



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una
Estación de Servicios TAMBOGRANDE, año 2022.

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

AUTORA:

Huertas Cornejo, Graciela (orcid.org/0000-0001-8839-0952)

ASESORA:

Dra. Palacios de Briceño, Mercedes Reneé (orcid.org/00000-0001-8823-265)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

PIURA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por darme la oportunidad de permitirme haber llegado hasta este paso tan importante de mi formación profesional porque Él está conmigo siempre.

A la memoria de mi querida madre Argelia por su esfuerzo y apoyo incondicional; a mi padre Manuel José, por su paciencia y esfuerzo. Ambos han permitido que pueda cumplir hoy un sueño más y por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

Agradecimiento

A la empresa por haberme brindado la información para que esta investigación sea una realidad.

A mis docentes, personas con gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

A mi familia por su motivación y apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2. Variables, operacionalización	11
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	32
VIII. PROPUESTA.....	33
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS	

Índice de tablas

<i>Tabla 1</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje de la planificación administrativa</i>	<i>17</i>
<i>Tabla 2</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje de la organización administrativa</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 3</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje de la dirección administrativa...</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 4</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje del control administrativo</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 5</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje de la atención antes del servicio</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 6</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje de la atención durante el servicio</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 7</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje de la atención después del servicio</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 8</i>	<i>Asignación de frecuencia y porcentaje de la gestión administrativa en la atención al cliente.....</i>	<i>23</i>

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo central, determinar las características que tiene la gestión administrativa para mejorar la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambo Grande. La metodología que empleó fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño no experimental, transversal y descriptiva. Mientras que la técnica de recopilación de datos fue la encuesta, siendo su población conformada por 25 colaboradores, por lo que no se aplicó muestra y muestreo. Los resultados demostraron que no se cuenta con un conocimiento adecuado sobre los objetivos, metas y estrategias establecidas, mientras que, en la organización, se cuenta con recursos materiales, disponiendo de maquinaria y equipos suficiente para sus labores, sin embargo, no existe una buena coordinación laboral. En cuanto a la dirección, existe una necesidad de una mayor supervisión y comunicación con los jefes, de la misma manera la falta de un mayor control en cada jornada de trabajo, además fue relevante disponer de nuevos canales de atención para la solución de quejas y reclamos diarios. Se concluyó que la gestión administrativa y la atención al cliente fue calificado en un nivel regular.

Palabras clave: Procesos, administración, servicio y atención.

Abstract

The main objective of this research was to determine the characteristics of administrative management to improve customer service at a Tambo Grande Service Station. The methodology used was a quantitative approach, applied type, non-experimental, cross-sectional and descriptive design. While the data collection technique was the survey, being its population made up of 25 collaborators, so sample and sampling was not applied. The results showed that there is no adequate knowledge about the objectives, goals and established strategies, while, in the organization, there are material resources, having sufficient machinery and equipment for their work, however, there is no good labor coordination. As for the management, there is a need for greater supervision and communication with the bosses, in the same way the lack of greater control in each working day, it was also relevant to have new service channels for the solution of complaints and daily claims. It was concluded that administrative management and customer service was rated at a regular level.

Keywords: Processes, administration, service and attention.

I. INTRODUCCIÓN

Son muchas las empresas que fracasaron debido a la carencia de una correcta administración, en todas partes del mundo, puesto que se comprobó que el éxito o fracaso de las organizaciones en cuanto al cumplimiento de sus objetivos y metas, dependieron en gran medida de la gestión administrativa que realizó su líder y/o directivo. De acuerdo con Quiroa (2019) en el ámbito empresarial, la gestión administrativa está constituida por todas las actividades y tareas desarrolladas por los responsables de la empresa, para utilizar sus recursos financieros, materiales y humanos de manera óptima con el fin de lograr los objetivos empresariales.

Hernández (2018) informó que durante los últimos años se ha puesto en duda la calidad y eficacia de los sistemas administrativos de muchas de las pequeñas, medianas y grandes empresas, sobre todo por su precaria sostenibilidad dentro de los mercados donde actúan; evidenciándose deficiencias en las funciones administrativas que originan que alrededor del 50% de ellas no superen el año. Mientras que Suárez (2018) añadió que entre las principales consecuencias de la inadecuada gestión administrativa se encuentra la insatisfacción por la calidad del servicio y la deficiente atención al cliente.

Por ello, López (2020) señala que actualmente es una de las principales causas de ventaja competitiva en las mejores empresas, la orientación al cliente hace que todos los procesos se encuentren planificados, organizados y dirigidos a brindarle la mejor atención posible, de hecho los modernos sistemas de gestión de la calidad en todo el mundo parten de la premisa que la satisfacción del cliente es fundamental para la empresa y por lo cual resultan válidos todos los esfuerzos de las empresas por conseguir su completa satisfacción.

Barreto (2018) sostuvo que la realidad problemática administrativa en Perú está dada por la carencia de personal idóneo en los órganos gerenciales ocasionando una deficiente gestión en las organizaciones. Problema que se ha evidenciado ante la globalización, la virtualidad, la competencia y la nueva realidad tecnológica. Dichas características requieren de un perfil gerencial nuevo, con

capacidades y competencias acordes a los nuevos tiempos. El Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2017) en los resultados de la Encuesta Nacional de Empresas evidenció que más del 50% de las pequeñas y microempresas fueron gestionadas de manera empírica, presentando una baja planificación administrativa, operativa y estratégica.

Por lo tanto, la problemática central estuvo enfocada en la Estación de Servicios Tambo Grande, dedicada a la comercialización de combustibles y lubricantes al por menor. Localizada en la carretera Sullana – Tambogrande Km 43.2 y sus operaciones se iniciaron en 1990. La aplicación de una administración poco profesional y empírica, ocasionó una serie de quejas y reclamos por parte de los clientes de la empresa, muchos de los cuales han migrado hacia la competencia. Careciendo de una adecuada planificación durante el ejercicio de sus actividades operativas, la elevada competencia en el distrito y el incremento en los precios de los combustibles y aceites que comercializa, sumado a una deficiente atención a sus clientes han producido en los últimos meses una notable reducción de las ventas del grifo. Esta situación en la empresa causó pérdidas que pondría en riesgo su sostenibilidad económica.

Por esta razón la presente investigación planteó como problema general: ¿Cómo la gestión administrativa mejora la atención al cliente en la Estación de Servicios Tambo Grande? Los problemas específicos fueron: (a) ¿Cuál es la planificación administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande?; (b) ¿Cómo es la organización administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande?; (c) ¿Cómo es la dirección administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande?; (d) ¿Cuál es el control administrativo en la Estación de Servicios Tambogrande?; (e) ¿Cómo es la atención antes, durante y después del servicio en la estación de servicios de Tambogrande?

La justificación fue práctica, puesto que radicó en poder determinar y comprender las debilidades administrativas de la estación de servicios, para su mejoramiento en función a potenciar la capacidad de respuesta antes, durante y después de la atención a sus clientes. Así también tuvo una justificación económica, dado que al mejorar la atención a sus clientes también mejoran sus

ventas garantizando la sostenibilidad económica y financiera de la estación de servicio, logrando un beneficio directo. Finalmente tuvo una justificación social, puesto que contribuirá al mejoramiento de la atención de los clientes del distrito y alrededores de la estación de servicio, mediante acciones y estrategias de gestión administrativa, así también se obtendrán información científica veraz y enriquecedora que servirá como soporte para la comunidad científica.

La investigación planteó como objetivo general: Determinar estrategias de gestión administrativa para mejorar la atención al cliente en la Estación de Servicios Tambo Grande. Los objetivos específicos fueron: (a) Conocer la planificación administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande; (b) Analizar la organización administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande; (c) Conocer la dirección administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande; (d) Indicar el control administrativo en la Estación de Servicios de Tambogrande y (e) Evaluar la atención antes, durante y después del servicio en la estación de servicios de Tambogrande.

II. MARCO TEÓRICO

En cuanto a los antecedentes internacionales, Gordon (2018) en su investigación *La gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán*. Su objetivo fue analizar la gestión realizada por los directivos desde la perspectiva de sus clientes. El estudio fue de enfoque cualitativo, tipo descriptivo y de campo. Se concluyó que la debilidad detectada fue la aplicación del proceso administrativo, con carencia de planificación. Se concluyó que fue posible mejorar sus procesos en base a un modelo de gestión administrativa que busca resolver los principales problemas organizacionales centrado en la máxima satisfacción de los clientes como un servicio de calidad.

Campos y Loza (2017), en su trabajo titulada *Incidencia de la gestión administrativa de la biblioteca municipal "Pedro Moncayo" de la ciudad de Ibarra en la mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios*, formuló como objetivo realizar una propuesta alternativa de gestión. La investigación fue descriptiva. La muestra fue de 316 usuarios de la biblioteca. Se recogieron datos por medio de la encuesta. Los resultados determinaron un total desconocimiento de los usuarios acerca de los servicios que presta, careciendo de material especializado, para las distintas clases de usuarios. Se concluyó que en la necesidad de formular nuevos lineamientos de gestión administrativa contribuyó a mejorar los procesos.

Espinoza (2018) en su estudio *Gestión administrativa y su incidencia en la captación de clientes de la agencia CNT del cantón El Empalme, Guayas*, tuvo como objetivo analizar la influencia de la gestión administrativa en la atracción de nuevos clientes. El estudio es descriptivo, de tipo correlacional, con enfoque cuantitativo y diseño experimental teniendo una población a 7535 empleados de los cuales se considera una muestra aleatoria de 380 empleados a los cuales aplicó la técnica la encuesta con su respectivo cuestionario Concluyó que el 27% consideró que el personal con que cuenta no ha sido suficiente para brindar una buena atención, el 46% calificó la atención como regular. Se determinó una correlación entre el proceso de gestión administrativa y la captación de clientes, al no existir una adecuada gestión administrativa, las ventas disminuyeron.

Salazar et al. (2019) en su estudio titulado *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios* se planteó el objetivo de evaluar las variables relacionadas con la atención al cliente para determinar su influencia en la satisfacción de los clientes. Realizó un estudio no experimental, cualitativo utilizando entrevistas estructuradas a grupos de clientes de 28 pymes de servicios. Se concluye que el cliente valora el servicio que recibe, muy por encima de otros factores como el precio y la calidad de los productos, donde factores como el tiempo de atención, la empatía, comodidad y limpieza del ambiente son muy valorados.

Entre los antecedentes nacionales se ha considerado el estudio de Tola (2018) sobre *Influencia de la gestión administrativa en los servicios de salud de los hospitales de Essalud de la Región Puno*, que tuvo como objetivo analizar el grado de influencia de la gestión administrativa en la calidad de los servicios de salud. La investigación fue básica, de tipo aplicada, nivel descriptivo, enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Trabajó con una población de 306 profesionales tomando una muestra a 107 profesionales, obtenida a través de un muestreo aleatorio. Las técnicas utilizadas fueron la encuesta y entrevista. Concluyó que la calidad de los servicios prestados del seguro social tiene una aprobación entre 80% y 85% de las estructuras y que la calidad como disponibilidad y accesibilidad son buenas. Sin embargo, el aspecto menos favorable o insatisfactorio fue la atención.

