudad De Ambato Y Su Influencia En La Recuperación De Cartera Del Periodo 2012*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.
- Guillén, M. d. (2012). *Analisis y Solucion de Problemas*. Madrid: Díaz de Santos.
- Guillermo, C. (2010). *Método y Metodología (1ra Edición)*. México: Lito-Grapo S.A.
- Hargadon, B., & Múnera, A. (1988). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Editorial Presencia Ltda.
- Hellriegel, y. O. (2009). *Administración Un Enfoque Basado En Competencias* (Onceava ed.). Mexico.

- Hernandez, R. S. (2011). *Fundamentos de Gestión Empresarial: Enfonque Basado en Competencias*. Mexico: McGrawHill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (1991). *Metodología de la investigación*. San Andres: Panamericana formas e impresos S.A.
- Hugo, B. R. (2006). *Indicadores Financieros*. Mexico: Umbral.
- INEC. (2011). INEC.
- Infoeconomía. (16 de 10 de 2012). *Infoeconomía-Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Retrieved 15 de 12 de 2015, from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>
- INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. (enero-junio de 2003). GESTIÓN, FINANZAS INTERNACIONALES Y GLOBALIZACIÓN. *Revista de ciencias administrativas y sociales*, 22-23.
- Ishikawa K. (2001). *Que es el control total de calidad*. Bogota: Editorial Norma.
- Iván, S. (15 de 08 de 2010). *es.slideshare.net*. Retrieved 07 de 09 de 2015, from <http://es.slideshare.net>: <http://es.slideshare.net/ivanfsuarezl/indicadores-de-gestin-3622575>.
- Jaim, S. (2011). *Guía de Auditoría de Gestión*. Loja: Editorial UTPL.
- Jc. (07 de Junio de 2007). *Yahoo respuestas*. <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070607140855AAWMUz2>  
<https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070607140855AAWMUz2>
- Johnson, R. (2007). *ESTADÍSTICA ELEMENTAL (SEGUNDA EDICIÓN ed.)*. MEXICO: TRILLAS S.A.
- Jonathan, M. (14 de 06 de 2009). *es.scribd.com*. Retrieved 07 de 09 de 2015, from <http://es.scribd.com>: <http://es.scribd.com/doc/19726385/TI-en-el-Control-de-la-Gestion>.

- Juan, F. (19 de 07 de 2009). *es.slideshare.net*. Retrieved 07 de 09 de 2015, from [http://es.slideshare.net: http://es.slideshare.net/jcfdezmxmanag/indicadores-del-control-de-gestin](http://es.slideshare.net/jcfdezmxmanag/indicadores-del-control-de-gestin).
- Kast, F. E. (2011). Definiciones de Administración. En R. S. Hernández, *Fundamentos de Gestión Empresarial: Enfoque Basado en Competencias* (pág. 3). Mexico: McGrawHill.
- Kloter P. (s.f.). *Mercadotecnia*. Mexico: Prentice Hall.
- Lanuz. (24 de 04 de 2012). *EYNARJLR*. Retrieved 27 de 10 de 2015, from <http://www.slideshare.net/EYNARJLR/toma-de-decisiones-12562719>
- León, L. (2007). *Gestión Empresarial para Agronegocios*. Lima: AGRIS.
- Lind, Marchal, & Wathen. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Lorens Montes P. (1998). *Medición de la calidad de servicio: una aproximación de diferentes alternativas*. Singapore: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Granada.
- Martinez Gonzalez, J. (10 de 10 de 2011). *Gestión Financiera de la Empresa para el siglo XXI*. Retrieved 03 de 09 de 2015, from eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2011b/jamg.html>
- Martínez, C. V. (2010). *Diagnóstico Administrativo Holístico* (Cuarta ed.). Mexico: Trillas.
- Menguzzato, & Renau. (1995). *Administración*. España: SUI.
- Molina, A. (2007). *Contabilidad de Costos, Teoría y Ejercicios* (Cuarta Edición ed.). Quito-Ecuador: Grafitext.
- Münch, L. (2007). *Administración. Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor (Primera Edición)*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Muñoz, A. S. (2010). *Pensamiento y Gestión. Análisis del proceso de toma de decisiones financieras en las empresas de Barranquilla desde la perspectiva del desarrollo moral*, 80.

- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis (2da Edición)*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia* 2009, 14 (48), 626-627.
- Nunes, P. (26 de 08 de 2012). *Knoow.net*. Retrieved 01 de 09 de 2015, from <http://old.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestionfinanciera.htm>
- Ochoa Setzer, G. (2009). *Administración Financiera (Segunda Edición ed.)*. México: Programas Educativos S.A. de C.V.
- Ochoa Setzer, G., & Saldívar del Ángel, R. (2012). *Administración Financiera correlacionada con las NIIF (Tercera Edición ed.)*. Mexico: Programas Educativos S.A. de C.V.
- Orellana Palomeque D.P. (2019). *Gestión administrativa y calidad de servicio que brindan las instituciones educativas*. Quito.
- Pérez Serrano, G. (2004). *Investigación Cualitativa, Retos e Interrogantes. I Métodos*. Madrid, España: La Muralla.
- Perez, A., Méndez , R., & Sandoval , F. (2007). *Investigación Fundamento y Metodología. (Ira Edición)*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Prieto, A., & Martínez, M. (2004). Sistemas de información en las organizaciones: Una alternativa para mejorar la productividad gerencial en las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales ISSN: 1315-9518*, 13.
- Ramírez, G. (2015). *Introducción a la Administración*. Peru: Ediciones Limusa.
- Review, H. B. (2006). *La Toma de Decisiones*. Boston : Deusto.
- Rincón , C., & Villareal, F. (2010). *Costos, Decisiones Empresariales*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Rincón, C., & Villareal, F. (2010). *Costos, Decisiones Empresariales*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Robbins, S. P. (2005). *Administración (Octava ed.)*. México: Pearson Educación.

