



Universidad  
Inca Garcilaso de la Vega

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS  
ECONOMICAS**

**CALIDAD DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y EL NIVEL DE  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA CABLE  
CHINCHA, 2022**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

**AUTOR**

Palomino Lévano, Melisa Paola

**ASESOR**

Morales Godo, Ángel Francisco

Lima, octubre 2022

# CALIDAD DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA CABLE CHINCHA, 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

**10%**  
INDICE DE SIMILITUD

**8%**  
FUENTES DE INTERNET

**1%**  
PUBLICACIONES

**9%**  
TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega</b> Trabajo del estudiante	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.uigv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>cybertesis.unmsm.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>www.munijesusmaria.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>lpderecho.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repositorio.uss.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

## **DEDICATORIA**

*A mis padres que son el pilar más importante en mi vida, siempre me han demostrado su apoyo en cada paso que doy en mi carrera profesional, también por el gran amor incondicional que recibo. Valoro y aprecio el esfuerzo y sacrificio que realizan para seguir adelante, sin ellos no hubiera sido posible presentar este trabajo.*

*A mi familia y amigos por el apoyo que me brindaron en el proceso de desarrollo del presente trabajo, por todos los consejos y sugerencias recibidas cuando pensaba que no lo lograría.*

## AGRADECIMIENTO

*En primer lugar, agradecerle a Dios por la vida que me da, además por la sabiduría e inteligencia brindada en el cual demuestro mi confianza en él para salir victoriosa de cada obstáculo que se presenta en mi vida, el dejarme guiar por sus caminos me ha ayudado mucho para tomar buenas decisiones, que me permitan lograr mis metas y objetivos.*

*En segundo lugar, agradecer a mis padres, que siempre me dieron el aliento para seguir adelante, no ha sido fácil llegar hasta aquí, con cada obstáculo que se presentaba siempre me motivaron y destacaron las habilidades que tengo, me recordaban que el esfuerzo vale la pena y podía lograrlo. También agradezco por el sacrificio que hicieron por ayudarme a cumplir mis metas, brindándome el apoyo económico, por ellos sigo esforzándome por ser mejor persona y también hacerlos felices.*

*En tercer lugar, a mi familia porque siempre estuvieron conmigo compartiendo sus conocimientos y experiencias, y así culminar mi trabajo.*

*Por último, agradecer al asesor Ángel Morales que me brindó pautas y con paciencia fue corrigiendo mis errores y a la vez enseñándome a mejorarlas.*

## RESUMEN

Referente al objetivo general, se determinó que la calidad de la gestión administrativa evidencia la mejora en el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Cable Chincha 2022. Esto significa que la calidad de la gestión administrativa favorece en las expectativas, preferencias y percepciones, con el fin de lograr la satisfacción del cliente.

La metodología que se ha empleado para este estudio es de tipo aplicada y de nivel descriptivo, con diseño no experimental, tuvo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario con 10 ítems, que se realizó a una muestra de 15 usuarios de la empresa Cable Chincha. Los valores de media que se obtuvieron, referidos a las preguntas de la variable independiente evidencian que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que la calidad de la gestión administrativa posibilita la mejora del nivel de satisfacción del cliente. Además, los valores de media obtenidos según los datos de las preguntas de la variable dependiente, demuestra que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que el nivel de satisfacción del cliente tiene relación directa con la calidad de gestión administrativa.

Los resultados del UCL y LCL respecto a la media según las puntuaciones de las preguntas de la variable independiente, señalan que existe una mínima dispersión. Asimismo, los resultados del UCL y LCL respecto a la media según las puntuaciones de las preguntas de la variable dependiente, presentan una mínima dispersión. Esto evidencia que la mejora en el nivel de satisfacción del cliente se logrará mientras sea sostenible la calidad de la gestión administrativa

**Palabras Claves:** Satisfacción del cliente, calidad de atención, valor percibido, fidelización, gestión administrativa.

## ABSTRACT

Regarding the general objective, it was determined that the quality of administrative management evidences the improvement in the level of customer satisfaction in the company Cable Chincha 2022. This means that the quality of administrative management favors expectations, preferences and perceptions, with in order to achieve customer satisfaction.

The methodology that has been used for this study is of an applied type and descriptive level, with a non-experimental design, it had as a technique the survey and as an instrument a questionnaire with 10 items, which was carried out on a sample of 15 users of the company Cable Chincha. The mean values that were obtained, referring to the questions of the independent variable, show that the majority of those surveyed agree that the quality of administrative management makes it possible to improve the level of customer satisfaction. In addition, the average values obtained according to the data of the questions of the dependent variable, show that the majority of respondents agree that the level of customer satisfaction is directly related to the quality of administrative management.

The results of the UCL and LCL with respect to the mean according to the scores of the questions of the independent variable, show that there is a minimum dispersion. Likewise, the results of the UCL and LCL with respect to the mean according to the scores of the questions of the dependent variable, present a minimum dispersion. This shows that the improvement in the level of customer satisfaction will be achieved while the quality of administrative management is sustainable.

**Keywords:** Customer satisfaction, quality of care, perceived value, loyalty, administrative management.

## INDICE GENERAL

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>I</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>II</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>IV</b>
<b>INDICE DE CUADROS .....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>2</b>
<b>CAPITULO I: MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>4</b>
1.1. Marco Histórico .....	4
1.2. Bases Teóricas .....	7
1.3. Marco legal.....	14
1.4. Antecedentes del estudio .....	17
1.5. Marco conceptual.....	21
<b>CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>25</b>
2.1. Descripción de la realidad problemática .....	25
2.2. Formulación del problema general y específicos .....	27
2.2.1. Problema General .....	27
2.2.2. Problemas Específicos .....	27
2.3. Objetivo general y específicos .....	27
<b>CAPITULO III: JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA</b>	
<b>INVESTIGACION .....</b>	<b>28</b>
3.1. Justificación e importancia del estudio .....	28
<b>3.2. Delimitación del estudio. ....</b>	<b>30</b>
3.2.1. Delimitación Temporal .....	30
3.2.2. Delimitación espacial.....	30
3.2.3. Delimitación social .....	30
<b>CAPITULO IV: FORMULACION DEL DISEÑO .....</b>	<b>31</b>
4.1. Diseño esquemático .....	31
4.1.1. Misión .....	31
4.1.2. Visión .....	31
4.1.3. Objetivos estratégicos .....	31
4.1.4. Principios Institucionales.....	33

4.1.5. Valores Institucionales .....	33
4.1.6. Diagrama de flujo .....	36
4.1.7. Instrumento de Investigación: El Cuestionario.....	37
4.2. Descripción de los aspectos básicos del diseño.....	39
4.3. Formulación de la aplicación del diseño.....	40
<b>CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO .....</b>	<b>41</b>
5.1. Aplicación de la propuesta de solución .....	41
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>50</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>53</b>
ANEXO 1: CUESTIONARIO .....	54
ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	55
ANEXO 3: VALIDACION DEL INSTRUMENTO .....	56
ANEXO 4: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....	60

## INDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 5.1.1. Cuantificación de cada respuesta del cuestionario (VI)	39
Cuadro 5.1.2. Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VI)	39
Cuadro 5.1.3. Según la aplicación de la escala de Likert.	40
Cuadro 5.1.4. Límites de control superior e inferior.	42
Cuadro 5.1.5. Cuantificación de cada respuesta del cuestionario (VD)	44
Cuadro 5.1.6. Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VD)	44
Cuadro 5.1.7. Según la aplicación de la escala de Likert.	45
Cuadro 5.1.8. Límites de control superior e inferior	46

## INTRODUCCION

La calidad del servicio es la forma en como el desempeño del mismo busca satisfacer las necesidades del cliente y cumplir sus expectativas, esta percepción se aplica en cualquier entidad que presta servicio, tal es el caso de la empresa Cable Chincha. En ese sentido, el presente trabajo de suficiencia profesional tuvo como objetivo determinar si la calidad de la gestión administrativa mejora el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.

Para llevar a cabo esta investigación, en las bases teóricas he tomado en cuenta temas relacionados a la calidad de la gestión administrativa y la perspectiva del cliente, además se ha considerado dimensiones como: eficiencia, eficacia y estrategias. Considerando que nos encontramos en un mercado de mayor competitividad, es conveniente que la empresa desarrolle una mejora continua en la calidad del servicio. La metodología que se ha empleado corresponde al nivel de estudio descriptivo, con la aplicación del instrumento del cuestionario y la técnica de la encuesta a usuarios de la empresa Cable Chincha.

El presente trabajo de suficiencia profesional ha sido estructurado en cinco capítulos. El primer capítulo se enfoca en el marco teórico, considerando el marco histórico, bases teóricas, marco legal, antecedentes del estudio y marco conceptual. El segundo capítulo detalla el planteamiento del problema, ahondando en la descripción de la realidad problemática, formulación del problema general y específicos, además del objetivo general y específicos.

El tercer capítulo nos muestra la justificación e importancia del estudio y delimitación de la investigación. El cuarto capítulo considera la formulación del diseño, abordando con más detalle el diseño esquemático de la empresa Cable Chincha, la

descripción de los aspectos básicos del diseño y la metodología empleada en la investigación. El capítulo cinco nos muestra la aplicación de la propuesta de la solución.

Finalmente se plantean las conclusiones y las recomendaciones que están basadas en los resultados del estudio que benefician tanto a la empresa como al cliente. El trabajo se complementa con las referencias bibliográficas, además en el anexo se encuentra la validación y confiabilidad del instrumento.

# **CAPITULO I: MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACION**

## **1.1. Marco Histórico**

A pesar de que la administración es una disciplina relativamente nueva, la historia es muy antigua, pues nace con el hombre mismo, y con la necesidad de coordinar actividades, tomar decisiones y ejecutar. En Egipto, el tipo de administración tenía un objetivo fijo, existía un sistema administrativo con una economía planificada basada en la fuerza y la compulsión. Los egipcios ya contaban con un fondo de valores obtenido de los impuestos con el fin de duplicar las ganancias, este sistema administrativo ha sido clasificado como “burocrático”. Antes de la Revolución Industrial, los bienes y servicios eran provistos por pequeñas empresas. Los costos de producción fueron superiores a la producción en masa, como resultado los consumidores pagarían un alto precio al adquirirlos. Por mucho tiempo la frase “El cliente siempre tiene la razón” ha incidido más en los mercados minoristas. Desde la década de los noventa, una nueva tendencia se ha venido consolidando, al colocar a los clientes y sus necesidades como el centro de todas sus decisiones y estrategias de negocios. La producción en serie generó que los talleres de artesanos sean reemplazados por medios de producción en el que permita que las tareas de la organización sean eficientes, desde ese entonces este proceso mejoró los métodos, tiempo y recursos.

(Taylor, 1903), manifiesta que para optimizar el trabajo y alcanzar mayor eficiencia debe haber una planeación de procedimientos científicos que aumente la capacidad productiva sin dejar el criterio personal.

(Fayol, 1916), propuso un enfoque integral para la organización en el que sus componentes sean controlados y coordinados, así las funciones administrativas podrán delegar distintas responsabilidades.