Saavedra (2019) en su estudio titulado *La Gestión Administrativa Institucional y la Calidad del Servicio de la Oficina de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal* tuvo como objetivo analizar la influencia de la gestión de los directivos de la Universidad en el nivel de satisfacción de los estudiantes respecto de la calidad del servicio percibida. Se planteó un estudio descriptivo, no experimental de corte transversal que tuvo como población a los 2,598 estudiantes que cursaban el semestre 2019-I en la citada Universidad de los cuales se extrajo una muestra aleatoria de 345 a quienes se aplicó un cuestionario de 42 preguntas con escala de Likert llegando a la conclusión que la mayor debilidad se encontraba en la planificación estratégica que no actualizaba debidamente, asimismo se evidenció una mala coordinación en la asignación de los recursos a las diferentes áreas de la Institución.

Espíritu y Muñoz (2017) realizaron el estudio *Gestión administrativa y su relación con la satisfacción laboral en la Microred de salud de Sativo* donde se fijaron el objetivo de establecer los aspectos de la gestión administrativa que tienen mayor influencia en la satisfacción de los trabajadores. El tipo de estudio fue básico y diseño correlacional. Se utilizó una muestra probabilísticamente conformada por 97 colaboradores, utilizando la técnica de la encuesta. Se demostró la existencia de una relación significativa entre gestión administrativa y satisfacción laboral con un coeficiente de 0.637. Se concluyó que existió una falta de control en el personal y en otros recursos lo que ocasiona pérdidas importantes, causando además insatisfacción en los usuarios.

Alcántara y Díaz (2017) en su estudio *denominado Propuesta de mejora en la gestión de atención al cliente en una agencia de ventas de Trujillo* tuvo como objetivo elevar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa actuando sobre los puntos débiles del servicio. El estudio fue descriptivo transversal y empleó una muestra de 312 clientes que acudieron a la empresa durante el periodo de un mes a quienes se aplicó una encuesta sobre la percepción de cada una de las dimensiones del método SERVQUAL. Los resultados evidenciaron un bajo nivel de satisfacción de los clientes que apenas llegó al 44% de seguridad y empatía resultaron las más débiles. Se concluyó en la necesidad de reforzar los valores organizacionales, capacitación al personal de atención en inteligencia emocional y mejoras en la infraestructura para brindar una mayor comodidad a los clientes.

Respecto a las investigaciones locales se ha considerado a Panta (2022) quien en su estudio *titulado Gestión administrativa y calidad del servicio del directivo, en docentes de Instituciones Educativas de Secundaria del distrito Frías-Piura*, se planteó como objetivo el determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio del personal directivo. Empleó una metodología con enfoque cuantitativo, de tipo básica y el diseño no experimental descriptivo y correlacional. Se llegó a la conclusión que la correlación de la gestión administrativa y la calidad del servicio del directivo con un coeficiente de 0,825. Además, se indica que no tienen buena percepción sobre la gestión administrativa y calidad de servicio; por lo tanto, se tiene que fortalecer sobre todo en aspectos como la planificación operativa y estratégica.

Salazar y Suárez (2021) en su estudio *La gestión administrativa y su relación con la satisfacción del cliente en una cooperativa de ahorro y crédito* tuvo como objetivo establecer la relación entre ambas variables. La investigación presenta un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo, correlacional, no experimental de corte transversal. Para el recojo de la información se procedió a la aplicación de dos cuestionarios, uno para cada variable. Se concluyó que la falta de comunicación y liderazgo de sus directivos son sus puntos más débiles, mientras que los clientes manifiestan una gran insatisfacción por la demora de atención.

Abad (2021) en su investigación titulada *Las tecnologías de información y comunicaciones en la gestión administrativa de instituciones educativas de Piura* se planteó como objetivo analizar la influencia de las TICS en la gestión administrativa de la I.E.P. Los Talentados del Perú, desde la perspectiva de los usuarios de sus servicios educativos. La investigación fue descriptiva, con enfoque mixto y diseño no experimental, utilizó una muestra de 122 individuos. Se concluyó que la introducción de las nuevas tecnologías ha sido bien recibida ha contribuido a una mejor integración, facilitando la comunicación y mejorando la motivación.

Marchán (2019) en su estudio titulado *Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mype rubro restaurante en la Urbanización Santa Ana Piura* se planteó el objetivo de evaluar la calidad y atención al cliente de cinco de los principales restaurantes de la zona, analizando cada uno de los factores que los afectan de forma directa o indirecta. Con tal fin planteó un estudio no experimental, descriptivo de enfoque netamente cuantitativo utilizando una muestra de 415 clientes. Se concluyó que los restaurantes tienen un enfoque al cliente, preocupados por conocer sus necesidades y cumplir sus expectativas; que las estrategias más usadas son la capacitación a su personal y su motivación.

Respecto a la variable **gestión administrativa**, Jiménez (2019) la definió como el conjunto de tareas y actividades coordinadas que son realizadas por los directivos de una empresa para el uso óptimo de sus recursos financieros, materiales y humanos con el fin de lograr los mejores resultados posibles. Es decir, se basa en el uso eficiente de los recursos que tiene la organización y cómo con ellos se logra el cumplimiento de sus objetivos.

Por otra parte, Merlo et al. (2017) indicaron que para lograr esto, es necesario que todas las funciones de la empresa sean diseñadas para dirigir y controlar el manejo más adecuado de tales recursos. En efecto, una buena gestión administrativa debe ser capaz de prevenir los problemas futuros y debe conducir de manera racional a la ejecución de las tareas y esfuerzos para lograr resultados favorables para la empresa. Anchelia et al. (2021) consideraron que una adecuada gestión administrativa permite el incremento de la productividad, pues optimiza todos los procesos, eliminando todo aquello que pueda afectar su productividad. Asimismo, Gavilánez et al. (2018) enfatizaron que la adecuada gestión administrativa permite maximizar el uso de los recursos tales como tiempo, dinero y materiales, como resultado de un trabajo coordinado que justamente permite su racionalización, evitando pérdidas.

Con respecto a la **planificación**, Flores (2020) consideró como un proceso complejo puesto que requiere de conocimientos, el compromiso de todas las áreas que forman la empresa y la participación activa de todo el personal, para formular el mejor plan posible para la empresa. Por lo tanto, la planificación es un proceso por el cual se establecen los objetivos de corto y largo plazo, los cuales deben ser realistas y alcanzables.

Sobre la **organización**, Bao et al. (2020) expresaron su importancia como un factor clave para el buen funcionamiento de la organización, señaló que saber diseñar correctamente la organización es esencial para establecer un orden, estructurar e integrar las diferentes áreas orgánicas y los recursos disponibles. Parte de la definición y difusión de la misión y visión de la empresa, así como de los objetivos, para luego centrarse en la división de la organización.

Meléndez y Bardales (2020) al referirse a la función de **dirección** en la gestión administrativa señala que es la ejecución de los planes, es decir la forma como los directivos son capaces de realizarlos con la colaboración de todo el personal que dirigen. Por ello, considera que quienes la realizan deben ser personas con una buena preparación, pues gran parte del trabajo consiste en la toma de decisiones que sean las más convenientes para la empresa, proporcionando a las personas el ambiente, herramientas y materiales necesarios para un buen desempeño.

Sobre la función de **control**, Gonzáles et al. (2020) indicaron que es el proceso que asegura el cumplimiento de los objetivos trazados por la empresa, para lo cual es necesario evaluar continuamente los resultados que se obtienen en relación a lo planificado, con el fin de corregir oportunamente desviaciones o fallas, mediante la toma de decisiones convenientes. El control busca mantener la empresa orientada hacia el objetivo y se fundamenta en la recolección de información actualizada sobre las actividades que se realizan, para lo cual generalmente las empresas diseñan los indicadores más convenientes.

Respecto la variable **atención al cliente**, Carrasco (2019) la considera como la principal herramienta de marketing, que define y organiza puntos de contacto con los clientes, a través de distintos canales de atención, físicos o virtuales, con el fin de relacionarse con ellos, antes, durante y después de la venta. Por su parte, Palomo (2019) dice que la atención al cliente no solamente se trata de garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, sino que, principalmente, lograr la satisfacción del cliente, brindándole el apoyo necesario para que lo use correctamente, con la asesoría y orientación que sea necesaria para tal fin.

De acuerdo con Godoy (2019) expresó que son las acciones establecidas por la empresa hacia sus clientes al inicio, durante y posterior del proceso de compra, con la finalidad de lograr su satisfacción mediante un producto o servicio. Mientras que Muñoz (2017) mencionó que son el conjunto de actividades que mantienen cierta relación comercial para lograr que el cliente en un momento determinado pueda adquirir un producto o bienes que cumpla sus necesidades y expectativas que permite fortalecer la imagen de la empresa. Esto es fundamentado también por Sánchez y Navarro (2021) quienes indicaron que es el proceso de atención desde que surge el primer contacto de la empresa con el cliente, siendo valorable la comunicación de manera efectiva.

Por lo tanto, la atención surge **antes del servicio**, donde el cliente mantiene una expectativa respecto al servicio en función a la publicidad que requiere para poder conocer la accesibilidad del producto o servicio que proporciona una empresa. Siendo la publicidad, una de las estrategias de marketing que permite difundir o promover contenido ante el producto o servicio, que usualmente debe

estar dirigido a un determinado segmento de mercado. Así mismo la generación de expectativas respecto a lo que espera un determinado cliente, en cuanto a lo que puede recibir en cuanto a su satisfacción. Esto es complementado por los principales canales de atención en función a los principales medios que la empresa dispone para generar una comunicación directa (Carrasco, 2019).

Durante el servicio los clientes son quienes evalúan una serie de aspectos asociados con los factores como; La confiabilidad que está vinculado con el grado e confianza de un cliente en cuanto a los productos o servicios ofrecidos esperando un adecuado funcionamiento. La capacidad de respuesta, es la rapidez o atención inmediata que es perciba por el cliente ante sus inquietudes, dudas y/o consultas, que permite potenciar el interés ante sus necesidades. La seguridad, es otro de los componentes que está asociado con garantizar la permanencia y confort de los clientes. Los elementos tangibles, que está comprendido por aquellas instalaciones, máquinas y equipos que se encuentran disponibles a los diferentes clientes, para generar una mayor intención de compra respecto a lo que pueda visualizar de manea concreta (Escudero, 2020).

Además, es necesario conocer la atención posterior o **después del servicio**, siendo la aplicación de estrategias de posventa para generar un mayor seguimiento y vinculación con los clientes, para resolver los diferentes reclamos y quejas que se obtengan posterior a su compra (Chaclón, 2018). El seguimiento de posventa, es resaltante de esta etapa puesto que se logra generar lazos duraderos con los clientes que, comprado un producto o servicio, permitiendo incrementar su lealtad y frecuencia de compra. La atención de quejas y reclamos, es uno de los aspectos claves en la atención que sostiene una serie de procesos asociados con resolverlos para aprovechar el fortalecimiento de su experiencia y generar una mejora valoración en cuanto a concurrencia (López, 2020)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

En lo referente al tipo de la investigación, fue aplicada. Según Vásquez (2019) señala que se trata de investigaciones orientadas a la búsqueda de la solución más adecuada y oportuna a un problema planteado, previamente analizado y estudiado a través de la puesta en práctica de un cúmulo de conocimientos. El presente estudio se clasificó dentro de este tipo, pues su objetivo principal fue solucionar el problema que se presenta en estación de servicios que está vinculado con la mejora de la atención al cliente a través de una adecuada gestión administrativa.

Por otra parte, en lo referente a su diseño, por el grado de manipulación de las variables, la investigación fue no experimental de tipo descriptivo - transversal, donde Salgado (2018) las define como aquellas investigaciones donde la aplicación de los instrumentos diseñados se realiza una sola vez, sin que las variables sean manipuladas intencionalmente de ninguna forma por parte de los investigadores, buscando describir sus principales características tal y como se encuentran.