- Robbins, S. P. (2010). *Administracion* . México: ISBN.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Administracion* . México : ISBN.
- Rodriguez Rodriguez, M. A., & Acanda Regatillo, Y. (22 de 03 de 2009). *Metodologia para Realizar Analisis Economico Financiero en un Entidad Economica*. Retrieved 03 de 09 de 2015, from eumed.net Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/554/Razones%20Financieras%20Basicas.htm>
- Romero, I. (10 de 08 de 2011). *Monografias.com*. Retrieved 13 de 12 de 2015, from <http://www.monografias.com/trabajos87/paradgmas-investigacion/paradgmas-investigacion.shtml>
- Ruiz, M. (2000). *Sistema de planeaciòn para instituciones educativas*. Mexico: Trillas.
- Sadormil D. (2013). *Diccionario Glosario de Metodología de la inestigaciòn Social*. Madrid.
- Sampieri, R., Fernández , C., & Baptista , P. (2007). *Fundamentos de Metodología de la Investigación. (Ira Edición)*. España: McGraw-Hill/Interamericana S.A.U.
- Simon. (1997). *Administracion, Toma de Decisiones*. Mexico .
- SUPERCIAS. (04 de OCTUBRE de 2014). *SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS* . Retrieved 30 de 09 de 2015, from <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- Terry, G. (2004). *Administracion, una perspectiva global* . Mexico: McGraw-Hill.
- Uned, C. d. (19 de 05 de 2009). *UNED Centro de Investigaciones*. Retrieved 26 de 10 de 2015, from <http://unedcatedrainvestigacion.wikispaces.com/Paradigma+Naturalista>
- Vásconez Arroyo , J. V. (2003). *Contabilidad de Costos*. Quito-Ecuador: Imprenta Mariscal
- Zapata, P. (2005). *Contabilidad General*. Colombia: Quebecor World Bogotá S.A.
- Zapata, P. (2007). *Contabilidad de Costos, Herramienta para la Toma de Decisiones*. Bogotá, COLOMBIA: D´VINNI.
- ZAPATA, P. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL (SÉPTIMA EDICIÓN ed.)*. BOGOTÁ, COLOMBIA: QUAD/GRAPHICS.



Zeithaml Harold. (2004). *Administracion una perspectiva Global* . Mexico: Mc Graw Hill.

Zvi Bodie, R. C. (2003). *Finanzas*. Mexico : Pearson Educacion.

# **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Objetivo:** Identificar la situación actual de la Gestión de Administrativa y su relación en la Calidad de Servicio al Cliente de Almacenes La Ganga R.C.A de la ciudad de Baños de Agua Santa.

**Observaciones:**

- Se solicita contestar lo más sinceramente posible las preguntas planteadas en el presente cuestionario con la finalidad de emitir resultados fidedignos al final de la investigación.
- Solicitamos la máxima sinceridad en sus respuestas y garantizamos el más absoluto anonimato.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y marque con una X en la opción de respuesta que más se aproxime a la realidad, ya que la información que se obtenga de esta investigación servirá para plantear propuestas de solución a la situación de su empresa

PREGUNTAS RELACIONADAS CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA	TOTAL, DESACUERDO	EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO	LO DESCONOZCO
1. Me siento identificado con la filosofía institucional (misión, visión, valores, objetivos y políticas)					
2. Realizo mis actividades laborales conforme a los					

manuales administrativos de la organización					
3. El procedimiento de mi contratación fue el indicado					
4. Cuando ingresé se me dio la capacitación correspondiente al puesto a desempeñar					
5. La comunicación en la organización es correcta					
6. Los jefes de las áreas realizan una adecuada supervisión					
7. Considero que existe una alta rotación de empleados					
8. En los últimos meses he recibido capacitación					
9. La empresa me proporciona el material necesario para el desarrollo de mis funciones					
10. ¿Se considera que el manual de organización este actualizado?					
<b>Preguntas relacionadas con el servicio al cliente</b>	<b>TOTAL, DESACUERDO</b>	<b>EN DESACUERDO</b>	<b>DE ACUERDO</b>	<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	<b>LO DESCONOZCO</b>
11. ¿En relación a los productos que ofrece el almacén se encuentra usted satisfecho?					
12. ¿Almacenes la Ganga cumple con las fechas establecidas para					

entregar los productos a sus clientes?					
13. ¿Cree Ud. ¿Que se le brinda una atención de calidad en el almacén?					
14. ¿Continuaría siendo cliente de Almacenes La Ganga?					
15. ¿Se le brinda una atención personalizada y eficiente cuando acude al almacén La Ganga					
16. ¿Considera que existe una gran variedad de productos y marcas en almacenes La Ganga?					
17. ¿Considera que las instalaciones de almacenes La Ganga son atractivas visualmente para los clientes?					
18. ¿Cree usted que los horarios establecidos para la atención se adecúan a su disponibilidad de tiempo?					
19. ¿Considera usted que la atención que recibe en almacenes					

La Ganga cumple con sus expectativas?					
20. ¿Los colaboradores de almacenes La Ganga se muestran dispuestos a dar solución a las inconformidades que se presenten?					
21. ¿Considera que la atención que brindan los colaboradores de almacenes la Ganga se realiza con paciencia y buen trato?					

**OBSERVACIONES**

---



---

Gracias por su colaboración.