La administración del imperio romano se caracterizó por la centralización el mismo que se fue debilitando en la edad media considerablemente, hubo una evolución de las ideas administrativas que recibió un gran impulso cuando surgió en Italia los fundamentos de la contabilidad y las transacciones comerciales. En Ginebra, Suiza 1946 se fijaron estándares para el servicio al cliente. La década de los setenta incluyó a los aparatos electrónicos en la filosofía del servicio al cliente, al usar el código de barras para estandarizar el proceso de producción, disponibilidad en mejora de la logística y los tiempos de respuestas a sus solicitudes.

Al inicio de la edad moderna en Prusia y Austria un movimiento administrativo alcanzó su esplendor en 1560 tratando de mejorar los sistemas administrativos usados en esa época. Cuando se inició la Revolución Industrial Inglesa, se formó una nueva generación de administradores, que desarrollaron sus propios conceptos y técnicas, surgiendo los principios administrativos básicos. A finales de los ochenta se comenzó a dar seguimiento y comunicación, pues las compañías se enfocaron en retribuir a sus clientes, mediante promociones, creando así sistemas para fidelizar al cliente para que perdure por mucho tiempo en la empresa. Algunas de las empresas empezaron hacer descuentos en línea o internet para poder incrementar las ventas y cada vez sea más robusto y masificado, dando oportunidades a las empresas estar comunicados entre sí.

En la edad contemporánea se asientan las bases en que la administración sea como una verdadera ciencia, en la que surgen teorías, principios y funciones administrativas, que cumplieron un papel importante en el pensamiento administrativo. La propia historia del pensamiento administrativo proporciona expectativas de las contribuciones, problemas y situaciones en la que se enfrentó en los últimos años. Hoy en día, las empresas disponen de canales directos de comunicación para interrelacionarse con los clientes de manera inmediata y asertiva, en un mundo muy globalizado donde los sitios

web, correos, blogs, son los aliados perfectos para que la empresa pueda llegar a todas las personas y en tiempo real, implementando competitividad y crecimiento.

La administración es un fenómeno universal en el mundo moderno, el que cada empresa requiere tomar decisiones, coordinar actividades, evaluar el desempeño y direccionar a las personas con objetivos determinados en la consecución y ubicación de varios recursos. Un cliente satisfecho volverá por el producto o servicio y contará la experiencia de formar parte de la familia de la empresa y esto ayudará a que tengan una imagen positiva, así se tendrá en cuenta los gustos y tendencias de nuestros clientes, al saber lo que el cliente piensa, opina o quiere, esto es fundamental para permanecer y asegurar su fidelización.

## 1.2. Bases Teóricas

### ➤ Calidad

Es un término importante para toda empresa cuyo objetivo es posicionarse y ser competitiva en el mercado. (Vertice, 2008) define la calidad como “el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes”. La calidad se centra en el cliente, se evalúa las necesidades y expectativas que esperan y desean recibir por parte de la empresa que se ha contratado, de esto depende el nivel de mejoramiento que tenga dentro del ámbito en el que se desarrolla.

### ➤ Calidad del servicio

(Cardozo, 2021) manifiesta que “la calidad del servicio no es solo un diferencial competitivo, sino un elemento de extrema importancia para las relaciones comerciales”. Este es un factor a tomar en cuenta para establecer el conjunto de acciones o métodos a emplear para mejorar la calidad de atención que se le brinda al cliente, siendo así la clave que garantice las buenas relaciones de los colaboradores en la empresa, pieza fundamental que contribuye a lograr la satisfacción del cliente, obteniendo la fidelidad del consumidor.

### ➤ Gestión administrativa y el servicio de cable

(Terry, 2012), manifiesta a la administración como un proceso distintivo de planear, organizar, ejecutar y controlar, en la que se diseña y mantiene un entorno enfocado al logro de sus objetivos que están relacionados con la gestión administrativa. Aunado a la eficiente gestión en la que se presta el servicio de cable contribuirá a lograr éxitos y satisfacción en los usuarios que se benefician en esta prestación.

(Koontz, 2012), menciona que planear es seleccionar objetivos, a través de la toma de decisiones y generación de estrategias, para satisfacer necesidades establecidas o implícitas, tomando en cuenta planeamientos y percepción de los usuarios en el desempeño del servicio, acompañado de ajustes que se acoplen a lo que se desarrolla en el momento, así se cumplirá las expectativas. Del mismo modo (Farroñay, 2016), manifiesta que la gestión administrativa optimiza los procesos con la única finalidad de aumentar la eficiencia y calidad en los servicios, así podrá conformar las bases que serán ejecutados por el equipo de trabajo para cumplir los objetivos empresariales.

(Berry, 2012), afirmó que la confiabilidad también forma parte de la calidad de servicio pues es un factor determinante en la evaluación, para ello menciona 4 dimensiones generales: “los recursos tangibles, diligencia, garantía y empatía”. Al aplicar este modelo, se podrá medir lo que el cliente espera de la empresa que presta el servicio, pues esto contrasta la estimación de lo que se percibe, determinando las acciones o actividades que mejoren la calidad.

(Groonros, 2012), manifiesta que la distancia de las evaluaciones de calidad y experiencias no están muy bien determinadas, se deben reflejar en los propósitos de las necesidades futuras de los usuarios con características medibles, mediante su aplicación se recoge un diagnóstico que nos indica las causas fundamentales que provocan los problemas encontrados y provee estrategias que contribuyen a que se mengüen estas dificultades.

➤ Satisfacción al cliente y posicionamiento en el mercado

La satisfacción al cliente incluye disciplinas y enfoques, en la que se toman en cuenta los deseos, necesidades y expectativas del cliente, cuando ellos adquieren servicios o productos lo que en primer lugar consideran es el precio y la

calidad de lo que se ofrece, para lograr el posicionamiento en el mercado es importante que en la empresa de servicios de cable busquen diferenciarse de las demás, en la forma de ofrecer el nombre, la imagen y la figura del producto, porque la competencia se va incrementando cada vez más para el consumidor potencial, además del estado de ánimo del personal desempeño del servicio.

Asimismo, (Moliner, 2011), indica que la satisfacción se relaciona con el sentimiento de estar “saciado”, es decir que implica la superación de los efectos deseados por el cliente, y es muy importante que se presente en los negocios para definir el ángulo competitivo y convertir esos riesgos en oportunidades.

Por consiguiente, (Giese, 2016), menciona que la satisfacción va más allá de una grado conceptual u operativo, pues se tienen que desarrollar medidas para interpretar los resultados que se alcanzan en la satisfacción del cliente al brindarles un servicio y se pueda lograr que los usuarios puedan sentirse en una empresa cómoda en el que se concrete al lado de su competencia.

(Gupta, 2017) manifestó que la satisfacción es como una experiencia donde se pone en primer lugar las expectativas de los clientes con los resultados que se han alcanzado, por esa razón las empresas que ofrece servicios de cable deben dar énfasis a las posibles respuestas que se obtiene en el desenvolvimiento de la calidad del servicio.

(Demany, 2016) manifiesta que hoy en día la satisfacción ya no se ve de manera estática sino todo lo contrario, dado que se van identificando las instalaciones comprendiendo la situación de la empresa. La confianza no es tan sencilla de lograr. Por otro lado (Kocher, 2016) lo define como aquella voluntad de transferir recomendaciones o sugerencias positivas a las personas para que ellas respondan de manera similar o mejor y no exista controversia del desarrollo que

se le esté dando a la empresa, se debe de tener en cuenta que la confianza es una actividad mercadológica y social, pues toda empresa se debe imaginar a futuro el grado de comportamiento de la organización.

(Barroso, 2011), mencionó que la lealtad del cliente hacia un producto, una marca o empresa se encuentre entre los factores más relevantes, es importante que los objetivos, capacidades y sentimientos resalten la relación que existe entre la satisfacción y la lealtad, ambos reflejan los elementos esenciales para poder manejar con exactitud pequeños detalles que surgen. Además, esto ayudará que las empresas tengan un incremento de ingresos, sentimientos y afectos positivos hacia el producto, proveedor o servicio. (Santos, 2010) manifiesta que la lealtad del cliente es medir, y crear.

➤ Eficiencia de la gestión administrativa y crecimiento empresarial

(Chiavenato, 2007), manifiesta que la eficiencia es utilizar de manera adecuada los recursos con los que se dispone en la organización, para lograr las metas es necesario que se lleve un buen manejo de la gestión administrativa. Por tal razón (Terry, 2011), explica que la administración es el proceso de diseñar un entorno que trabajen juntos cumpliendo eficientemente los objetivos específicos de la organización, sin embargo estas acciones se desarrollan a través de las fases del proceso administrativo, relacionado con el crecimiento empresarial dado que exigen que los cambios organizacionales soporten las modificaciones realizadas, para lo cual la empresa de servicios de cable debe mantener sus estrategias para obtener una competitividad perdurable.

(Robbins, 2016), manifiesta que la eficiencia es obtener mayores resultados con la mínima inversión, dando énfasis al conocimiento y aplicación eficaz del proceso de comunicación, para lograr un mayor desempeño en lo

financiero, técnico y tecnológico manteniendo el buen funcionamiento considerando cambios positivos para las empresas.

El crecimiento empresarial depende de factores internos y externos. Así lo define (Verona, 2014), donde especifica la estructura, la motivación, la gestión del conocimiento, permitiendo que crezcan en el entorno sectorial. La empresa de cable está muy aunada a esta situación debido a que buscan brindar un mejor servicio logrando un posicionamiento como imagen de la empresa en todos los ámbitos.

➤ Estrategias administrativas y rentabilidad económica

(Valiñas, 2012), manifiesta que la aplicación de las estrategias son los medios por la que se alcancen los objetivos, además el contar con tácticas que permitan ir mejorando la rentabilidad de la empresa es cada vez mejor y relevante para la empresa de cable. Por su parte (Sanchez, 2015), manifestó que la rentabilidad es la relación existente entre la utilidad, inversión y estrategias que se manejan para demostrar una administración competente en la acción económica de los materiales, humanos y financieros. Esto genera la comparación de las demás organizaciones que ofrecen el servicio de cable a un precio cómodo o con más canales. Cuando se toman decisiones que puede ayudar en diversos aspectos a las empresas, los gerentes pueden adaptarlas a las necesidades y propósitos, aunque toda empresa sea el sector al que se dirige busca generar rentabilidad y estas a su vez ganar la confianza al mercado en el que se dirige.

(Duque, 2008) manifiesta que las estrategias administrativas deben ser muy descriptivas y dar prioridad a los objetivos que determinan los costos, la imagen de la empresa, la forma en cómo llega al servicio de cable a los usuarios. En el transcurso del tiempo la rentabilidad ha ido cambiando en el tiempo con

diversos factores para lograr el éxito, pues no solo significa lograr una capacidad máxima en utilidades sino lograr la fidelidad de los clientes.