Además, la investigación presentó un enfoque cuantitativo, que según lo expresan Hernández y Mendoza (2018), es cuando se utilizaron técnicas e instrumentos que pueden ser procesados estadísticamente para producir resultados cuantitativos o numéricos.

3.2. Variables, operacionalización

Variable 1: *Gestión administrativa*

Definición conceptual:

Conjunto de tareas y actividades coordinadas realizadas por los directivos de una empresa para el uso óptimo de sus recursos financieros, materiales y humanos con el fin de lograr los mejores resultados posibles (Jiménez, 2019).

Definición operacional:

La variable gestión administrativa fue analizada por cada una de sus etapas: planeación, organización, dirección, control, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario a los colaboradores de la empresa.

Indicadores:

Objetivos, metas, estrategias, puestos de trabajo, recursos materiales, talento, humano, coordinación, liderazgo, comunicación interna, motivación al personal, detección de fallas, medidas preventivas y retroalimentación.

Escala de medición:

Ordinal: Likert

Variable 2: Atención al cliente**Definición conceptual:**

Herramienta de marketing, que define y organiza puntos de contacto con los clientes, a través de distintos canales de atención, físicos o virtuales, con el fin de relacionarse con ellos, antes, durante y después de la venta (Carrasco, 2019).

Definición operacional:

La variable atención al cliente fue medida con sus dimensiones antes, durante y después del servicio a través de la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario a la muestra de clientes de estación de servicios.

Indicadores:

Publicidad, expectativas, canales de atención, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, elementos tangibles, atención de reclamos, servicios Pos venta y seguimiento.

Escala de medición:

Ordinal: Likert

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Según Mendoza (2018) la población en una investigación está conformada por las personas u objetos que son materia del estudio y de las cuales se requiere conocer sus características o comportamientos. En la presente investigación se tuvieron dos poblaciones constituidas por colaboradores y clientes. La primera estuvo conformada por los 25 colaboradores de la estación de servicios Tambogrande. La segunda población estuvo constituida por los clientes que se abastecen de combustibles en la estación de servicios Tambo Grande. Actualmente son 720 clientes registrados en su base de datos.

Muestra

De acuerdo con Guija (2019) una muestra es un subgrupo representativo de la población que se utiliza cuando por razones de tiempo o economía no es posible abarcar a todos sus componentes, la cual debe ser de un tamaño que garantice que los resultados encontrados en ella resulten válidos para toda la población. De esta manera la muestra estuvo representada por 251 clientes, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = 251$$

Muestreo

Se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple, pues fueron elegidos para formar parte de la muestra aquellos clientes que acudan a abastecerse de combustible durante el periodo que dure la aplicación de la encuesta.

Criterios de selección

a. Criterios de inclusión

- Clientes que se abastecieron de cualquier tipo de combustible (gasolinas, petróleo o gas) y en cualquier tipo de vehículo (camiones, autos, motocicletas).
- Colaboradores con más de 2 meses de haber sido contratados.

b. Criterios de exclusión

- Colaboradores de vacaciones o de licencia.
- Clientes no disponibles.

Mientras que la unidad análisis estuvo compuesta por cada uno de los clientes y los colaboradores de Estación de Servicios Tambogrande.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

La encuesta es una técnica muy utilizada para recoger datos de poblaciones relativamente grandes estructurando un cuestionario de preguntas sobre el tema que se desea investigar y que, por lo general, contiene preguntas con algunas opciones de respuesta (Arias, 2017).

Además, estuvo conformado por la relación de preguntas muy bien estructuradas de forma clara y sencilla, que son formuladas a la población o muestra investigada para conocer detalles de la variable investigada, sus dimensiones e indicadores (Arias, 2017).

3.4.2. Instrumentos

Cuestionario:

Se aplicó un cuestionario dirigido a los clientes de la Estación de Servicios Tambogrande sobre la atención al cliente y un segundo cuestionario aplicado a los 25 colaboradores de la Estación de Servicios Tambogrande, sobre la gestión administrativa.

La validación de los cuestionarios fue realizada por tres profesionales de Administración con grado de Magister, especialistas en el tema, quienes evaluaron cada una de las preguntas formuladas en razón de su coherencia, claridad y pertinencia con los objetivos planteados en la investigación.

Por otra parte, la confiabilidad de los cuestionarios fue fundamentada por medio de su coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach el cual debió estar por encima de 0.8 en ambos casos.

3.5. Procedimientos

La aplicación de los cuestionarios tanto a los trabajadores como a los clientes se realizó con la previa autorización del propietario de la Estación de Servicios Tambogrande, por lo cual ese será el primer paso. Una vez obtenida la autorización se aplicaron las encuestas a los colaboradores que estuvo a cargo de la investigadora. Se realizó en dos turnos de acuerdo a la programación de la empresa para abarcar a todos los colaboradores. Luego se procedió a realizar las encuestas a los clientes para lo cual previamente se capacitó a un equipo encuestadores conformado por 2 colaboradores quienes se encargaron de aplicar los cuestionarios a los clientes mientras abastecen del combustible a sus vehículos. La aplicación de las 251 encuestas se realizó en un plazo máximo de 15 días.

3.6. Método de análisis de datos

Los datos recogidos de la aplicación de la encuesta a los colaboradores de la Estación de Servicios fueron procesados utilizando el programa Excel de Microsof dado que se trata de únicamente 25 encuestas. Las respuestas a cada una de las preguntas fueron registradas en una hoja de Excel y luego se elaboraron tablas de frecuencia que consoliden las respuestas a las preguntas por cada uno de los objetivos planteados.

Los datos recogidos de la aplicación de las 251 encuestas a los clientes fueron procesados mediante la utilización del programa SPSS versión 25 para lo cual fueron ingresados y luego procesados utilizando las herramientas de estadística descriptiva del programa para obtener las tablas necesarias.

3.7. Aspectos éticos

Todos los aspectos éticos que se tuvieron en consideración para la elaboración del presente estudio se encuentran claramente establecidos por la Universidad Cesar Vallejo en su Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°011-2020-VI-UCV, los cuales serán acatados en su totalidad.

Por lo tanto, se cumplió con el principio de beneficencia, debido que, durante el desarrollo del estudio, se tuvo como prioridad el bienestar de los grupos o individuos en evaluación. El principio de respeto y confidencialidad debido a que en el proceso del desarrollo del estudio se solicitó información valorativa respecto al instrumento, donde se mantuvo la reservación y anonimato de los encuestados. El principio de participación libre e informada, debido a que durante la recopilación de los datos se informó previamente la finalidad del instrumento. El principio de integridad y autenticidad, puesto que la información que se adjuntó en la investigación fue gran parte de aporte único y transparente.

Por lo tanto, se anexó la declaración de autoría por la cual se garantizó la originalidad de la investigación y la declaración de autenticidad asegurando que las coincidencias detectadas no constituyen plagio, para lo cual, además, se anexo el resultado de la aplicación de la herramienta Turnitin con un grado de similitud inferior al 20%. Asimismo, todas las tesis, libros o revistas, físicas o virtuales que sean utilizadas para sustentar el marco conceptual de la investigación fueron debidamente referenciadas y sus autores citados siguiendo la normativa establecida por la American Psychological Association – APA versión 2022. Además, ni los datos ni los resultados han sido manipulados ni falseados de forma alguna, obedeciendo fielmente a lo encontrado en la realidad analizada.

IV. RESULTADOS

4.1 Informe de aplicación del instrumento cuestionario

4.1.1 Objetivos específicos

Conocer la planificación administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande, año 2022.

Tabla 1

Asignación de frecuencia y porcentaje de la planificación administrativa

Items	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Los objetivos son conocidos por todos.	02	08	04	16	05	20	11	44	03	12	25	100
Los objetivos son claros y alcanzables.	02	8	04	16	12	48	05	20	02	08	25	100
Existe un manual de procedimientos.	02	08	12	48	06	24	03	12	02	08	25	100
Los procedimientos son fáciles de seguir.	01	04	07	28	11	44	05	20	01	04	25	100
Se tiene un presupuesto para cada año.	11	44	06	24	05	20	03	12	00	00	25	100
Se cumple con los gastos presupuestados.	00	00	08	32	10	40	04	16	03	12	25	100
La Gerencia implementa estrategias.	00	00	12	48	06	24	05	20	02	08	25	100
Las estrategias operativas y comerciales son efectivas.	02	08	04	16	13	52	05	20	01	04	25	100

En la Tabla 1, se observó que el 44% de los encuestados estuvieron en desacuerdo con respecto al conocimiento de los objetivo; el 48% estuvieron indeciso que los objetivos sean claros y alcanzables, pero sí estuvieron de acuerdo que existe un manual de procedimientos, sin embargo, el 44% estuvieron indeciso que los procedimientos sean fáciles de seguir, pero estuvieron totalmente de acuerdo que se tiene un presupuesto para cada año, aún que el 40% estuvieron indeciso que se cumple con los gastos presupuestados, el 48% estuvieron de acuerdo la gerencia ha implementado estrategias y un 52% estuvieron indeciso que las estrategias operativas y comerciales sean efectivas.

4.1.2 Objetivo 2: Definir la organización administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande, año 2022.

Tabla 2

Asignación de frecuencia y porcentaje de la organización administrativa

Items	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
	Los puestos de trabajo son claramente definidos.	00	00	14	56	05	20	04	16	02	08	25
Existe un organigrama conocido por todos.	03	12	04	16	11	44	05	20	02	08	25	100%
Los colaboradores cuentan con los recursos materiales necesarios.	00	00	04	16	7	28	13	52	01	04	25	100%
La maquinaria y equipos utilizados son suficientes.	11	44	04	16	04	16	03	12	03	12	25	100%
Se cuenta con el número de colaboradores suficiente y necesario.	03	12	14	56	04	16	03	12	01	04	25	100%
El personal se encuentra calificado para los puestos que ocupan.	01	04	12	48	05	20	05	20	02	08	25	100%
Existe una buena coordinación de las actividades laborales.	01	04	04	16	07	28	11	44	02	08	25	100%

En la Tabla 2, se observó que el 56% estuvieron de acuerdo que los puestos de trabajo son claramente definidos, el 44% estuvieron indeciso que existe un organigrama conocido por todos, el 52% estuvieron en desacuerdo que los colaboradores cuentan con los recursos materiales necesarios, el 44% estuvieron totalmente de acuerdo que la maquinaria y equipos utilizados sean suficientes, el 56% estuvieron de acuerdo que se cuente con el número de colaboradores suficiente y necesario, el 48% estuvieron de acuerdo que el personal se encuentra calificado para los puestos que ocupan y el 44% estuvieron en desacuerdo que existe una buena coordinación de las actividades laborales.

4.1.3 Objetivo 3: Conocer la dirección administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande, año 2022.

Tabla 3

Asignación de frecuencia y porcentaje de la dirección administrativa

Items	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
	Los trabajos son supervisados de forma minuciosa.	03	12	04	16	06	24	11	44	01	04	25
Los supervisores dirigen el trabajo de manera efectiva.	02	08	05	20	06	24	12	48	00	00	25	100%
Existe una buena comunicación con los jefes.	01	04	03	12	06	24	13	52	02	08	25	100%
Existe una buena comunicación entre trabajadores.	00	00	14	56	06	24	03	12	02	08	25	100%
Los colaboradores son motivados por sus jefes.	01	04	03	12	05	20	05	20	11	44	25	100%
Existe un alto grado de satisfacción laboral.	03	12	07	28	10	40	04	16	01	04	25	100%

En la Tabla 3, se observó que el 44% estuvieron en desacuerdo que los trabajos sean supervisados de forma minuciosa, el 48% estuvieron en desacuerdo que los supervisores dirigen el trabajo de manera efectiva, el 52% estuvieron en desacuerdo que exista una buena comunicación con los jefes, el 56% estuvieron de acuerdo que existe una buena comunicación entre trabajadores, el 44% estuvieron totalmente en desacuerdo que los colaboradores sean motivados por sus jefes y el 40% estuvieron indeciso que exista un alto grado de satisfacción laboral.

4.1.4 Objetivo 4: Indicar el control administrativo en la Estación de Servicios de Tambogrande, año 2022.

Tabla 4

Asignación de frecuencia y porcentaje del control administrativo

Ítems	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Se manejan indicadores para controlar el logro de objetivos.	00	00	06	24	06	24	11	44	02	08	25	100
Los indicadores de desempeño son conocidos por todos.	01	04	04	16	7	28	13	52	00	00	25	100
Se han implementado controles de calidad que permiten detectar fallas.	02	08	03	12	07	28	11	44	02	08	25	100
Las fallas detectadas son siempre informadas a los superiores.	02	08	12	48	05	20	05	20	01	04	25	100
Se toman las medidas para prevenir las fallas.	00	00	05	20	11	44	06	24	03	12	25	100
Las medidas preventivas adoptadas son eficaces.	00	00	03	12	13	52	09	36	00	00	25	100

En la Tabla 4, se observó que el 44% estuvieron en desacuerdo que se manejen indicadores para controlar el logro de objetivos, el 52% estuvieron en desacuerdo que los indicadores de desempeño son conocidos por todos, el 44% estuvieron en desacuerdo que se hayan implementado controles de calidad que permiten detectar fallas, el 48% estuvieron de acuerdo que las fallas detectadas son siempre informadas a los superiores, el 44% estuvieron indeciso que se tomen las medidas para prevenir las fallas y un 52% estuvieron indeciso que las medidas preventivas adoptadas sean eficaces.

4.1.5 Objetivo 5: Determinar la atención antes, durante y después del servicio en la estación de servicios de Tambogrande, año 2022.

Tabla 5

Asignación de frecuencia y porcentaje de la atención antes del servicio

Ítems	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
	La estación utiliza los medios de publicidad adecuada.	06	02	18	07	48	19	123	49	56	22	251
La publicidad es clara y veraz.	18	07	30	12	48	19	141	56	14	06	251	100
Se cumplen las promesas y expectativas	24	10	30	12	108	43	40	16	49	20	251	100
Nunca me he sentido engañado con el servicio recibido.	42	17	54	22	92	37	42	17	21	08	251	100
Se provee los canales de atención para el acceso a sus servicios.	00	00	120	48	54	22	56	22	21	08	251	100
Los canales de atención son ágiles y efectivos.	60	24	42	17	93	37	42	17	14	06	251	100
Se percibe una buena planificación de la atención a los clientes.	24	10	54	22	96	38	42	17	35	14	251	100

En la Tabla 5, se observó que el 49% estuvieron en desacuerdo que la estación utiliza los medios de publicidad adecuada, el 56% estuvieron en desacuerdo que la publicidad sea clara y veraz, el 43% estuvieron indeciso que se cumplan con las promesas y expectativas, el 37% estuvieron indeciso que se hayan sentido engañados con el servicio recibido, el 48% estuvieron de acuerdo que se provee los canales de atención para el acceso a sus servicios, el 37% estuvieron indeciso que los canales de atención sean ágiles y efectivos, además el 38% estuvieron indeciso que se perciba de una buena planificación de la atención a los clientes.

Tabla 6*Asignación de frecuencia y porcentaje de la atención durante el servicio*

Ítems	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
	Los productos de la estación son de calidad.	114	45	42	17	39	16	35	14	21	08	251
En el grifo se vende la cantidad exacta.	30	12	120	48	66	26	35	14	00	00	251	100%
La atención es rápida y sin demoras.	30	12	42	17	102	41	49	20	28	11	251	100%
El personal está siempre disponible para los clientes.	48	19	108	43	53	21	42	17	00	00	251	100%
El trato es siempre amable y cortés.	24	10	48	19	102	41	56	22	21	08	251	100%
El personal soluciona cualquier inconveniente.	18	7	42	17	60	24	110	44	21	08	251	100%
Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad.	00	00	114	45	67	27	49	20	21	08	251	100%
El pago por el producto y servicio se realizan con seguridad.	108	43	48	19	46	18	28	11	21	08	251	100%
El personal se encuentra uniformado e identificado.	48	19	102	41	52	21	35	14	14	06	251	100%
Las máquinas y equipos son modernas y funcionales.	48	19	36	14	97	39	49	20	21	08	251	100%

En la Tabla 6, se observó que el 45% estuvieron totalmente de acuerdo que los productos de la estación sean de calidad, el 48% estuvieron de acuerdo que en el grifo se vende la cantidad exacta, el 41% estuvieron indeciso que la atención sea rápida y sin demoras, el 43% estuvieron de acuerdo que el personal esté siempre disponible para los clientes, el 41% estuvieron indecisos que el trato sea siempre amable y cortés, el 44% estuvieron en desacuerdo que el personal solucione cualquier inconveniente, el 45% estuvieron de acuerdo que las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad, el 43% estuvieron totalmente de acuerdo que el pago por el producto y servicio se realizan con seguridad, el 41% estuvieron de acuerdo que el personal se encuentran uniformado e identificado y el 49% estuvieron indeciso que las máquinas y equipos son modernas y funcionales.

4.1.7 Objetivo 7: Asignación de frecuencia y porcentaje de la atención después del servicio

Tabla 7

Asignación de frecuencia y porcentaje de la atención después del servicio

Ítems	(5) Totalmente de acuerdo		(4) De acuerdo		(3) Indeciso		(2) En desacuerdo		(1) Totalmente en desacuerdo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
	Las quejas y reclamos son atendidos rápidamente.	00	00	60	24	42	17	100	40	49	20	251
Los reclamos se solucionan satisfactoriamente.	30	12	42	17	109	43	49	20	21	08	251	100%
La Estación le informa sobre las promociones.	24	10	36	14	54	22	123	49	14	06	251	100%

En la Tabla 7, se observó que el 40% estuvieron en desacuerdo que las quejas y reclamos sean atendidos rápidamente, el 43% estuvieron indecisos que los reclamos se solucionan satisfactoriamente y el 49% estuvieron en desacuerdo que la Estación le informa sobre las promociones.

4.1.8 Objetivo 8: Determinar las características que tiene la gestión administrativa para mejorar la atención al cliente de una Estación de servicio de Tambogrande, año 2022.

Tabla 8

Asignación de frecuencia y porcentaje de la gestión administrativa en la atención al cliente

Variables	Escala de Likert										(Σ) Total	
	(5) Muy bueno		(4) Bueno		(3) Regular		(2) Malo		(1) Muy Malo		N°	%
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%		
Gestión administrativa	01	04	07	28	10	40	05	20	02	08	25	100%
Atención al cliente	24	10	72	29	85	34	49	20	21	08	251	100%

En la Tabla 8, se observó que el 40% calificaron en un nivel regular la gestión administrativa y el 34% calificaron en un nivel regular la atención al cliente. Esto se debió que las características más resaltantes de la gestión administrativa estuvieron asociadas con ciertas falencias de la planificación respecto al conocimiento de los objetivos, manuales y procedimientos, así como la efectividad de algunas de las estrategias operativas y comerciales. En cuanto a la organización, existe una necesidad de conocimiento del organigrama, así mismo la falta de materiales en el

área de trabajo, a pesar que se cuenta con la cantidad de colaboradores, maquinarias y equipos suficientes. Respecto a la dirección, hay ciertas debilidades asociadas con la supervisión, comunicación y motivación laboral, sumado a la ausencia de evaluación de indicadores del desempeño laboral y sobre todo para tomar acciones preventivas efectivas.

Esta situación se explica ante las características asociadas con la atención al cliente, debido que antes, durante y después del servicio, reflejó ciertas falencias con la publicidad, cumplimiento de las promesas y expectativas, así como la disposición de canales de atención adecuadas, sumado durante el servicio respecto al trato, solución de inconvenientes, resolución de quejas y reclamos.

V. DISCUSIÓN

El primer objetivo específico, fue conocer la planificación administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande. Los resultados demostraron que la mayoría de los colaboradores estuvieron en desacuerdo que los objetivos sean conocidos, claros y alcanzables, pero afirmaron que hay un manual de procedimientos, aunque no siempre sean fáciles de seguir, por su parte consideran que se asigne un presupuesto para cada año para realizar sus actividades, siendo la gerencia que ha implementado estrategias, pero no siempre las estrategias operativas y comerciales sean efectivas.

Estos resultados implicaron cierta relación con la investigación de Gordon (2018) quien encontró que la debilidad detectada fue la aplicación del proceso administrativo, con carencia de planificación, debido a que existió una necesidad de mejorar sus procesos en base a los objetivos, metas y estrategias. Así también mantuvo cierta similitud con el estudio de Saavedra (2019) quien encontró que la mayor debilidad se encontraba en la planificación estratégica, puesto que no se ha fortalecido el conocimiento de los elementos principalmente como el objetivo y estrategias a los colaboradores.

Además, estos resultados mantienen cierta diferencia teórica respecto a Flores (2020) quién indicó que la planificación administrativa, es un proceso complejo que requiere de conocimientos y compromiso de todas las áreas que forman la empresa y la participación activa de todo el personal. De esta manera la planificación es un proceso por el cual se establecen los objetivos de corto y largo plazo, los cuales deben ser realistas y alcanzables.

El segundo objetivo específico, fue definir la organización administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande. Los hallazgos indicaron que la mayoría de los colaboradores estuvieron de acuerdo que los puestos de trabajo son claramente definidos, pero no todos conocen el organigrama, a pesar que no siempre se le brinda recursos materiales necesarios, estando de acuerdo que la maquinaria y equipos utilizados sean suficientes, aunque se cuente con el número de colaboradores suficiente, necesario y calificados, pero no existe una buena coordinación de las actividades laborales.

Estos resultados implicaron cierta relación con la investigación de Saavedra (2019) quien encontró que la mayor debilidad que se evidenció fue una mala coordinación en la asignación de los recursos a las diferentes áreas de la Institución. Esto implicó una necesidad de mejoramiento de los puestos de trabajo, así como la evaluación de las capacidades y destrezas del personal, sumado a la coordinación que se requiere para el cumplimiento de un mismo laboral.

Además, estos resultados mantienen cierta diferencia teórica en función con Bao et al. (2020) quienes expresaron que es un factor clave para el buen funcionamiento de la organización, señaló que saber diseñar correctamente la organización es esencial para establecer un orden, estructurar e integrar las diferentes áreas orgánicas y los recursos disponibles. De esta manera la organización parte de la definición y difusión de la misión y visión de la empresa, así como de los objetivos, para luego centrarse en la división de la organización.

El tercer objetivo específico, fue conocer la dirección administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande. Los hallazgos demostraron que gran parte de los colaboradores estuvieron en desacuerdo que los trabajos sean supervisados de forma minuciosa y que los supervisores dirigen el trabajo de manera efectiva, así mismo no existe una buena comunicación con los jefes, pero si entre trabajadores, por lo que consideran que no son motivados por sus jefes y no todos se sienten satisfacción laboral.