➤ Pertinencia de los recursos y conocimiento administrativo

(Navas, 2017), manifestó que los activos de los que dispone la empresa es necesario para ejecutar la estrategia, teniendo el conocimiento necesario se puede explicar el esfuerzo de la organización de dicho conocimiento desde la relación interna o externa de la organización. Además, esto supone una satisfacción tanto de los clientes como el de los trabajadores, pues ellos se sienten a gusto cuando todo funciona con total normalidad, por ejemplo, en la empresa de cable surgen dificultades en el sistema en la cual eso perjudica en la atención rápida de los usuarios, sino se maneja o no se tiene conocimiento adecuado de aquella información y de cómo darle solución se estaría dando una mala imagen a la empresa, pues no estaría cumpliendo con sus objetivos.

(Espinoza, 2019), manifestó que cuando se trata de recursos este engloba todo aquello que les permita a las organizaciones llevar a cabo sus objetivos, desde lo más mínimo que puede tener la empresa. De esta manera distingue 3 recursos empresariales fundamentales para la empresa: recursos humanos, materiales y financieros, teniendo conocimiento de esto pues en la empresa cable podrá desarrollarse los valores empresariales, como el clima laboral y la reputación de la compañía.

➤ Evaluación de la gestión administrativa y cumplimiento de los objetivos

(Roa, 2016), manifiesta que la evaluación de la gestión administrativa es la estructura administrativa que cumple con optimizar las deficiencias que se pueden encontrar, optimizando la productividad hasta lograr la calidad total y su control. En cuanto mejor se utilicen los recursos disponibles es más viable que la empresa

pueda lograr sus objetivos dentro de normas y políticas de la verdadera administración.

(Castro, 2007), manifestó que al examinar la gestión efectiva permite hacer más eficiente las fases que se desarrollan para detectar oportunidades en el entorno, esto contribuye de manera positiva a que desarrolle un desempeño de la organización asumiendo un reto personal, en la cual la empresa de cable a pesar de sus competencias directas haga cambios necesarios para que se pueda posicionar y tenga una estabilidad.

(Rojas, 2010), manifiesta que los objetivos poseen una gran importancia para la investigación expresando relación directa con las actividades, que debe estar encaminada a la solución de los problemas para darle más precisión.

### **1.3. Marco legal**

Según la constitución política del Perú Título III “Del régimen económico”, Capítulo I “Principios generales”, señala lo siguiente:

#### Artículo 59.- Rol Económico del Estado

“El estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria”. (pág. 20). La empresa de tv cable tiene como objetivo regularizar el servicio de radio fusión que se ajuste a un marco de respeto cuyo beneficio sea para el grupo familiar y para la empresa que presta el servicio.

#### Artículo 61.- Libre de competencia

“El estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios”. (pág. 20). La empresa de tv cable busca la participación efectiva de los servicios que brinda, debido a que cada vez la competencia en el mercado es más fuerte y cada agente económico actúa independientemente.

#### Artículo 62.- Libertad de contratar

“La libertad de contratar garantiza que las partes puedan pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato. Los términos contractuales no pueden ser modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase”. Toda persona tiene derecho a la libertad de elección, y es aquí en donde la empresa inicia el contrato con el cliente buscando satisfacer sus expectativas en la calidad del servicio que se brinda.

#### Artículo 65.- Protección al consumidor

“El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado”. La empresa de tv cable establece políticas y normas que benefician al usuario al brindar los servicios contratados.

## Decretos

Conforme al Texto Único Ordenado de la Ley de Telecomunicaciones aprobado por Decreto Supremo N° 013-93-TTC, su Reglamento General aprobado por Decreto Supremo N° 06-94-TTC y sus modificatorias, y el Decreto Supremo N° 007-97-MTC, “corresponde a este Ministerio las atribuciones y facultades de administrar, asignar y controlar, entre otros, el servicio público de distribución de radiofusión por cable, así como las atribuciones referidas al otorgamiento de las concesiones de éste, las que se perfeccionan mediante contrato escrito aprobado por resolución del Titular del Sector”.

## Concesiones

La unidad especializada en Concesiones de Telecomunicaciones, mediante informes N°s. 145-2000-MTC/15.03 UECT, verifica el cumplimiento de los requisitos que establece la legislación para el otorgamiento de concesión del servicio público de distribución de radiodifusión por cable.

Según la resolución de consejo directivo N° 064 se aprobó las “normas para la prestación del servicio de televisión de paga”

Establecen condiciones adecuadas para el acceso y la utilización del servicio, a fin de que las empresas operadores de tv cable puedan cumplir su obligación de entregar al cliente todo el equipamiento necesario para la prestación efectiva y eficaz del servicio que se contrata. Así mismo de las condiciones tarifarias que permita al usuario evaluar y compararse de manera fácil las diferentes ofertas o promociones comerciales, a fin de que se garantice la libre elección, cuyo objetivo será promover a una dinámica competitiva.

Conforme a la facultad del artículo 27 del Reglamento General de OSIPTEL, mediante la Disposición Complementaria Transitoria Única de la Resolución N°159-2017-CD/OSIPTEL, se estableció un límite de 6 meses para que se ejecute los acuerdos de pago por concepto de instalación.

*“Artículo 16-A.- Condiciones para la celebración de contratos adicionales*

*(...) Los acuerdos que celebren las empresas operadoras para el financiamiento del pago por la instalación o acceso de servicios públicos de telecomunicaciones, así como los contratos adicionales que celebren para la adquisición o financiamiento de equipos terminales, no pueden implicar plazos de permanencia o pago de cuotas por periodos superiores a seis (6) meses, salvo las reglas específicas previstas en el presente artículo para los servicios públicos”.*

Los comentarios que se presenten por las empresas operadoras, usuarios u otros interesados, son analizados por OSIPTEL, conforme al marco legal.

➤ Decreto Supremo N° 042-2011-PCM, mediante el cual se estableció la obligación de las Entidades del Sector Público y Privado de contar con un Libro de Reclamaciones (publicado el 08 de mayo de 2011).

## **1.4. Antecedentes del estudio**

### 1.4.1. Antecedentes Internacionales

Valle, (2015) en su tesis titulada “Implementación de un plan de mejoras en el departamento de atención al cliente del grupo tv cable con la finalidad de incrementar el número de suscriptores en la ciudad de Guayaquil”, realizada por la Universidad de Guayaquil – Ecuador, señala como problema general la implementación de un plan de mejoras en el Departamento de Atención al cliente del Grupo TV cable en el incremento de suscriptores. Tuvo por objetivo disminuir los riesgos al ofrecer mejores productos y contar con los mejores servicios que permitieron a las compañías orientarse a estándares de calidad para lograr el éxito. Se concluyó que al implementar un diseño de mejoras en atención al cliente del Grupo TV Cable, aumentaría el número de usuarios desarrollando una serie de estrategias. Asimismo, recomienda la publicación del grado del cumplimiento de los requisitos del cliente a vista de todos.

Falcón, (2013) en su tesis titulada “Plan de gestión administrativo, contable y financiero para la empresa cinecable televisión, de la ciudad de Ibarra”, realizada por la Universidad Técnica del Norte – Ecuador, señala como problema general el plan de gestión y su impacto en los recursos disponibles. Tuvo por objetivo implementar un plan de gestión que contenga herramientas dinámicas y sencillas que sean fáciles de entender que ayudará a desarrollar de manera eficaz todos los recursos disponibles para lograr los objetivos de la empresa. Se concluyó que este plan de gestión alcanzará la eficacia al lograr sus resultados y el impacto que generará al establecerlo. Se recomienda que al usar herramientas dinámicas

impulsaran a la empresa la adopción la gestión emprendedora, que benefician a los suscriptores y los encargados del negocio.

Capaje, (2011) en su tesis titulada “estudio de factibilidad de tv por cable en los sectores suburbanos en la ciudad de Guayaquil”, realizada por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Ecuador, señala como problema general como la calidad se relaciona con el servicio de televisión por cable. Tuvo por objetivo realizar una investigación en el sector específico en la que permitirá determinar una estructura organizacional para adoptar estas coberturas con la fibra óptica y cable coaxial implementándolas en zonas estratégicas. Se concluyó que la implementación de esta nueva red de telecomunicaciones permitirá que el servicio de cable que ofrecerán contará con sistemas de tecnologías inalámbricas. Asimismo, se recomienda una reestructuración de la atención a los clientes, en el que se respete y cumpla el servicio que se ha contratado.

#### 1.4.2. Antecedentes Nacionales

Vega, (2018) en su tesis titulada “Imagen corporativa y su influencia en la fidelización de los clientes de la Empresa TV Cable Evelyn S.A.C. Nueva Cajamarca 2017”, realizada por la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, señala como problema general calidad de la imagen corporativa y su impacto en la fidelización de los clientes. Tuvo por objetivo ofrecer planes que han permitido navegar y descargar información a través de sus páginas favoritas, debido a que la comunicación y el entretenimiento han ido evolucionando con el paso del tiempo. Se concluyó que, si se logra conjugar la calidad, el costo y la identidad como imagen positiva de la empresa se comenzarán a lograr la fidelidad de los clientes.

Asimismo, se recomienda, que para mejorar la calidad corporativa debe presentar una mayor cobertura de canales nítidos, además implementar soluciones técnicas inmediatas.

Medina, (2017) en su tesis titulada “Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de atención al cliente para una empresa del sector servicios”, realizada por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, señala como problema general la implementación de un sistema CRM para mejorar la gestión de atención al cliente. Tuvo por objetivo desarrollar una mejor atención al cliente, implementando el sistema CRM, lo cual considera a los programadores, usuarios y especialistas en marketing. Se concluyó que esta nueva implementación mejorará a las empresas del sector servicios, dando un seguimiento a los clientes y a los procesos administrativos. Asimismo, se recomienda que el sistema CRM permita registrar la mayor cantidad de actividades que tengan relación directa con los clientes, dado que esto permitirá crear estrategias que ayudaran a tomar mejores decisiones para la satisfacción del cliente.

Calderón, (2017) en su tesis titulada “Plan de gestión para mejorar la atención de los servicios de telefonía, internet, televisión y móviles; en zonas periféricas y rurales de telefónica del Perú, región nor-oriental”, realizada por la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo, señala como problema general el plan de gestión para mejorar los servicios en zonas periféricas y rurales. Tuvo por objetivo atender la inmediata atención de servicios que brinde satisfacción con lo que se ofrece y observando a la competencia. Se concluyó que el nuevo diseño de gestión de telefonía, cable e internet brinde la mejor experiencia en el servicio contratado. Se

recomienda que en el plan de gestión se debe incluir al personal, para que el servicio prestado sea más eficiente y de calidad, lo que permitirá tener la fidelidad y satisfacción del cliente.

## 1.5. Marco conceptual

### Definición de términos básicos

#### ❖ Gestión administrativa

- Consiste en acciones y formas que utilizan los recursos humanos, financieros y tecnológicos con el objetivo de alcanzar las metas propuestas de la empresa, para llevarlo a cabo tiene que tener en cuenta las herramientas de orden, disciplina, unidad de mando e iniciativa.

- Es primordial para todas las organizaciones porque teniendo las bases correspondientes se ejecutan las tareas conformando una red orientada hacia los objetivos empresariales para diferenciarse del mercado que cuente con innovación, aprendizaje y flexibilidad.

- Es pieza clave para su éxito, dado que contribuye al crecimiento y a la aplicación de los procesos considerando la planificación, organización, dirección y control.

#### ❖ Eficiencia en la gestión administrativa

Es la utilización pertinente de los recursos humanos, económicos materiales entre otros que tiene a su disposición en la empresa de cable. Es decir, cuando desea lograr sus fines de servicios utiliza el mínimo de recursos con la que cuenta. Además, es necesario reducir la inversión que acostumbra a gastar la empresa durante su proceso de gestión administrativo.

#### ❖ Eficacia en la gestión administrativa

Es la capacidad de lograr los objetivos propuestos mediante estrategias convenientes buscando la efectividad sin que se priven los recursos o medios a utilizar, aprovechando las capacidades y habilidades de

los trabajadores de la empresa de cable optimizando el desarrollo de la gestión administrativa.

❖ Estrategias en la gestión administrativa

Las estrategias son las declaraciones de la forma en cómo los objetivos de la empresa de cable se podrán alcanzar, mediante un conjunto de actividades y políticas para conquistar el mercado donde se encuentran, cuando es bien formulada se podrá evaluar las deficiencias internas y darle una solución inmediata pero inteligente basándonos en el desarrollo del proceso de gestión administrativa.

❖ Pertinencia de los recursos

Es el conjunto de elementos, capacidades, herramientas que se utilizan casi siempre permitiendo producir bienes y servicios, en el que las organizaciones que prestan servicio como Cable Chincha puedan realizar sus tareas y lograr sus objetivos en relación a la demanda de modo que garanticen el adecuado manejo de las prácticas administrativas.

❖ Evaluación en la gestión administrativa.

Es un sistema de apreciación del potencial de desarrollo, en el que se desempeñan técnicas o procedimientos de forma sistemática, considerando el rendimiento de los empleados de la empresa de cable, pues la ejecución de estos resultados se obtendrá a través de los cambios determinando los índices de eficiencia y eficacia, teniendo en cuenta el correcto análisis del entorno que limita las actividades administrativas.

#### ❖ Nivel de satisfacción del cliente

- Es clave para las decisiones muy importantes en el que el cliente es el centro de la organización enfocándose en brindar un mejor servicio y ofrecer de manera adecuada estrategias para el logro de sus expectativas.

- Es la evaluación del grado de lealtad hacia la empresa, pues hoy en día no todas las empresas lo logran exitosamente. Para ello se tienen que definir algunos elementos que le permitirán alcanzar sus objetivos.

- Es clave en el desempeño de los negocios y a menudo se enfrenta a un mercado competitivo en el que los clientes están en juego. Por esta razón, aunque la empresa alcance un gran número de clientes no se debe dejar de lado porque este descuido afectaría su rentabilidad.

#### ❖ Calidad del servicio

Es la relación de mutua satisfacción en la que se cumplen expectativas entre el cliente y la organización, en base a esto ellos evalúan lo que percibe y la forma en cómo lo percibe, la combinación de ambas genera en su mente una imagen que tendrá efecto en los juicios posteriores. Es imprescindible que en la empresa de cable se consigan los mejores resultados marcando directrices como la eficiencia y eficacia que la organización presenta a sus clientes.

#### ❖ Calidad de atención

Es la capacidad de satisfacer a los clientes mediante la solución de sus requerimientos en cuanto al servicio que se le ofrece, este es un instrumento muy competitivo en la que a través de la excelencia y superioridad en el que la empresa de cable podrá aplicar las estrategias para ganarse su lealtad y

diferenciarse de los demás. El comprender y atenderlos de manera rápida aumentará el número de clientes en la empresa.

❖ Precios accesibles.

Es el dinero que es entregado a cambio de la adquisición de un bien o servicio ajustándose a la calidad de servicio que se ofrece, pues esto es clave de que la empresa de cable tenga más utilidades, considerando el tiempo que demora el adquirir el servicio.

## **CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1. Descripción de la realidad problemática**

Actualmente, muchas empresas se dedican al servicio de cable en un mercado cada vez más competitivo, donde los clientes se tornan más exigentes por recibir un servicio de calidad y a un precio accesible. Por esta razón, es muy importante que desarrollen una adecuada gestión administrativa que le permita obtener de sus clientes su fidelidad. Sin embargo, en su mayoría estas empresas no brindan un servicio de calidad debido a las deficiencias administrativas de los responsables del área, afectando muchas veces en su rentabilidad económica.

En nuestro país esta situación es muy preocupante porque hay un sinnúmero de clientes que reclaman por la mala transmisión de señal de cable. Es más, se rehúsan a pagar porque consideran que el servicio no satisface sus expectativas. Esta situación se puede observar en muchas ciudades del país, cuando un cliente se presenta a las oficinas principales, no reciben la atención que merecen o demoran en solucionar el problema. Además, un buen porcentaje de los usuarios no realizan sus reclamos o quejas porque consideran que es una pérdida de tiempo y solo esperan tener otra opción para poder cambiar de Empresa.

En la Provincia de Chincha esta situación es concurrente porque en la empresa Cable Chincha muchas veces cuando se realiza un contrato de servicio con el cliente surgen problemas en la instalación, dado que el problema se presenta en el transcurso de los días, debido a que los splitters o cajas de distribución comienzan a fallar y distorsionan la imagen. La mayor parte de reclamos se dan por dos motivos, el primero es de los canales internacionales que repiten constantemente su programación y no lo cambian hasta la siguiente semana, si bien es cierto, estos son contratados por la empresa, pero no son manipulados. Segundo, la transmisión de canales locales

como son: Chincha Tv, Melódicos Tv, entre otros, manejan internamente sus equipos; no obstante, estos son muy antiguos y no han sido renovados por años, obteniendo como resultado que su transmisión sea distorsionada.

Asimismo, se han presentado confusión en la cobranza de boletas, debido a que cuando los usuarios cancelan por medio de agentes o bancos, los pagos se procesan en 24 horas, haciendo muchas veces efectivo el corte del servicio, aunque el pago ya se haya realizado. Otro problema que se despliega es el de los técnicos, pues constantemente se confunden al cortar el servicio de un usuario, debido a que no se les coloca las referencias correspondientes. Todos estos aspectos deficientes repercuten en la insatisfacción del cliente.

De continuar esta situación generará pérdidas económicas progresivamente y su posicionamiento en el mercado se verá mellado por los constantes problemas que se presentan y si no se toman acciones inmediatas para mejorar los servicios prestados, los clientes optarán por censurarlo y abandonar la prestación de este servicio.

Considerando que la calidad de la gestión administrativa en la empresa Cable Chincha tiene que lograr sus metas y objetivos, debe mejorar la eficiencia y eficacia en la prestación de los servicios a través de estrategias, y la pertinencia de los recursos, realizando una constante evaluación. Esto permitirá alcanzar el mayor nivel de satisfacción del cliente.

## **2.2. Formulación del problema general y específicos**

### **2.2.1. Problema General**

- ¿En qué medida la calidad de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022?

### **2.2.2. Problemas Específicos**

- ¿En qué medida la eficiencia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022?

- ¿En qué medida la eficacia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022?

- ¿En qué medida las estrategias de la gestión administrativa influyen en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022?

## **2.3. Objetivo general y específico**

### **2.3.1. Objetivo General**

- Determinar si la calidad de la gestión administrativa mejora el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022.

### **2.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar si la eficiencia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022.

- Determinar si la eficacia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022.

- Establecer si las estrategias de la gestión administrativa influyen en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chíncha, 2022.

## **CAPITULO III: JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA INVESTIGACION**

### **3.1. Justificación e importancia del estudio**

#### **Justificación Teórica**

La presente investigación ha considerado una problemática latente que suscita en las empresas privadas del sector servicios de cable, tal es el caso de la empresa Cable Chincha donde se puede observar un incremento en la insatisfacción del cliente debido a la inadecuada calidad de la gestión administrativa, trayendo como consecuencia reclamos, quejas y denuncias de un deficiente servicio al usuario.

El estudio tiene por finalidad determinar si la calidad de la gestión administrativa mejora el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha 2022 y para ello, se considerará la eficiencia, eficacia y estrategias en la gestión administrativa de la empresa.

La investigación busca promover el mejoramiento de la calidad del servicio y atención, y menguar las fallas técnicas garantizando un buen servicio al usuario. El propósito es cumplir con las expectativas y exigencias de los clientes tomando en cuenta la forma en que el desempeño del servicio de cable llegue a ellos, y de esa manera ganar su fidelidad y posicionamiento en el mercado.

#### **Justificación Metodológica**

Para que se logre cumplir cada objetivo planteado en este estudio, se utilizará el cuestionario como herramienta de investigación. A través del cuestionario se busca conocer la mejora de calidad de la gestión administrativa, tomando en cuenta los objetivos específicos como son eficiencia, eficacia y estrategias para designar el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Cable Chincha.

### **Justificación Práctica**

Desde el punto de vista práctico y considerando los objetivos de la investigación, el resultado permite encontrar soluciones realistas a los problemas específicos de este estudio, es decir, eficiencia, eficacia y estrategias que incide en el nivel de satisfacción del cliente.

Por ende, el resultado que se obtenga sería la solución al problema de la empresa, en el que permite mejorar la situación actual tomando mejores decisiones para lograr cumplir las expectativas del cliente. Asimismo, la investigación va a dar otros resultados prácticos que sean distintos a los que se señalan, pero de igual manera ayudará a respaldar el estudio.

### **Importancia Aplicada**

En la actualidad muchas empresas se enfocan en la prestación de servicios, donde la calidad de la gestión administrativa juega un papel muy importante, dado que toda entidad al margen de encontrarse en un mercado de mayor competitividad, busca ganar clientes, sin embargo, muchas veces no logran sus objetivos, porque la forma o método que utiliza de llegar al cliente no es el adecuado.

La importancia de este estudio, es lograr solucionar los problemas planteados en cuanto a la mejora continua de la calidad del servicio, cada vez los usuarios exigen recibir atención inmediata a los problemas que surgen durante el período de contratación, por ende, lo que busca la empresa Cable Chincha es poder fidelizar a sus clientes.

### **Importancia Social**

Desde el punto de vista social, esta investigación será de bastante utilidad para alcanzar la total satisfacción del cliente, debido a que el beneficio será directamente con los usuarios. La empresa Cable Chincha se enfoca en mejorar

continuamente la calidad del servicio basándose en los objetivos planteados, esto permitirá que se logren resultados óptimos y la fidelización de los clientes.

### **3.2. Delimitación del estudio.**

La delimitación de la investigación se basa en términos concretos, especificando las conclusiones que estén a su alcance. Es primordial delimitar el estudio porque el propósito es evitar temas amplios y confusos, de esa manera se puede dar viabilidad al desarrollo.

#### 3.2.1. Delimitación Temporal

La investigación se desarrollará en el año 2022.