Estos resultados implicaron cierta relación con la investigación de Salazar y Suárez (2021) quien encontró que la falta de comunicación y liderazgo de sus directivos son sus puntos más débiles. Nos obstante mostró cierta discrepancia con el estudio de Abad (2021) quién encontró que la introducción de las nuevas tecnologías ha sido bien recibida ha contribuido a una mejor integración, facilitando la comunicación y mejorando la motivación de los colaboradores, permitiendo un mejor direccionamiento administrativo.

Estos resultados mantienen cierta diferencia teórica respecto a Meléndez y Bardales (2020) quienes indicaron que la dirección administrativa es la ejecución de los planes, es decir la forma como los directivos son capaces de realizarlos con la colaboración de todo el personal que dirigen. De esta manera la dirección que

realizan deben ser personas con una buena preparación, pues gran parte del trabajo consiste en la toma de decisiones que sean las más convenientes para la empresa, proporcionando el ambiente, herramientas y materiales necesarios.

El cuarto objetivo específico, fue indicar el control administrativo en la Estación de Servicios de Tambogrande. Los resultados indicaron que la mayoría de los colaboradores estuvieron en desacuerdo que se manejan indicadores para controlar el logro de objetivos y que los indicadores de desempeño sean conocidos por todos, mucho menos se ha implementado controles de calidad que permiten detectar fallas, algunos consideran que se tomen las medidas para prevenir las fallas y que las medidas preventivas adoptadas sean eficaces.

Estos resultados implicaron cierta relación con la investigación de Espíritu y Muñoz (2017) quienes encontraron que existió una falta de control en el personal y en otros recursos lo que ocasiona pérdidas importantes, causando además insatisfacción en los usuarios. Puesto que no se han detectado correctamente las fallas laborales y sobre todo no se ha asumido una postura preventiva y de retroalimentación laboral hacia el logro de lo planificado.

Además, estos hallazgos reflejaron cierta diferencia teórica en función a Gonzáles et al. (2020) quienes indicaron que es el proceso que asegura el cumplimiento de los objetivos trazados, siendo necesario evaluar los resultados de lo planificado, con el fin de corregir oportunamente desviaciones o fallas, mediante la toma de decisiones. Por lo tanto, el control busca mantener la empresa orientada hacia el objetivo y se fundamenta en la información actualizada sobre las actividades que se realizan, para lo cual las empresas diseñan los indicadores más convenientes.

El quinto objetivo específico, fue determinar la atención antes, durante y después del servicio en la estación de servicios de Tambogrande. Los resultados demostraron que antes de la atención la mayoría de los clientes indicaron que no existe una correcta publicidad en los medios, no siempre se cumple con las promesas y expectativa, pero si se provee de los canales de atención, a pesar que estos canales no sean rápidos e inmediatos. Durante la atención, los clientes estuvieron conforme con la calidad y cantidad del derivado de gasolina, aunque son

algunos que consideran la atención rápida y sin demoras, del mismo modo con el trato amable y cortés, estando de acuerdo con las instalaciones que cuentan con las medidas de seguridad, pago por el producto y servicio se realizan con seguridad, aunque no todos afirman que las máquinas y equipos son modernos y funcionales. Posterior a la atención, los clientes mencionaron que estuvieron descontentos que las quejas y reclamos sean atendidos rápidamente, algunos consideraron que los reclamos se solucionan satisfactoriamente y por su parte concuerdan que la estación le informa sobre las promociones.

Estos resultados implicaron cierta discrepancia con la investigación de Marchán (2019) quien encontró que las empresas tienen un enfoque al cliente, preocupados por conocer sus necesidades y cumplir sus expectativas; que las estrategias más usadas son la capacitación a su personal y su motivación. Así también los resultados mostraron cierta relación con el estudio de Salazar et al. (2019) quien encontró que el cliente valora el servicio que recibe, muy por encima de otros factores como el precio y la calidad de los productos, donde factores como el tiempo de atención, la empatía, comodidad y limpieza del ambiente son muy valorados. Estos hallazgos también mostraron una afinidad con el trabajo de investigación de Tola (2018) quien encontró que la calidad de los servicios fue aprobada por los clientes y que la calidad como disponibilidad y accesibilidad son buenas. Finalmente, los resultados fueron indiferentes por el estudio de Alcántara y Díaz (2017) quien encontró que existe un bajo nivel de satisfacción de los clientes respecto a la seguridad y empatía.

Estos resultados mantienen cierta diferencia teórica respecto a Carrasco, (2019) quien indicó que la atención al cliente comienza antes del servicio pues el cliente se genera unas expectativas acerca del servicio en base a la publicidad e inicia su evaluación de la empresa desde la facilidad que encuentra en el acceso a sus servicios. De esta manera generar la expectativa en dicho público, es decir, es lo que el cliente espera y de la comparación de sus expectativas versus lo que recibe es que encontrará mayor o menor satisfacción.

Estos resultados también mostraron cierta diferencia teórica respecto a Escudero, (2020) quien indicó que, durante el servicio, el cliente evalúa aspectos

como la confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles versus sus expectativas. Por lo tanto, en esta etapa de atención, los elementos tangibles se refieren a las instalaciones, máquinas, equipos que ponemos a disposición de los clientes o con los cuales le brindamos el servicio y que incluye además la presentación del personal y de todo material entregado.

De la misma manera los resultados también mostraron cierta diferencia teórica respecto a Chacló (2018) quien expresó que mediante la implementación de acciones posventa permitirá hacer un seguimiento sobre el nivel de satisfacción logrado con el cliente y estando atento a resolver cualquier queja o reclamo que pueda provenir de éste. Por lo tanto, la atención a quejas y reclamos es un proceso diseñado para afianzar la relación con el cliente detectando oportunidades de mejora expresadas por el propio cliente.

El objetivo general fue determinar las características que tiene la gestión administrativa para mejorar la atención al cliente de una Estación de servicio de Tambogrande. Los resultados indicaron que la mayoría de los colaboradores calificaron un nivel regular la gestión administrativa y también los clientes calificaron en un nivel regular la atención al cliente.

Esto se debió a que existieron ciertas falencias de la planificación respecto al conocimiento de los objetivos, manuales, procedimientos y estrategias, en cuanto a la organización, existió una necesidad de conocimiento del organigrama, la falta de materiales laboral, en la dirección, hay ciertas debilidades asociadas con la supervisión, comunicación y motivación laboral, en el control asociado con la ausencia de evaluación de indicadores del desempeño y medidas preventivas efectivas. Además, ante las características asociadas con la atención al cliente, se debió que antes, durante y después del servicio, reflejó ciertas falencias con la publicidad, cumplimiento de las promesas y expectativas, así como la disposición de canales de atención adecuadas, sumado durante el servicio respecto al trato, solución de inconvenientes, resolución de quejas y reclamos.

Estos resultados implicaron cierta relación con la investigación de Panta (2022) quien encontró que no se tuvo una buena percepción sobre la gestión administrativa y calidad de servicio; por lo tanto, se tiene que fortalecer sobre todo

en aspectos como la planificación operativa y estratégica. De la misma manera, los hallazgos reflejaron cierta similitud con el estudio de Gordon (2018) quien encontró que la debilidad detectada fue la aplicación del proceso administrativo, con carencia de planificación, por lo que se busca resolver los principales problemas organizacionales centrado en la máxima satisfacción de los clientes. Estos hallazgos también mostraron una afinidad con el trabajo de investigación de Espinoza (2018) quien encontró que el personal con que cuenta no ha sido suficiente para brindar una buena atención, al no existir una adecuada gestión administrativa, las ventas disminuyeron. Finalmente, los resultados implicaron cierta relación con la investigación de Campos y Loza (2017) quien encontró que hubo un total desconocimiento de los usuarios acerca de los servicios de atención al inicio y durante la atención que presta, careciendo de material especializado, para las distintas clases de usuarios.

Estos resultados mantienen cierta diferencia teórica respecto a Jiménez (2019) quien señaló que la gestión administrativa, es el conjunto de tareas y actividades coordinadas realizadas por los directivos de una empresa para el uso óptimo de sus recursos financieros, materiales y humanos con el fin de lograr los mejores resultados. De igual forma los resultados de la atención reflejan cierta discrepancia con el aporte teórico de Carrasco (2019) quien manifestó que son los puntos de contacto con los clientes, a través de distintos canales de atención, físicos o virtuales, con el fin de relacionarse con ellos, antes, durante y después de la venta.

VI. CONCLUSIONES

1. En la planificación administrativa, se encontró que los objetivos laborales no son conocidos, claros ni alcanzables, sin embargo, existe un manual de procedimientos, fácil de seguir. En ocasiones se ha cumplido con el desarrollo de estrategias operativas y comerciales.
2. En la organización administrativa, los puestos de trabajo cuentan con una clara descripción de las funciones. Existe un organigrama poco conocido, sin embargo, no siempre se cuenta con recursos materiales, pero disponen de maquinaria y equipos suficiente para el desarrollo de sus laborales, siendo el personal calificado, aunque no siempre existe una coordinación laboral.
3. En la dirección administrativa, la supervisión y comunicación con los jefes es inadecuada a diferencia de la relación comunicativa entre los trabajadores que es buena, así mismo sienten que no son motivados repercutiendo en su satisfacción laboral.
4. En el control administrativo, no se manejan indicadores para el logro de objetivos y desempeño, puesto que no se han implementado controles de calidad, existiendo una serie de fallas debido a la ausencia de medidas de prevención laboral.
5. En la atención del servicio, disponen de canales de atención inmediata, los productos son de calidad y cantidad exacta, pero la atención ocasionalmente es rápida, puesto que el personal siempre se encuentra a disposición y uniformado, aunque las quejas y reclamos no son atendidos rápidamente y no siempre se solucionan satisfactoriamente.
6. La gestión administrativa y atención al cliente, fue regular, debido a que existen ciertas carencias respecto a la planificación, organización dirección y control que afectado a la atención antes, durante y posterior del servicio que perciben los distintos clientes.

VII. RECOMENDACIONES:

1. Realizar un taller de formación y orientación al recurso laboral sobre los objetivos, metas, estrategias operativas y comerciales, se han establecido para su adecuado cumplimiento en función a lograr un mayor desarrollo administrativo en cada jornada de trabajo.
2. Desarrollar la técnica de las 5C que consiste esencialmente en promover la comunicación, coordinación, complementariedad, confianza y compromiso para generar una mayor coordinación entre las áreas y equipos de trabajo en cada jornada laboral.
3. Promover actividades de supervisión y monitoreo en las distintas tareas asignadas al personal de todas las áreas, con el propósito de obtener un mayor rendimiento laboral en función a cumplir efectivamente con lo planificado en cada jornada de trabajo.
4. Promover acciones de feedforward en la empresa, para anticiparse ante un escenario de incertidumbre laboral, para mejorar la efectividad en el desarrollo de tareas y actividades durante cada jornada de trabajo, logrando de esta manera cumplir con los lineamientos establecidos.
5. Mejorar los procesos de atención al cliente, a través de la implementación de un sistema de autoservicio de combustible y atención digitalizada para solucionar las distintas quejas y reclamos que puedan efectuar durante la adquisición y abastecimiento de combustible.
6. Fortalecer los procesos administrativos, mediante la toma de estrategias de crecimiento y expansión en el rubro, así como la organización, dirección y control de las actividades laborales para garantizar una mejor atención al cliente antes y posterior del abastecimiento de combustible.

VIII. PROPUESTA

8.1. Título de la propuesta

Estrategias de gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente en la Estación de Servicios Tambogrande.

8.2. Introducción

El escenario empresarial esencialmente del sector de estación de servicio, ha tomado mucho valor debido a su expansión y crecimiento de manera progresiva, sin embargo, es inminente comprender que para lograr su sostenibilidad es necesario cumplir con los procesos que componen la gestión administrativa, que permita relativamente planificar las actividades, acciones y estrategias laborales en función al cumplimiento de las metas y objetivos establecidos durante cada jornada laboral. De la misma manera con la organización ante los puestos, recursos y coordinación laboral y sobre todo del direccionamiento que implica una correcta comunicación y motivación del recurso laboral.

Sin embargo estos principios que rigen la administración en las empresas usualmente no son implementados de manera efectiva, producto de la cual se tienen un control inadecuado en cuanto a la detección de fallas laborales, así como su corrección que incidido a la atención al cliente antes, durante y después del servicio, esta realidad ha conducido que los clientes mantengan una experiencia inadecuada, así como la confianza y sobre todo la solución de algún reclamo que podrían efectuar durante la adquisición de sus combustibles.

Por lo tanto, la problemática en la mayoría de las empresas de estación de servicios está relacionada con desarrollar actividades administrativas que se ajuste a los lineamientos de planificación, bajo este enfoque la atención se ha limitado sustancialmente, requiriendo de un mayor compromiso y sobre todo de direccionamiento del líder o jefes mediante una supervisión efectiva. De tal manera que la propuesta de la investigación está comprendida en cuando a la participación de estrategias administrativas para potenciar la atención al cliente.

8.3. Objetivos

Objetivo general

Realizar estrategias de gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande.

Objetivos específicos

- a) Efectuar el desarrollo de estrategias de planificación administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande.
- b) Realizar estrategias de organización administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande.
- c) Establecer estrategias de dirección administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande.
- d) Realizar estrategias de control administrativo en la Estación de Servicios Tambogrande.
- e) Desarrollar estrategias para mejorar la atención al cliente en la Estación de Servicios Tambogrande.

8.4. Justificación

El desarrollo de la propuesta tiene como base poder mejorar la situación de la gestión administrativa y atención al cliente en la Estación de Servicios Tambogrande. Debido que existen ciertas carencias asociados con la falta de conocimiento de los colaboradores por los objetivos, metas y estrategias establecidas, así mismo en la organización puesto que no existe una correcta coordinación laboral, sumado a la dirección administrativa que la comunicación es uno de los factores que afectan al cumplimiento de las actividades laborales, de la misma manera con el control administrativo en cuanto asumir una postura correctiva ante el monitoreo y seguimiento laboral.

Siendo estos los principales aspectos o factores que fundamentan la relevancia de poder establecer una propuesta de mejora que permita alinear las actividades laborales del personal y sobre todo garantizar un servicio efectivo antes, durante y posterior de la atención al cliente.

8.5. Matriz estratégica

Para analizar la matriz EFI y EFE se tuvo en cuenta los aspectos más relevantes de los resultados en cuanto a las variables gestión administrativa y atención al cliente de la Estación de Servicios Tambogrande. A continuación, se clasifica:

Matriz EFI			
Instrucciones: Peso: 0.0 = No importante / 1.0 = Absolutamente importante Calificación: 1 = Debilidad menor / 2 = Debilidad mayor / 3 = Fuerza menor / 4 = Fuerza mayor			
Factores	Pes.	Cal.	Total
Fortalezas			
- Calidad en la variedad de combustible	0.12	4	0.48
- Puestos de trabajo claramente asignados	0.12	4	0.48
- Recurso laboral suficiente y técnico	0.12	4	0.48
- Se cuenta con MOF y RIT	0.10	3	0.30
- Se dispone de materiales y equipos de trabajo	0.10	3	0.30
Debilidades			
- Bajo conocimiento de los objetivos y estrategias	0.08	1	0.08
- Ausencia de coordinación y supervisión laboral	0.08	1	0.08
- Limitaciones en la comunicación laboral	0.08	1	0.08
- Falta de prevención y retroalimentación laboral	0.08	1	0.08
- Deficiencias en la atención al cliente	0.12	2	0.24
	1.00	-	2.60

Elaborado por la autora.

En consideración a la calificación de la Matriz EFI, se obtuvo una puntuación total de 2.60, donde los factores que integraron las fortalezas obtuvieron 2.04 puntos y las debilidades obtuvieron 0.56 puntos. Estas ponderaciones reflejaron que la Estación de Servicios Tambogrande, dispone de una mayor fortaleza ante sus principales debilidades, por lo cual para afrontar estas debilidades deberá asumir ciertas estrategias que permitan mejorar tanto los procesos de gestión administrativa como la atención del cliente.

Matriz EFE			
Instrucciones:			
Peso: 0.0 = No importante / 1.0 = Absolutamente importante			
Calificación: 1 = Amenaza menor / 2 = Amenaza mayor / 3 = Oportunidad menor / 4 = Oportunidad mayor			
Factores	Pes.	Cal.	Total
Oportunidades			
- Nuevos nichos de mercado	0.12	4	0.48
- Dinamismo del sector de transporte	0.12	4	0.48
- Incremento de vehículos motorizados	0.12	4	0.48
- Acceso a fuentes financieras	0.08	3	0.24
- Políticas de sostenibilidad económica	0.08	3	0.24
Amenazas			
- Ingreso de nuevas estaciones de servicio	0.12	2	0.24
- Tarifas competitivas de combustible	0.08	1	0.08
- Inestabilidad de los costos de combustible	0.12	2	0.24
- Paralización por huelgas de transportistas	0.08	1	0.08
- Nuevas medidas tributarias	0.08	1	0.08
	1.00	-	2.64

Elaborado por la autora.

En consideración a la calificación de la Matriz EFE, se obtuvo una puntuación total de 2.64, donde los factores que integraron las oportunidades obtuvieron 1.92 puntos y las amenazas obtuvieron 0.72 puntos. Estas ponderaciones reflejaron que la Estación de Servicios Tambogrande, dispone de una mayor oportunidad ante sus principales amenazas, por lo cual para afrontar estas debilidades deberá asumir ciertas estrategias que permita aprovechar su entorno como es el dinamismo y crecimiento de mercado de transportistas para afrontar los principales factores competitivos en el rubro.

8.5. Análisis FODA

Para el análisis y planteamiento de las estrategias, estas fueron identificadas teniendo en cuenta las variables de gestión administrativa y atención al cliente de la Estación de Servicios Tambogrande. A continuación, se detallan:

	Fortalezas	Debilidades
	F ₁ Calidad en la variedad de combustible F ₂ Puestos de trabajo claramente asignados F ₃ Recurso laboral suficiente y técnico F ₄ Se cuenta con MOF y RIT F ₅ Se dispone de materiales y equipos de trabajo	D ₁ Bajo conocimiento de los objetivos y estrategias D ₂ Ausencia de coordinación y supervisión laboral D ₃ Limitaciones en la comunicación laboral D ₄ Falta de retroalimentación laboral D ₅ Deficiencias en la atención al cliente
Oportunidades	FO	DO
O ₁ Nuevos nichos de mercado O ₂ Dinamismo del sector de transporte O ₃ Incremento de vehículos motorizados O ₄ Acceso a fuentes financieras O ₅ Políticas de sostenibilidad económica	Promover la adquisición de auto-servicio de dispensadores de combustible (O1;O2;O4;F1;F5)	Fortalecer el conocimiento de la planificación y Control administrativo (O1;O3;D1;D2) Promover talleres de comunicación intragrupal (O1;O3;D3)
Amenazas	FA	DA
A ₁ Ingreso de nuevas estaciones de servicio A ₂ Tarifas competitivas de combustible A ₃ Inestabilidad de los costos de combustible A ₄ Paralización por huelgas de transportistas A ₅ Nuevas medidas tributarias	Ofrecer descuentos ante productos complementarios (A1;A2;A3;F1)	Ofrecer una atención digitalizada para la resolución de quejas y reclamos (A2;A3;D5)

Elaborado por la autora.

Planteamiento de estrategias

Respecto el desarrollo de las estrategias propuesta en la Estación de Servicios Tambogrande, se tendrá en consideración cada una de las actividades y recursos que requiere para su ejecución. A continuación, se describieron:

Estrategias FO: Promover la adquisición de dispensadores de auto-servicio de combustible

a. Descripción

La estrategia estará asociada principalmente con proporcionar un mejor servicio al cliente, mediante la disposición de dispensadores automáticos de combustible de gasolina para generar una mayor reducción del tiempo de atención y generar una mejor respuesta ante el segmento de transportista en cumplimiento con las metas y objetivos operativos establecidos en la planificación de la estación de servicio.

b. Metas

- Lograr mejorar un 90% la atención al cliente
- Logar cubrir un 80% la respuesta de atención al cliente

c. Tácticas

- Mejorar el proceso de espera del cliente
- Mejorar fiabilidad del cliente
- Cumplir con la expectativa del cliente

d. Programa estratégico

El desarrollo de la estrategia para la adquisición de dispensadores de autoservicio de combustible, será ejecutado mensualmente que comprende de enero hasta abril del 2023, que estará a cargo por la gerencia de la Estación de Servicio Tambogrande, por lo cual la estrategia contribuirá a generar un mejor servicio al segmento de clientes transportistas.

e. Cronograma de actividades

Actividades	Ene-23				Feb-23				Marz-23				Abri-23				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
a) Reunión con el área de gerencia de la estación de servicio.	■	■															
b) Realizar un análisis de mercado de nuevos dispensadores automáticos.			■	■	■	■											
c) Comparar los diferentes costos de los proveedores.								■	■								
d) Adquirir los nuevos dispensadores automáticos.									■	■	■	■					
e) Evaluación de los resultados.													■	■			

Elaborado por la autora.

f. Costos incurridos

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				S/. 42.60
1.1.1	Hojas de trabajo	Hill.	02	S/. 12.20	S/. 24.40
1.1.2	Lapiceros	Doc.	01	S/. 08.00	S/. 08.00
1.1.3	Resaltador	Unis.	02	S/. 2.20	S/. 4.40
1.1.4	Fólderes	Pal.	05	S/. 2.60	S/. 13.00
1.2.	Servicios requeridos				S/. 1,900.00
1.2.1	Transporte	Glb.	02	S/. 400.00	S/. 800.00
1.2.2	Refrigerio	Glb.	02	S/. 550.00	S/. 1,100.00
1.3.	Maquinaria y equipo				S/.20,000.00
1.2.1	Presupuesto para la adquisición de dispensadores automáticos	Glb.	01	S/.20,000.00	S/.20,000.00
Costo de la estrategia:					S/.21,942.60

Elaborado por la autora.

g. Viabilidad

La Estación de Servicios de Tambogrande, dispone de los recursos suficiente tales como económicos, financieros, humanos y físicos para la adquisición de dispensadores de autoservicio de combustible, para lo cual deberá en el 2023, asumir un costo total de S/. 21,942.60, para poder gestionar la compra de nuevos dispensadores de combustibles.

h. Mecanismo de control

- Aprovechamiento del sector transportista.
- Aprovechamiento del incremento vehicular.
- Aprovechamiento de la variedad de combustible.