#### 3.2.2. Delimitación espacial

La siguiente investigación presentada se llevará a cabo en la empresa Cable Chincha ubicada en Calle Ica N°129, del Distrito de Chincha Alta, Provincia de Chincha.

#### 3.2.3. Delimitación social

El proceso se desarrollará con una muestra de 15 abonados de la empresa Cable Chincha.

## **CAPITULO IV: FORMULACION DEL DISEÑO**

### **4.1. Diseño esquemático**

#### **4.1.1. Misión**

Brindar a nuestros abonados una excelente calidad de servicio de televisión por cable, contando con la mejor programación a través de alta tecnología y personal calificado que se comprometa con la óptima atención de nuestros clientes.

#### **4.1.2. Visión**

Posicionar en el mercado a la empresa Cable Chincha como líder en la prestación del servicio de televisión por cable y ser reconocida principalmente por calidad del servicio, competitividad en retransmisión de mejores señales y precios accesibles.

#### **4.1.3. Objetivos estratégicos**

##### Capacitación del personal

- Capacitar al personal administrativo en diversos temas de actualización con relación a sus actividades laborales, ya sean cursos dictados por entidades privadas o instituciones públicas.

- Capacitar al personal técnico, respecto a su seguridad física y emocional en el área de campo, además de una actualización más competitiva a fin de que mejore su desempeño.

- Capacitar al vendedor en técnicas de mejoramiento y conocimiento para el desarrollo de su habilidad de captación de clientes, la cual determine el éxito de las ventas.

### Mantenimiento y extensión de las redes

- Realizar cronogramas o listado de actividades para la revisión continua de las líneas de cable y equipos ubicados en diferentes puntos de la Ciudad.

- Elaborar estudios de mercado para definir qué tan viable es extender la red en cierto punto de la Ciudad.

### Inversión en tecnología

- Compra de nodos, equipos, fibras, cables con tensor y materiales de referencias para cada usuario, que permite diferenciarlos de las otras líneas de cable.

- Renegociación de contratos con proveedores ya existentes y negociación con nuevos proveedores para una amplia parrilla de canales.

### Cobranza

- Se han realizado convenios con entidades financieras, para que sirvan de puntos de recaudación en distintos sectores.

- Elaboración de volantes publicitarios donde se dé a conocer las alternativas de pago.

- Información básica de la forma de pago en los puntos de recaudación o pagos por APP.

- Se ha facilitado en muchas zonas el cobro a domicilio debido a la distancia de dichos sectores con la oficina principal.

#### **4.1.4. Principios Institucionales**

- Democracia

La toma de decisiones dentro de la organización puede generar constantes debates, dado que se permite la participación de todos los colaboradores que brindan diferentes opiniones, planes o procesos.

- Corresponsabilidad

Se trata de la responsabilidad compartida por todos los colaboradores de la empresa Cable Chincha, cuyo objetivo es brindar un servicio óptimo, llegando a cumplir las necesidades del cliente, a través del desarrollo de habilidades o actitudes para trabajar en equipo.

- Calidad

Se enfoca en las acciones o estrategias que busca la mejora continua del servicio prestado para lograr la satisfacción del cliente.

- Desarrollo Humano

Todas las áreas de la empresa son importantes para la realización de cada colaborador, pues permite el desarrollo de sus criterios, habilidades o actitudes para un mayor desempeño en el trabajo.

- Participación

Todo colaborador de manera responsable interviene de forma activa en la toma de decisiones y acciones realizadas por la empresa para el mejoramiento del servicio que presta la empresa Cable Chincha.

#### **4.1.5. Valores Institucionales**

Cable Chincha brindara el mejor servicio de tv cable a todos sus clientes, a través de la constante capacitación de sus colaboradores.

Además, se compromete inculcar valores que permitirán el desarrollo social y económico de la empresa.

- Honestidad

Es actuar con sinceridad, transparencia y rectitud en todo lo que se piensa, se hace y lo que se dice. El colaborador que demuestre esta conducta refleja sus verdaderos principios.

- Responsabilidad

Es la manera en que se asume y cumple los trabajos, pues cada uno es consciente que cada deber u obligación que se realiza o deja de hacer, traerá consecuencias positivas o negativas para la empresa.

- Respeto

Es la aceptación y comprensión de las cualidades o habilidades de cada persona, esto permite crear un buen ambiente laboral, evitando malentendidos u ofensas entre los trabajadores.

- Ética

Comprenden los valores y normas que surgen en la empresa, esto genera una mayor confianza entre los clientes y los colaboradores. Además, mejora el clima laboral, tratándose con equidad y respeto en todas las actividades que se deban realizar.

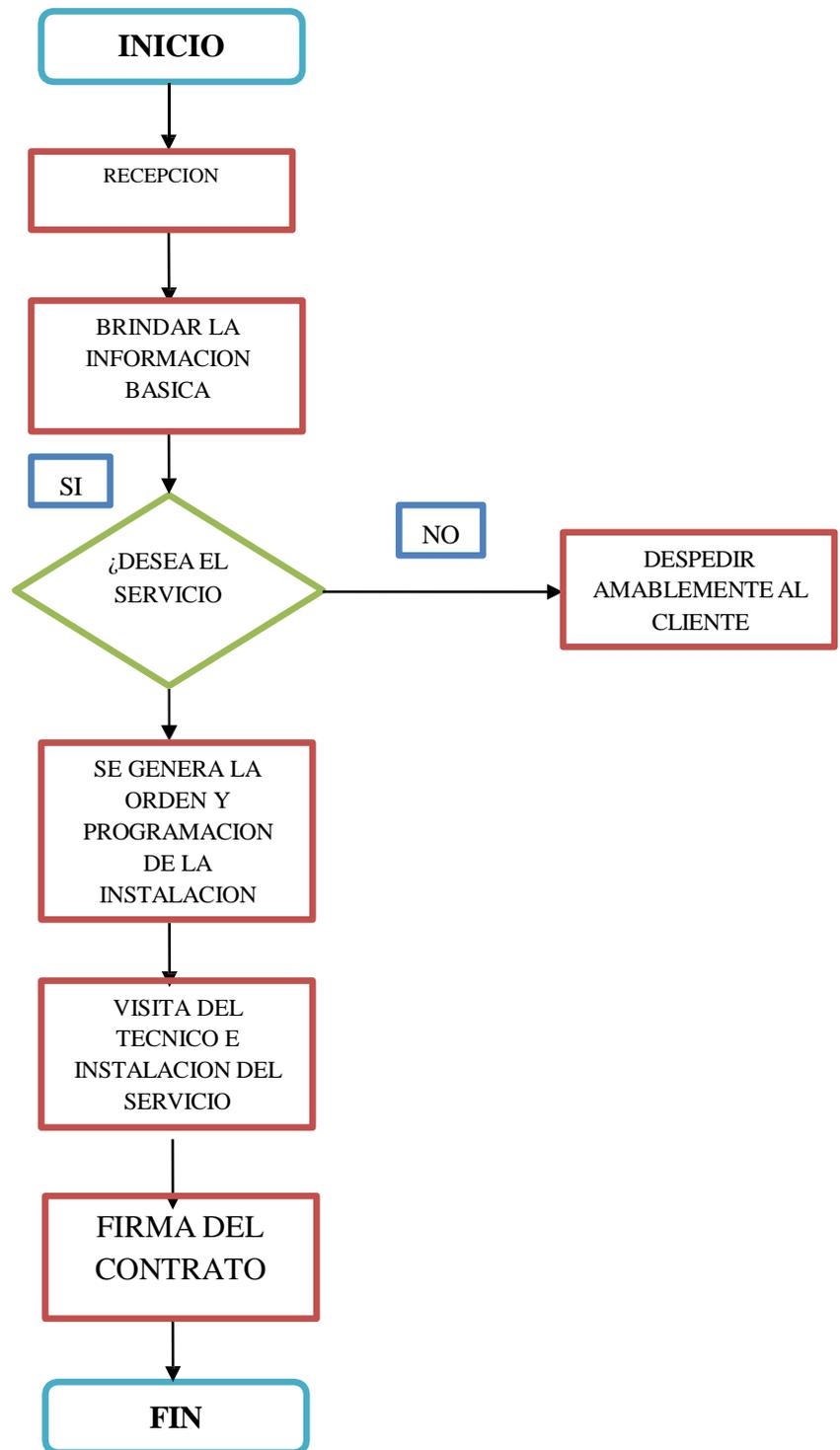
- Lealtad

Cada colaborador se identifica con los objetivos de la empresa, por ello su compromiso aún en circunstancias adversas, es cumplir con su trabajo y lograr el éxito, permitiendo satisfacer las expectativas del cliente.

- Compromiso

Es el esfuerzo mayor de cada colaborador, en el que desarrolla un vínculo emocional e intelectual con la empresa, sintiéndose motivado a perseguir el bien común, participando activamente en la toma de decisiones.

#### 4.1.6. Diagrama de flujo



#### **4.1.7. Instrumento de Investigación: El Cuestionario**

- **Propósito del cuestionario**

El cuestionario tiene por objetivo profundizar el estudio a través de preguntas y respuestas que nos permitan recopilar información relevante de manera práctica y detallada. Además, nos permitirá obtener resultados rápidos por lo que se plantearán preguntas específicas y contundentes que permitirán al encuestado tomarse su tiempo y de manera libre responder con sinceridad a cada interrogante.

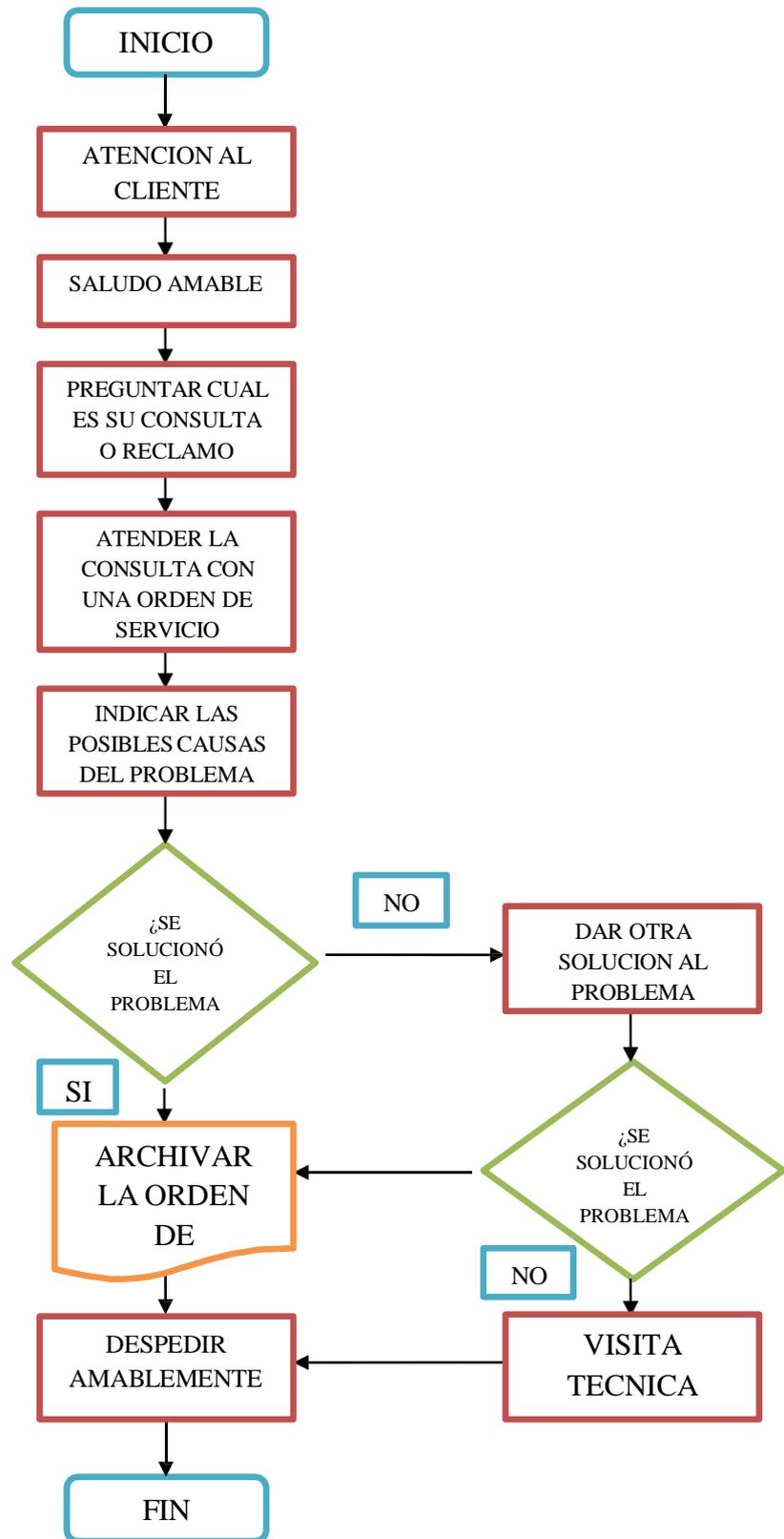
- **Área o Proceso en el que se aplicara el cuestionario.**

El posicionamiento de una empresa operadora de televisión por cable en un mercado con mayor competitividad, es un gran reto poder lograr la satisfacción total del cliente y cumplir con sus expectativas en la prestación de los servicios. Esta herramienta se aplicará en el área de atención al cliente, con el fin de mejorar nuestra calidad en el servicio. La función fundamental de esta área es la relación directa con el cliente, al brindar un correcto asesoramiento al usuario. Además, se debe escuchar, entender y comprender las consultas, reclamos, dudas o quejas del servicio que se ha contratado. Se debe de facilitar la solución rápida y efectiva a los inconvenientes presentados, que permitirán a la empresa lograr la satisfacción del cliente.

- **Grado de influencia de la encuesta**

Las encuestas ayudaran a conocer las opiniones y sugerencias del cliente, pues saber lo que piensa con respecto al servicio contratado permitirá que la empresa haga los cambios necesarios y mejore dichas partes deficientes aplicando nuevas estrategias.

- Diagrama del flujo de área de atención al cliente



## **4.2. Descripción de los aspectos básicos del diseño**

El trabajo de investigación es de tipo aplicada, porque “se orienta a conseguir un nuevo conocimiento destinado que permita soluciones de problemas prácticos”, (Risco, 2020). Podemos decir que este tipo de investigación se centra en los procedimientos a través de entrevistas, modelos matemáticos o cuestionarios. Además, el nivel de investigación es descriptiva porque consiste en recoger información independiente o de manera conjunta sobre las variables y describir las situaciones o contextos. De ahí que (Tamayo, 2020) mencione que “este tipo de investigación describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Asimismo, el trabajo de investigación es de diseño no experimental porque “la variable independiente no se manipula, sino que es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”, (Hernandez, 2012). Este diseño de aplicación permite evaluar el uso de técnicas, para dar con la solución del problema y por ende el alcance del objetivo general.

### **4.2.1. El cuestionario**

Consiste en el conjunto de preguntas preparadas cuidadosamente para aplicarlo en formas variadas cuyo objetivo es la recolección de datos con respecto al tema de estudio. La finalidad del cuestionario es que se obtenga de manera sistemática y ordenada, información acerca de la población con la que se está trabajando.

(Fox, 1981), considera “que, al utilizar esta técnica, el evaluador y el investigador, tienen que considerar dos caminos metodológicos generales: estar plenamente convencido de que las preguntas se pueden formular con la claridad suficiente para que funcionen en la interacción personal que supone el cuestionario y dar todos los pasos posibles para maximizar la probabilidad de

que el sujeto conteste y devuelva las preguntas”. Esta herramienta es útil, flexible y práctica. Además, resulta adecuado para una serie de propósitos como, intereses, necesidades, diagnóstico de conocimientos, orientación del trabajo en equipo e identificar con claridad la razón del cuestionario

Suelen utilizarse dos tipos de preguntas:

- Las preguntas abiertas son las más fáciles de formular y son esenciales porque nos permite conocer el contexto de aquél que responde el cuestionario.
- Las preguntas cerradas de opciones múltiples tienen gran ventaja cuando tienen mucha precisión al consultar sobre algún hecho general, y también por su fácil codificación con el tratamiento informático de los datos

(Sampieri, 2000), dice que se deben considerar algunos elementos para la elaboración del cuestionario:

- Definir la amplitud del cuestionario, se recomienda que sea breve.
- Establecer el objetivo de llevarlo a cabo.
- Redactar claras instrucciones, para que la pregunta sea respondida con una sola idea.
- Redactar las preguntas de manera neutral.

(Ander-Egg, 1999), menciona que el tamaño de la muestra relacionada a la empresa, no siempre depende de un método estadístico, y tampoco de la probabilidad. Más bien será seleccionada a criterio del investigador.

### **4.3. Formulación de la aplicación del diseño**

La aplicación del cuestionario sobre la calidad de la gestión administrativa evidencia la mejora del nivel de satisfacción al cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.

## CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO

### 5.1. Aplicación de la propuesta de solución

Muestra: 15 usuarios de la empresa Cable chincha (Muestra seleccionada a criterio del investigador).

**Cuadro 5.1.1. Cuantificación de cada respuesta del cuestionario (VI)**

N	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>
1	3	3	2	3	3
2	2	2	2	3	3
3	3	3	3	2	3
4	3	2	2	3	3
5	3	3	3	3	3
6	3	3	2	2	1
7	2	3	2	2	3
8	2	3	2	3	3
9	2	2	3	2	3
10	3	3	2	3	3
11	2	2	3	3	3
12	3	2	2	3	3
13	2	2	2	3	3
14	3	3	2	3	1
15	2	3	3	3	3
TOTAL: 15	38	39	35	41	41

**Cuadro 5.1.2. Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VI)**

VI	Escala de Valoración								TOTAL %
	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo		
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	
X <sub>1</sub>	0	0	7	47	8	53	0	0	100
X <sub>2</sub>	0	0	6	40	9	60	0	0	100
X <sub>3</sub>	0	0	10	67	5	33	0	0	100
X <sub>4</sub>	0	0	4	27	11	73	0	0	100
X <sub>5</sub>	2	13	0	0	13	87	0	0	100

Las preguntas que se han tabulado permitirán interpretar las medias y desviaciones de acuerdo a las puntuaciones obtenidas. Se utilizó la escala de Likert de 1 a 4, para luego

calcular las medias que nos describirán si los encuestados están de acuerdo o no con la valoración numérica que corresponden al rango de la escala.

Asimismo, se calcula las desviaciones estándar que nos indicara el grado de concentración o dispersión de las puntuaciones respecto a la media, lo cual se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 5.1.3. Según la aplicación de la escala de Likert.**

PREGUNTAS	N= 15	Desviación estándar
	MEDIA	
X <sub>1</sub> ¿Cree usted que la empresa Cable Chincha cumple con el objetivo de ser líder en el mercado?	2.53	0.52
X <sub>2</sub> ¿Considera que la empresa Cable Chincha utiliza sus recursos materiales, humanos y financieros de la forma más adecuada?	2.60	0.51
X <sub>3</sub> ¿Considera que la mejora continua de la gestión administrativa en la empresa Cable Chincha contribuye en la satisfacción del cliente?	2.33	0.49
X <sub>4</sub> ¿Cree usted que la empresa Cable Chincha se relaciona a sus actividades propuestas de seguir ampliando línea de cable a sectores que aún no llegan?	2.73	0.46
X <sub>5</sub> ¿Considera usted que la empresa Cable Chincha optimiza todos sus procedimientos o procesos para llegar al cliente con una mejor propuesta?	2.73	0.70

### INTERPRETACION

De acuerdo al **Cuadro 5.3** según las preguntas referidas a la variable independiente (VI) el 80% de los encuestados tienen valores de respuesta promedio de 2.53 hasta 2.73 mientras que el otro 20% tienen valores de respuesta promedio de 2.33 lo que evidencia la tendencia de que la mayoría está de acuerdo en la calidad de la gestión administrativa para la mejora del nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha.

En cuanto a las desviaciones estándar calculados según cada pregunta se observa que los valores obtenidos son similares. Esto permite deducir que existe una relativa dispersión de los datos (puntuaciones) obtenidas de los encuestados, de acuerdo a cada pregunta.

Además, se observa que las medias obtenidas según las preguntas señaladas demuestran que la mayoría de los encuestados están de acuerdo que la calidad de la gestión administrativa es un factor determinante para la mejora del nivel de satisfacción del cliente.

El teorema central del límite dice que la distribución de las medias, tenderá a ser normal sea cual sea el tamaño de la muestra. Por lo tanto, la desviación estándar será igual a la desviación estándar de la distribución muestral dividida por la raíz cuadrada del tamaño de la muestra. Si conocemos estos datos podemos determinar los límites de control superior e inferior utilizando las siguientes fórmulas:

$$\text{Límite de Control superior (UCL)} = \bar{X} + z\sigma$$

$$\text{Límite de Control inferior (LCL)} = \bar{X} - z\sigma$$

Dónde:

$\bar{X}$  = Media de las medias de muestra

$z$  = número de desviaciones estándar normales, siendo 2 para el 95.5% de confianza.

$\sigma$  = Desviación estándar, siendo igual a la desviación estándar de la distribución muestral dividida por la raíz cuadrada del tamaño de la muestra:

$$\sigma = \frac{\sigma_x}{\sqrt{N}}$$

Respecto a la desviación estándar de la primera pregunta ( $x_1$ ) podemos señalar que el 95.5% de las puntuaciones se distribuirán normalmente entre los valores:

$$\text{UCL} = 2.53 + 2 \times 0.52/\sqrt{15}$$

$$\text{UCL} = 2.80$$

Luego,

$$\text{LCL} = 2.53 - 2 \times 0.52/\sqrt{15}$$

$$\text{LCL} = 2.26$$

Por lo tanto, las puntuaciones se ubicarán en un rango que va de 2.80 hasta 2.26, lo que significa que existe una mínima dispersión. Tomando en cuenta las demás preguntas y

sus desviaciones estándar, queda demostrado que las puntuaciones tienen una mínima dispersión con relación a sus medias.