Estrategias DO: Fortalecer el conocimiento de la planificación y Control administrativo

a. Descripción

La estrategia contemplara promover el conocimiento de las metas que debe cumplir el personal de las diferentes áreas de la estación de servicio, así como efectuar un mayor seguimiento y monitoreo sobre los resultados laborales en cada jornada de trabajo, para asegurar un servicio de calidad mediante el desarrollo de los procesos administrativos, asumiendo un perfil de mejoramiento continuo que proporcione una mejor resolución de fallas laborales.

b. Metas

- Alcanzar un 95% de planificación administrativa
- Alcanzar un 90% de control administrativo

c. Tácticas

- Mejorar el conocimiento de las metas planificadas.
- Conocer el rendimiento laboral.
- Mejorar la prevención de fallas laborales.

d. Programa estratégico

El desarrollo de la estrategia basado a fortalecer el conocimiento de la planificación y Control administrativo, será ejecutado mensualmente que comprende de enero hasta marzo del 2023, que estará a cargo por la gerencia de la Estación de Servicio Tambogrande, por lo cual la estrategia contribuirá a garantizar una mayor orientación sobre las quejas y objetivos operativos y comerciales, así como garantizar un mejor desarrollo laboral.

e. Cronograma de actividades

Actividades	Ene-23				Feb-23				Mar-23				Abr-23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
a) Reunión con el área de gerencia de la estación de servicio	■															
b) Diseñar el taller de planificación y control administrativo		■	■			■	■									
c) Ejecutar la mejora del personal			■	■		■	■			■	■					
d) Supervisar su correcto desarrollo		■				■				■						
e) Evaluación de los resultados											■	■				

Elaborado por la autora.

f. Costos incurridos

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				S/. 108.80
1.1.1	Hojas de trabajo	Mill.	05	S/. 12.20	S/. 61.00
1.1.2	Lapiceros	Doc.	02	S/. 08.00	S/. 16.00
1.1.3	Resaltador	Unid.	05	S/. 2.20	S/. 11.00
1.1.4	Fólderes	Paq.	08	S/. 2.60	S/. 20.80
1.2.	Servicios requeridos				S/. 3,500.00
1.2.1	Transporte	Glb.	02	S/. 400.00	S/. 800.00
1.2.2	Refrigerio	Glb.	02	S/. 550.00	S/. 1,100.00
1.2.3	Capacitador	Mes	01	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00
Costo de la estrategia:					S/. 3,608.80

Elaborado por la autora.

g. Viabilidad

La Estación de Servicios de Tambogrande, dispone de los recursos suficiente para efectuar un taller basado a fortalecer el conocimiento de la planificación y mejorar las acciones de control administrativo, para lo cual deberá en el 2023, asumir un costo total de S/. 3,608.80, para poder alinear el personal en su jornada de trabajo.

h. Mecanismo de control

- Aprovechamiento del dinamismo del sector.
- Aprovechamiento de los recursos administrativos.
- Promover un mejor proceso administrativo.

Estrategias DO: Promover talleres de comunicación intragrupal.

a. Descripción

La estrategia estará relacionada con generar un taller que permita fortalecer los comunicativo entre los grupos de trabajo con los líderes, jefes y supervisores de cada área de trabajo, para asegurar una mayor coordinación laboral que permita generar un mejor cumplimiento de cada una de las tareas y actividades laborales que se asignen a lo largo de cada jornada, cumpliendo con los lineamientos de direccionamiento administrativo.

b. Metas

- Alcanzar un 90% de trabajo conjunto.
- Alcanzar un 95% de comunicación efectiva.

c. Tácticas

- Fortalecer la cooperación laboral.
- Mejorar la coordinación de trabajo.
- Mejorar la integración laboral.

d. Programa estratégico

El desarrollo de la estrategia basado a promover talleres de comunicación intragrupal, será ejecutado mensualmente que comprende de enero hasta febrero del 2023, que estará a cargo por la gerencia de la Estación de Servicio Tambogrande, por lo cual la estrategia contribuirá a generar un mejor direccionamiento administrativo a través de la comunicación entre los grupos de colaboradores con las jefaturas.

e. Cronograma de actividades

Actividades	Ene-23				Feb-23				Marz-23				Abri-23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
a) Reunión con el área de gerencia de la estación de servicio	■															
b) Diseñar el taller de comunicación intragrupal		■	■													
c) Ejecutar el taller de mejora al personal				■	■	■	■	■								
d) Supervisar su correcto desarrollo				■			■	■								
e) Evaluación de los resultados							■	■								

Elaborado por la autora.

f. Costos incurridos

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				S/. 74.00
1.1.1	Hojas de trabajo	Mill.	03	S/. 12.20	S/. 36.60
1.1.2	Lapiceros	Doc.	02	S/. 08.00	S/. 16.00
1.1.3	Resaltador	Unid.	05	S/. 2.20	S/. 11.00
1.1.4	Fólderes	Paq.	04	S/. 2.60	S/. 10.40
1.2.	Servicios requeridos				S/. 2,850.00
1.2.1	Transporte	Glb.	02	S/. 400.00	S/. 800.00
1.2.2	Refrigerio	Glb.	01	S/. 550.00	S/. 550.00
1.2.3	Capacitador	Mes	01	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Costo de la estrategia:					S/. 2,924.00

Elaborado por la autora.

g. Viabilidad

La Estación de Servicios de Tambogrande, dispone de los recursos suficiente tales como económicos, financieros, humanos y físicos para efectuar un taller basado a mejorar la comunicación intragrupal, para lo cual deberá en el 2023, asumir un costo total de S/. 2,924.00 para poder mejorar el direccionamiento administrativo hacia la coordinación y relación laboral.

h. Mecanismo de control

- Aprovechar el dinamismo del sector
- Aprovechamiento de los recursos administrativos
- Garantizar un mejor apoyo administrativo

Estrategias FA: Ofrecer descuentos ante productos complementarios

a. Descripción

La estrategia estuvo vinculada con poder proporcionar a sus principales clientes durante el servicio un mayor descuento de productos complementarios de su minimarket y otros que cumplirán sus expectativas respecto a lo que espera el cliente muy aparte de abastecerse de combustible, asegurando la habitualidad de los clientes en función a los beneficios que le proporciona la estación de servicios.

b. Metas

- Alcanzar un 60% de frecuencia de los clientes
- Alcanzar un 80% de vínculo con el cliente

c. Tácticas

- Mejorar el servicio pos-venta.
- Mejorar la fiabilidad del cliente.
- Mejorar las promociones a los clientes.

d. Programa estratégico

El desarrollo de la estrategia que consiste en ofrecer descuentos ante productos complementarios, será ejecutado mensualmente que comprende de septiembre hasta diciembre del 2023, que estará a cargo por la gerencia de la Estación de Servicio Tambogrande, por lo cual la estrategia contribuirá a generar una mayor atención y expectativa de los clientes hacia los beneficios que puedan percibir los clientes a diferencia de la competencia del sector

e. Cronograma de actividades

Actividades	Sep-23				Oct-23				Nov-23				Dic-23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
a) Reunión con el área de gerencia de la estación de servicio	■	■														
b) Establecer los nuevos descuentos de los productos			■	■			■	■			■	■				
c) Aplicación de los descuentos					■	■			■	■			■	■		
d) Monitoreo de su aplicación					■	■			■	■			■	■		
e) Evaluación de los resultados						■				■				■		

Elaborado por la autora.

f. Costos incurridos

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				S/. 42.60
1.1.1	Hojas de trabajo	Mill.	02	S/. 12.20	S/. 24.40
1.1.2	Lapiceros	Doc.	01	S/. 08.00	S/. 08.00
1.1.3	Resaltador	Unid.	02	S/. 2.20	S/. 04.40
1.1.4	Fólderes	Paq.	05	S/. 2.60	S/. 13.00
1.2.	Servicios requeridos				S/. 3,550.00
1.2.1	Transporte	Glb.	01	S/. 400.00	S/. 400.00
1.2.2	Refrigerio	Glb.	01	S/. 550.00	S/. 550.00
1.2.3	Banner promocional y soporte	Mes	04	S/. 650.00	S/. 2,600.00
Costo de la estrategia:					S/. 3,592.60

Elaborado por la autora.

g. Viabilidad

La Estación de Servicios de Tambogrande, dispone de los recursos suficiente tales como económicos, financieros, humanos y físicos para ofrecer descuentos ante productos complementarios, para lo cual deberá en el 2023, asumir un costo total de S/. 3,592.60, para poder generar un mayor beneficio en base a descuentos que incrementar la frecuencia de los clientes.

h. Mecanismo de control

- Enfrentar la competencia del sector y/o rubro
- Asumir una postura más participativa
- Aprovechar los productos de la estación de servicio

Estrategias DA: Ofrecer una atención digitalizada para la resolución de quejas y reclamos

a. Descripción

La estrategia estará relacionada con poder generar una mejor atención al cliente mediante el uso de los medios digitales de la estación de servicio, en función a solucionar los distintas quejas, reclamos, sugerencias o mejoras por parte de los clientes, asumiendo una cultura de apoyo y orientación al cliente a través de un continuo seguimiento, así como la información de las tarifas de los diferentes combustibles.

b. Metas

- Lograr atender un 90% de quejas y reclamos
- Alcanzar un 95% de seguimiento de los clientes

c. Tácticas

- Mejorar la solución de quejas y reclamos
- Fortalecer el soporte de atención de los clientes
- Fortalecer la confianza del cliente

d. Programa estratégico

El desarrollo de la estrategia basado a ofrecer una atención digitalizada para la resolución de quejas y reclamos, será ejecutado mensualmente que comprende de enero hasta abril del 2023, que estará a cargo por la gerencia de la Estación de Servicio Tambogrande, por lo cual la estrategia contribuirá a poder reducir de manera gradual las quejas y reclamos que pueden efectuar antes, durante y posterior de su atención de manera digital.

e. Cronograma de actividades

Actividades	Ene-23				Feb-23				Marz-23				Abri-23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
a) Reunión con el área de gerencia de la estación de servicio																
b) Solicitar un servicio de atención digitalizada																
c) Aplicación del servicio de atención digitalizada																
d) Seguimiento de las quejas y reclamos																
e) Evaluación de los resultados																

Elaborado por la autora.

f. Costos incurridos

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				S/. 30.40
1.1.1	Hojas de trabajo	Mill.	01	S/. 12.20	S/. 12.20
1.1.2	Lapiceros	Doc.	01	S/. 08.00	S/. 08.00
1.1.3	Resaltador	Unid.	02	S/. 2.20	S/. 04.40
1.1.4	Fólderes	Paq.	05	S/. 2.60	S/. 13.00
1.2.	Servicios requeridos				S/. 4,000.00
1.2.1	Transporte	Glb.	01	S/. 200.00	S/. 200.00
1.2.2	Refrigerio	Glb.	01	S/. 300.00	S/. 300.00
1.2.3	Diseño del portal web	Und.	01	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00
Costo de la estrategia:					S/. 4,030.40

Elaborado por la autora.

g. Viabilidad

La Estación de Servicios de Tambogrande, dispone de los recursos suficiente tales como económicos, financieros, humanos y físicos ofrecer una atención digitalizada para la resolución de quejas y reclamos, para lo cual deberá en el 2023, asumir un costo total de S/. 4,030.40, para poder generar un mejor servicio al cliente, logrando asumir un mejor vínculo.

h. Mecanismo de control

- Asumir una postura competitiva.
- Garantizar una mayor expansión.
- Aprovechar el mercado.