Podemos señalar que mientras no exista un compromiso para hacer que la calidad de la gestión administrativa sea sostenible, este no generará una mejora consecuente en el nivel de satisfacción del cliente.

**Resumen de límites de control superior (UCL) e inferior (LCL) de la variable independiente**

**Cuadro 5.1.4. Límites de control superior e inferior.**

<b>Variable Independiente</b>	<b>Media</b>	<b>Límite control superior (UCL)</b>	<b>Límite control inferior (LCL)</b>
X <sub>1</sub>	2.53	2.80	2.26
X <sub>2</sub>	2.60	2.86	2.34
X <sub>3</sub>	2.33	2.58	2.08
X <sub>4</sub>	2.73	2.97	2.49
X <sub>5</sub>	2.73	3.09	2.37

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta, y conforme a los resultados del límite de control inferior y límite de control superior, se observa que existe una mínima dispersión de las puntuaciones en relación a las medias de la variable independiente. Por tanto, se puede concluir que la calidad de la gestión administrativa evidencia la mejora en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.

**Cuadro 5.1.5. Cuantifica cada respuesta del cuestionario (VD)**

N	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>
1	3	2	2	3	3
2	3	3	2	2	3
3	3	3	2	3	3
4	2	2	3	3	3
5	2	2	3	2	3
6	3	2	1	3	2
7	3	3	3	2	2
8	3	3	3	2	2
9	3	3	2	3	3
10	3	2	3	3	2
11	2	3	3	3	2
12	3	2	2	3	2
13	3	3	2	2	2
14	2	3	2	3	3
15	3	2	2	3	3
<b>TOTAL: 15</b>	<b>41</b>	<b>38</b>	<b>35</b>	<b>40</b>	<b>38</b>

**Cuadro 5.1.6. Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VD)**

VI	Escala de Valoración								TOTAL %
	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo		
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	
Y <sub>1</sub>	0	<b>0</b>	4	<b>27</b>	11	<b>73</b>	0	<b>0</b>	100
Y <sub>2</sub>	2	<b>13</b>	7	<b>47</b>	6	<b>40</b>	0	<b>0</b>	100
Y <sub>3</sub>	1	<b>7</b>	8	<b>53</b>	6	<b>40</b>	0	<b>0</b>	100
Y <sub>4</sub>	0	<b>0</b>	5	<b>33</b>	10	<b>67</b>	0	<b>0</b>	100
Y <sub>5</sub>	1	<b>7</b>	9	<b>60</b>	5	<b>33</b>	0	<b>0</b>	100

**Cuadro 5.1.7. Según la aplicación de la escala de Likert.**

PREGUNTAS	N= 15	Desviación estándar
	MEDIA	
Y <sub>1</sub> ¿Cree usted que la empresa Cable Chincha ofrece un servicio de excelencia y superioridad?	2.73	0.46
Y <sub>2</sub> ¿Considera usted que la calidad de atención es un instrumento competitivo para la empresa Cable Chincha?	2.53	0.52
Y <sub>3</sub> ¿Considera usted que la capacidad de satisfacer sus necesidades y requerimientos es la correcta en la empresa Cable Chincha?	2.33	0.62
Y <sub>4</sub> ¿Considera apropiado el costo de servicio que ofrece la empresa Cable Chincha?	2.70	0.49
Y <sub>5</sub> ¿Cree usted que se pierde tiempo al adquirir un servicio?	2.53	0.52

### INTERPRETACION

De acuerdo al Cuadro 5.7 se observa que según las preguntas referidas a la variable dependiente (VD) el 80% de los encuestados tienen valores de respuesta promedio de 2.53 hasta 2.73 mientras que el otro 20% tienen valores de respuesta promedio de 2.33 lo que demuestra que la mayoría está de acuerdo en que el nivel de satisfacción del cliente está en relación directa con la calidad de la gestión administrativa. Asimismo, en este cuadro se observa que según las desviaciones estándar calculadas según los datos (puntuaciones) que corresponden a cada pregunta, esto permite señalar que existe una relativa dispersión de dichos datos obtenidos de la encuestados.

Además, observamos que las medias obtenidas según las preguntas señaladas, evidencian que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que la mejora del nivel de satisfacción del cliente es un factor clave, y está en relación directa con la calidad de la gestión administrativa. En cuanto a la desviación estándar de la primera pregunta (Y<sub>1</sub>) podemos señalar que el 95.5% de las puntuaciones se distribuirán normalmente entre los valores:

$$UCL = 2.73 + 2 \times 0.46/\sqrt{15}$$

$$UCL = 2.97$$

Luego,

$$LCL = 2.73 - 2 \times 0.46/\sqrt{15}$$

$$LCL = 2.49$$

Las puntuaciones se ubicarán en un rango que va de 2.97 hasta 2.49, lo cual significa que existe una mínima dispersión. Entonces podemos señalar que la mejora del nivel de satisfacción del cliente es viable en la medida que la gestión administrativa sea sostenible.

**Resumen de límites de control superior (UCL) e inferior (LCL) de la variable dependiente (Y)**

**Cuadro 5.1.8. Límites de control superior e inferior**

<b>Variable Dependiente</b>	<b>Media</b>	<b>Límite control superior (UCL)</b>	<b>Límite control inferior (LCL)</b>
Y <sub>1</sub>	2.73	2.97	2.49
Y <sub>2</sub>	2.53	2.80	2.26
Y <sub>3</sub>	2.33	2.65	2.01
Y <sub>4</sub>	2.70	2.95	2.45
Y <sub>5</sub>	2.53	2.80	2.26

De acuerdo a los datos obtenidos al aplicar las encuestas según el cuestionario, y conforme a los resultados del límite de control superior y del límite de control inferior, se deduce que existe una mínima dispersión de las puntuaciones referidas a la media de las preguntas de la variable dependiente. Por ello, se puede señalar que el nivel de satisfacción del cliente es un factor clave, y está en relación directa con la calidad de la gestión administrativa de la empresa Cable chincha, 2022.

## CONCLUSIONES

1. Se determinó que la calidad de la gestión administrativa mejora el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha. Esto significa que la calidad de la gestión administrativa favorece en el grado de expectativas, tendencias y el valor percibido del cliente de la referida empresa, así como en su personal atención.

2. Se demostró mediante la recolección de datos a través de la encuesta, que los promedios o medias tienen puntuaciones cercanas a las preguntas del cuestionario. Esto evidencia que la mayoría de los encuestados están de acuerdo que la calidad de la gestión administrativa tiende a mejorar la satisfacción del cliente.

3. Se estableció que las desviaciones estándar calculadas según los datos obtenidos, están cercanas a sus medias, lo que permite señalar que existe una relativa dispersión de los referidos datos.

4. Se determinó que, a través del Teorema Central del Límite, los resultados obtenidos en el límite superior e inferior respecto a las medias, permite concluir que existe una mínima dispersión de dichos datos según las preguntas del cuestionario.

5. Se realizó la validación del instrumento cuestionario, a través de los expertos, que establecieron que es aceptable. Asimismo, se determinó la confiabilidad del referido instrumento, mediante el método del coeficiente de Cronbach, obteniendo 0.97, lo que evidencia que la confiabilidad es significativa.

## **RECOMENDACIONES**

1. Promover el uso de la calidad de la gestión administrativa para la mejora en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha. Esto implica que no sólo las entidades privadas del sector telecomunicaciones, sino también las entidades públicas, aumentaran las expectativas, tendencias y el valor percibido del cliente, la cual permitirá percibir su satisfacción con el servicio prestado.
2. Motivar al personal de Cable Chincha a mejorar la eficiencia de la gestión administrativa, con el fin de mantener la satisfacción de sus clientes.
3. Incentivar al personal de Cable Chincha a mejorar la eficacia de la gestión administrativa para optimizar resultados y atraer nuevos clientes.
4. Motivar al personal de Cable Chincha a desarrollar mejores estrategias, de acuerdo a la función de sus objetivos, con el propósito de cumplir las expectativas de sus clientes.
5. Incentivar la investigación de la calidad de la gestión administrativa con el fin de que las entidades privadas y públicas, alcancen la eficiencia e influya directamente en la mejora de los procesos para la satisfacción del cliente.
6. Fomentar en los estudiantes el aumento de la investigación respecto a temas de estrategias, como la calidad de la gestión administrativa con la finalidad de favorecer a la sociedad y fortalecer a las instituciones educativas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ander-Egg. (1999). *Tecnicas de Investigacion Social 24° edicion*. Mexico.
- Barroso. (2011). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Berry. (2012). Obtenido de <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Cardozo, L. (1 de Marzo de 2021). *Zenvia.com*. Obtenido de <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20calidad%20de,el%20consumidor%20y%20la%20marca>.
- Castro. (2007). Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos106/gestion-administrativa-y-su-impacto-administracion-del-personal-cooperativa-vega-real/gestion-administrativa-y-su-impacto-administracion-del-personal-cooperativa-vega-real.shtml>
- Chiavenato, I. (8 de Abril de 2007). Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1264/1/T-UTC-1307.pdf>
- Demánov. (2016). Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>
- Dennick, T. y. (2011).
- Duque, M. (Diciembre de 2008). Obtenido de <file:///C:/Users/pc1/Downloads/Dialnet-EstrategiasAdministrativasParaLasEmpresasComercial-4741182.pdf>
- Espinoza, E. (2019). Recursos administrativos.
- Farroñay, J. (2016). GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONOCIMIENTO DE LAS TIC. *Hamut'ay*, vol 3.
- Fayol, H. (1916). TEORIA CLASICA.
- Fox. (1981). El proceso de Investigacion en Educacion. Pamplona.
- Giese. (2016). Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>

Groonros. (2012). Obtenido de

[https://www.researchgate.net/publication/285787177\\_Revision\\_del\\_concepto\\_de\\_calidad\\_del\\_servicio\\_y\\_sus\\_modelos\\_de\\_medicion](https://www.researchgate.net/publication/285787177_Revision_del_concepto_de_calidad_del_servicio_y_sus_modelos_de_medicion)

Gupta. (2017). Obtenido de

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3835/Mateusmanuel2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernandez. (Diciembre de 2012). Obtenido de

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>

Kocher. (2016). Obtenido de file:///C:/Users/pc1/Downloads/Dialnet-

MedicionDeLaSatisfaccionDelClienteEnOrganizaciones-5580337.pdf

Koontz, W. &. (2012). Obtenido de

[https://www.academia.edu/15364931/Administraci%C3%B3n\\_14\\_ed\\_-\\_Harold\\_Koontz\\_Wehrich\\_y\\_Cannice](https://www.academia.edu/15364931/Administraci%C3%B3n_14_ed_-_Harold_Koontz_Wehrich_y_Cannice)

Moliner, B. (2011). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20520042005.pdf>

Navas, E. (30 de Abril de 2017). Obtenido de

[http://www.eduqa.net/eduqa2017/images/ponencias/eje5/5\\_23\\_Sosa\\_Alejandra\\_Chiarani\\_Marcela\\_Noriega\\_Jaquelina\\_RECURSOS\\_EDUCATIVOS\\_ABIERTOS\\_UTILIZACION\\_MODIFICACION\\_Y\\_EVALUACION.pdf](http://www.eduqa.net/eduqa2017/images/ponencias/eje5/5_23_Sosa_Alejandra_Chiarani_Marcela_Noriega_Jaquelina_RECURSOS_EDUCATIVOS_ABIERTOS_UTILIZACION_MODIFICACION_Y_EVALUACION.pdf)

Oviedo, H. (2008). Propiedades psicométricas de una escala: la consistencia interna.

Risco, A. (2020). Obtenido de

<https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%20%202818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Roa, R. (2016). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/analisis-de-gestion-administrativa-agad/>

Robbins, S. (2 de Julio de 2016). Obtenido de <https://educacion.elpensante.com/stephen-p-robbins-concepto-de-administracion/>

Rojas, E. (8 de Mayo de 2010). Obtenido de <http://metodologiamecanica.blogspot.com/2010/05/objetivo-general-y-especificos.html>

Sampieri, H. (2000). Metodología de la Investigación. Mexico.

Sanchez, J. (17 de Setiembre de 2015). Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Santos. (2010). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Tamayo, M. (2020). *TIPOS DE INVESTIGACION*. Obtenido de [https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos\\_de\\_investigacion.pdf](https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf)

Taylor, F. (1903). *TEORIA CIENTIFICA*.

Terry, G. (2011). Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9126/Villanes\\_QJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9126/Villanes_QJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Terry, G. (2012). *Gesyon administrativa*. Obtenido de [www.jorge15-gestionadministrativa.com](http://www.jorge15-gestionadministrativa.com)

Ulloa, C. (2019).

Valiñas. (2012). Obtenido de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi\\_Jordi\\_Garrido.pdf?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi_Jordi_Garrido.pdf?sequence=1)

Verona. (7 de Junio de 2014). Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v7n6-2014/RIAF-V7N6-2014-3.pdf>

Vertice, P. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Editorial Vertice.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1: CUESTIONARIO

En esta oportunidad nos dirigimos a usted para solicitarle unos minutos de su tiempo a fin de mejorar el nivel de satisfacción al Cliente, su opinión sincera es importante porque permitirá ver la calidad del servicio que se presta.

Muestra: 15 usuarios de la empresa Cable Chincha. (Muestra seleccionada a criterio del investigador)

Por favor marcar con una equis (X) la respuesta según su criterio, tomando en cuenta los siguientes valores:

4	3	2	1
Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

	ESCALA VALORATIVA			
	1	2	3	4
<b>VI: Calidad de la Gestión Administrativa</b>				
X <sub>1</sub> ¿Cree usted que la empresa Cable Chincha cumple con el objetivo de ser líder en el mercado?				
X <sub>2</sub> ¿Considera que la empresa Cable Chincha utiliza sus recursos materiales, humanos y financieros de la forma más adecuada?				
X <sub>3</sub> ¿Considera que la mejora continua de la gestión administrativa en la empresa Cable Chincha contribuye en la satisfacción del cliente?				
X <sub>4</sub> ¿Cree usted que la empresa Cable Chincha se relaciona a sus actividades propuestas de seguir ampliando línea de cable a sectores que aún no llegan?				
X <sub>5</sub> ¿Considera usted que la empresa Cable Chincha optimiza todos sus procedimientos o procesos para llegar al cliente con una mejor propuesta?				
<b>VD: Satisfacción del Cliente</b>				
Y <sub>1</sub> ¿Cree usted que la empresa Cable Chincha ofrece un servicio de excelencia y superioridad?				
Y <sub>2</sub> ¿Considera usted que la calidad de atención es un instrumento competitivo para la empresa Cable Chincha?				
Y <sub>3</sub> ¿Considera usted que la capacidad de satisfacer sus necesidades y requerimientos es la correcta en la empresa Cable Chincha?				
Y <sub>4</sub> ¿Considera apropiado el costo de servicio que ofrece la empresa Cable Chincha?				
Y <sub>5</sub> ¿Cree usted que se pierde tiempo al adquirir un servicio?				

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO
<p><b>1. Problema General.</b> ¿En qué medida la calidad de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha, 2022?</p>	<p><b>1. Objetivo General.</b> Determinar si la calidad de la gestión administrativa mejora el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.</p>	<p><b>Variable independiente</b></p> <p>Calidad de la Gestión Administrativa.</p>	<p><b>Formulación del diseño:</b> La aplicación del cuestionario sobre la calidad de la gestión administrativa evidencia la mejora del nivel de satisfacción al cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.</p>
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>a. ¿En qué medida la eficiencia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha?</p> <p>b. ¿En qué medida la eficacia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha?</p> <p>c. ¿En qué medida las estrategias de la gestión administrativa influyen en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha?</p>	<p><b>Objetivos secundarios.</b></p> <p>a. Determinar si la eficiencia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.</p> <p>b. Determinar si la eficacia de la gestión administrativa influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.</p> <p>c. Establecer si las estrategias de la gestión administrativa influyen en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Cable Chincha, 2022.</p>	<p><b>Variable Dependiente.</b></p> <p>Satisfacción del cliente.</p>	<p><b>Instrumento de investigación:</b> Cuestionario.</p> <p><b>Técnico de Investigación:</b> Encuesta.</p>

### **ANEXO 3: VALIDACION DEL INSTRUMENTO**

Validación del cuestionario: Aspectos Previos.

Para el cuestionario realizado en esta investigación se ha tomado en cuenta la escala de Likert, éste es un método que se utiliza para recolectar datos u opiniones de distintas personas; principalmente para realizar mediciones y conocer el grado de conformidad de la persona encuestada. Cuando se responde un ítem, el encuestado responde específicamente el nivel de acuerdo o desacuerdo, por ello es de vital importancia que los ítems se formulen de manera sencilla y entendible. Podemos señalar algunas ventajas:

- Es fácil de aplicar y diseñar.
- Gradúa las opiniones de los encuestados.
- Realiza mediciones precisas y de calidad.
- Muy sencilla de contestar.

## CERTIFICADO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Validador: Palomino Gutierrez Jose Luis  
 1.2. Cargo e institución donde labora: Analista de Cobranza E.P.S. SEMAPA CH S.  
 1.3. Especialidad del validador: Administración de Empresa  
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario  
 1.5. Título de la Investigación: Calidad de la gestión administrativa y nivel de satisfacción del cliente  
 1.6. Autor del instrumento: Palomino Leivano Melissa Paola

### II. ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES					
		Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				65	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.			55		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				64	
4. Organización	Existe una organización lógica.			56		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			58		
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			55		
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos.				65	
8. Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables.			54		
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				65	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			52		

### III. PROMEDIO DE VALORACION

58.90

Chincha, 24 de agosto de 2022

Nombres y Apellidos: José Luis Palomino Gutierrez

DNI: 21859921

  
 Firma

## CERTIFICADO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Validador: Roger Paredes Macchuacinaes
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Jefe de Oficina de Desarrollo y Transporte ERSSERDAPACA
- 1.3. Especialidad del validador: Administración de Negocios
- 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.5. Título de la Investigación: Calidad de la gestión administrativa y nivel de satisfacción del día
- 1.6. Autor del instrumento: Palomino Levario Melisa Paola

### II. ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.		40			
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.		38			
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.			50		
4. Organización	Existe una organización lógica.		36			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			42		
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			48		
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos.				65	
8. Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables.		36			
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				63	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.		30			

### III. PROMEDIO DE VALORACION

44.80

Chincha, 30 de agosto de 2022

Nombres y Apellidos: Roger Paredes Macchuacinaes

DNI: 41.73.8145

  
 Firma

## CERTIFICADO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del Validador: RODRIGUEZ DONAYRE ADA YNES  
 1.2. Cargo e institución donde labora: JEFE OFICINA DE CAPACITA  
 1.3. Especialidad del validador: LIC. ADMINISTRACION  
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario  
 1.5. Título de la Investigación: Calidad de la Gestión Administrativa y el nivel de satisfacción d  
 1.6. Autor del instrumento: Palomino Levano Melisa Paola.

### II. ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			55%		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				80%	
4. Organización	Existe una organización lógica.				65%	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				65%	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				69%	
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos.				70%	
8. Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables.				75%	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80%	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				80%	

### III. PROMEDIO DE VALORACION

71.40

Chincha, 24 de agosto de 2022

Nombres y Apellidos: ADA RODRIGUEZ DONAYRE

DNI: 21439821

  
 Firma

#### ANEXO 4: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

La confiabilidad del instrumento de investigación se determina por diferentes métodos, el más utilizado es el coeficiente alfa de Cronbach, este se basa en el promedio de la correlación entre los ítems.

Según (Oviedo, 2008) dice que la ventaja de esta medida es que podemos obtener la posibilidad de evaluar la fiabilidad del estudio y se considera que este coeficiente debe estar entre 0.70 y 0.90.

El coeficiente alfa de Cronbach se calcula mediante la varianza de cada ítem o criterios y también la varianza del puntaje total de los expertos, según la fórmula:

$$\alpha = \left[ \frac{K}{K - 1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

$K$

$\sum_{i=1} S_i^2$ : Es la suma de varianzas de cada ítem.

$S_t^2$ : Es la varianza total de filas (puntaje total de los jueces)

$K$  : Es el número de preguntas o ítems.

### 5.2.1. Cálculo de la confiabilidad del instrumento.

Expertos	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 03	Criterio 4	Criterio 5	Criterio 6	Criterio 7	Criterio 8	Criterio 9	Criterio 10	Total
1	65	55	64	56	58	55	65	54	65	52	589
2	40	38	50	36	42	48	65	36	63	30	448
3	55	75	80	65	65	69	70	75	80	80	714
<b>Total</b>	160	168	194	157	165	172	200	165	208	162	1751
<b>Promedio</b>	53.33	56	64.67	52.33	55	57.33	66.67	55	69.33	54	58.37
<b>Des. Est (S)</b>	12.58	18.52	15.01	14.84	11.79	10.69	2.89	19.52	9.29	25.06	140.20
<b>Varianza</b>	158.33	343	225.33	220.33	139	114.33	8.33	381	86.33	628	2304

$$\sum S_i^2 = 2304$$

$$S^2 = S^2(589, 448, 714) = 17710.33$$

Reemplazando los resultados obtenidos en la fórmula del Coeficiente Alfa de Cronbach, tenemos lo siguiente:

$$\alpha = \left[ \frac{10}{10 - 1} \right] \left[ 1 - \frac{2304}{17710.33} \right]$$

$$\alpha = 0.97$$

Siendo el valor obtenido de 0.97, mayor que el valor medio del rango de confiabilidad, se concluye que es muy significativa.

(Dennick, 2011), manifiesta que el coeficiente de confiabilidad debe estar entre 0.70 y 0.90, obtenido el resultado se considera de manera muy significativa.