8.8. Resumen de las estrategias

Tabla 9

Resumen del costo total de las estrategias de la estación de servicio

Estrategias		
Detalles		Costo
Estrategia FO	Promover la adquisición de auto-servicio de dispensadores de combustible	S/. 21,949.80
Estrategia DO	Fortalecer el conocimiento de la planificación y Control administrativo	S/. 3,608.80
Estrategia FA	Promover talleres de comunicación intragrupal	S/. 2,924.00
Estrategia DA	Ofrecer descuentos ante productos complementarios	S/. 3,599.80
Estrategia DA	Ofrecer una atención digitalizada para la resolución de quejas y reclamos	S/. 4,037.60
		S/.36,119.20

Elaborado por la autora.

El costo que comprendió el total de las estrategias fue de S/. 36,119.20 relacionados con la gestión administrativa para mejorar el servicio de atención al cliente, la cual será de vital importancia que la Estación de Servicios de Transporte pueda implementar en los periodos futuros, en beneficio de su desarrollo y expansión en el sector.

8.9. Beneficio sobre costo

Tabla 10

Estimación y proyección de los ingresos y egresos de la estación de servicio

Descripción	Año 2021-2022	Año 2022-203	Año 2023-2024
Ingresos	S/. 10,202,374.00	S/. 10,426,658.88	S/. 13,483,457.48
Egresos	S/. 8,218,909.00	S/. 9,205,178.08	S/. 10,898,230.13
Beneficio Neto	S/. 1,983,465.00	S/. 2,221,480.80	S/. 2,585,227.34

Elaborado por la autora.

Mediante la estimación y proyección de los periodos anuales, se demostró para el 2021- 2022, una tasa de 12% de crecimiento, permitiendo arrojar un ingreso de S/. 10,426,658.88 y egreso de S/. 9,205,178.08, obteniendo un beneficio de neto de S/. 1,983,465.00, a diferencia del periodo 2022-2023, que se espera un crecimiento del 18% en el rubro de servicio de combustible que reflejara un ingreso de S/. 10,426,656.88 y egreso de S/. 9,205,178.08, incluyendo el costo de las estrategias, obteniendo un beneficio neto de S/. 2,221,480.80.

Finalmente, en el periodo 2023-2024, obteniendo un beneficio neto de S/. 2,585,227.34. Por lo tanto, la posición económica de la estación de servicio es adecuada, debido a que cuenta con las condiciones y escenario de recuperación para poder implementar las estrategias.

Tabla 11*Beneficio sobre el costo de las estrategias*

Relación B/C	S/. 28,848,726.36
	S/. 23,267,322.25
Total	1.24

Elaborado por la autora.

De esta manera el beneficio es mayor al costo, demostraron que por cada S/. 1 que invierta, recuperará S/. 1.24 para el periodo anual 2023. Esto demostró que la Estación de Servicios Tambogrande, debe de mejorar esencialmente los componentes de la gestión administrativa, para lograr una mayor atención al cliente, que permitirá atraer más clientes, para el cual debe asumir una posición más estratégica en cuanto a poder adquirir dispensadores de combustible automático, así como fortalecer el conocimiento de la planificación y mejorar el control administrativo, sumado al fortalecimiento de la comunicación intragrupal. Además, ofrecer descuentos y atención digitalizada en la resolución de quejas y reclamos, explicando de esta manera que es factible el desarrollo de la propuesta.

REFERENCIAS

- Abad, M. (2021). Las tecnologías de información y comunicaciones en la gestión administrativa de instituciones educativas de Piura. Tesis. Universidad Nacional de Piura.
- Alcántara, C. y Díaz, J. (2017). Propuesta de mejora en la gestión de atención al cliente en una agencia de ventas de Trujillo. Tesis. Universidad Privada del Norte
- Anchelia V., Inga, M., Olivares, P., & Escalante, J. (2021). La gestión administrativa y compromiso organizacional en instituciones educativas. Propósitos y representaciones, 9(SPE1), 899.
- Arias F. (2017). Proyecto de investigación: introducción a la metodología científica. 6ta edición. Editorial Episteme. Caracas
- Bao, C., Marcelo, M., Gutiérrez, M., Bardales, R., Corcino, F., & Huamanyauri, W. (2020). Gestión administrativa y calidad de servicio percibida por usuarios de una escuela de posgrado, Huánuco-Perú. Gaceta científica, 6(2), 104-114.
- Barreto, A. (2018). Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018.
- Campos, R. y Loza, F. (2017). Incidencia de la gestión administrativa de la biblioteca municipal "Pedro Moncayo". Tesis. Universidad de Quito. Ecuador.
- Carrasco, S. (2019). Atención al cliente en el proceso comercial. Ediciones Paraninfo, SA.
- Chaclón, C. (2018). La atención al cliente y el servicio postventa. Ediciones Diaz de Santos.
- Escudero, M. (2020). Comunicación y atención al cliente. Editorial Paraninfo.
- Espinoza, C. (2018). Gestión administrativa y su incidencia en la captación de clientes de la agencia CNT del cantón El Empalme, Guayas. Tesis. Universidad de Guayaquil. Ecuador

- Espíritu Y. y Muñoz F. (2017). Gestión administrativa y su relación con la satisfacción laboral en la microred de salud de Satipo. Tesis. Universidad Peruana Los Andes.
- Flores, A. (2020). Gestión administrativa y planeamiento estratégico en la gestión de recursos financieros UGEL-04-2020. CIID Journal, 1(1), 271-282.
- Gavilánez, M., Espín, M., & Arévalo, M. (2018). "Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador. Observatorio de la economía latinoamericana.
- Godoy, J. (2019). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. Observatorio laboral revista venezolana, 4(8), 23-35.
- González, S., Viteri, D., Izquierdo, A., & Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. Revista Universidad y Sociedad, 12(4), 32-37.
- Gordon, R. (2018). La gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán. Tesis. Universidad de Guayaquil.
- Hernández R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México. México: EditorialMc Graw Hill Education.
- Hernandez, N., & Ricardo, J. (2018). Gestión empresarial y posmodernidad. Infinite Study.
- Jimenez, M. (2019). Gestión administrativa. Editorial Lufansa. México
- López, J. (2020). Fundamentos de atención al cliente. Editorial Elearning, SL.
- López, S. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. Ediciones Paraninfo, S.A.

- Marchán, C. (2019). Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mype rubro restaurante en la Urbanización Santa Ana Piura. Tesis. Universidad Los Angeles de Chimbote
- Meléndez, J., & Bardales, J. (2020). Satisfacción laboral en la gestión administrativa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1510-1523.
- Merlo, O., Cazar, A., & Benítez, J. (2019). Buenas prácticas de gestión administrativa en empresas de servicios en la ciudad de Ibarra. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
- Muñoz, L. (2017). Consideraciones teóricas sobre atención al cliente. *Contribuciones a la Economía*.
- Palomo, M. (2019). Atención al cliente. Ediciones Paraninfo, SA.
- Panta, S. (2022). Gestión administrativa y calidad del servicio del directivo, en docentes de Instituciones Educativas de Secundaria del distrito Frías-Piura. Tesis. Universidad César Vallejo de Piura.
- PRODUCE (2017). Encuesta Nacional de Empresas. Realizada con apoyo del Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Quiroa, F. (2019). La gestión administrativa en la era moderna. México: Editorial Nuevo Mundo. Tercera edición.
- Saavedra, J. (2019). La Gestión Administrativa Institucional y la Calidad del Servicio de la Oficina de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal. Tesis. Universidad Peruana Las Américas.
- Salazar, F. y Suárez A. (2021). La gestión administrativa y su relación con la satisfacción del cliente en una cooperativa de ahorro y crédito de Lima durante el periodo 2019. Tesis. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

- Salazar, N., Martínez, C., Gomez, L., & Sánchez, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*. Universidad Autónoma de Coahuila. México.
- Salgado C. (2018). *Manual de investigación teórica y práctica para hacer la tesis según la metodología cuantitativa*. Fondo editorial de la Universidad Marcelino Champagnat. Lima. Perú.
- Sánchez, A., & Navarro, J. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editex.
- Suárez, M. (2018). *Gestión Empresarial: una paradigma del siglo XXI*. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 3(8), 44-64.
- Tola, N. (2018). *Influencia de la gestión administrativa en los servicios de salud de los hospitales de Essalud de la Región Puno*. Tesis. Universidad de Lima
- Vásquez W. (2019). *Metodología de la investigación*. Universidad San Martín de Porres. Unidad académica de estudios generales. Santa Anita – Lima. Perú.

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión Administrativa	Conjunto de tareas y actividades coordinadas realizadas por los directivos de una empresa para el uso óptimo de sus recursos financieros, materiales y humanos con el fin de lograr los mejores resultados posibles (Jiménez, 2019).	La variable gestión administrativa fue analizada por cada una de sus etapas, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario de escala ordinal a los colaboradores de la empresa	Planeación administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Metas - Estrategias 	Ordinal
			Organización administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Puestos de trabajo - Recursos materiales - Talento humano - Coordinación 	
			Dirección administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Comunicación interna - Motivación al personal 	
			Control administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Detección de fallas - Medidas preventivas - Retroalimentación 	
Atención al Cliente	Herramienta de marketing, que define y organiza puntos de contacto con los clientes, a través de distintos canales de atención, físicos o virtuales, con el fin de relacionarse con ellos, antes, durante y después de la venta (Carrasco, 2019).	La variable atención al cliente será medida con sus dimensiones antes, durante y después del servicio a través de la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario de escala ordinal a la muestra de clientes de de estación de servicios.	Antes del servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Expectativas - Canales de atención 	Ordinal
			Durante el servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Confiabilidad - Capacidad de respuesta - Empatía - Seguridad - Elementos tangible 	
			Después del servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Atención de reclamos - Servicios pos venta - Seguimiento 	

Elaboración propia.

ANEXO 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema de investigación	Objetivos de investigación	Método
	Problema general	Objetivo General	
Gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande, año 2022	¿Qué características tiene la gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande, año 2022?.	Determinar las características que tiene la gestión administrativa para mejorar la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande, año 2022.	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Diseño: No experimental y transversal NIVEL: Descriptiva Técnica e instrumentos: Encuesta y cuestionario Escala: Ordinal Método de análisis: SPSS V.26.
	Problema específicos	Objetivos específicos	
	(a) ¿Cuál es la planificación administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande, año 2022?	(a) Conocer la planificación administrativa en la Estación de Servicios Tambo Grande, año 2022.	
	(b) ¿Cómo es la organización administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande año, 2022?.	(b) Definir la organización administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande, año 2022.	
	(c) ¿Cómo es la dirección administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande año, 2022?	(c) Conocer la dirección administrativa en la Estación de Servicios Tambogrande, año 2022.	
(d) ¿Cuál es el control administrativo en la Estación de Servicios de Tambogrande, año 2022?	(d) Indicar el control administrativo en la Estación de Servicios de Tambogrande, año 2022.		
(e) ¿Cómo es la atención antes, durante y después del servicio en la estación de servicios de Tambogrande año 2022?.	(e) Determinar la atención antes, durante y después del servicio en la estación de servicios de Tambogrande, año 2022, año 2022.		

Elaboración propia.

ANEXO 3

MATRIZ DE INSTRUMENTOS

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES		INSTRUMENTO A: CUESTIONARIO	
				N° DE ÍTEMS	ÍTEMS
Vx. Gestión administrative	X1. Planificación administrativa	X1.1	- Objetivos	02	1. Los objetivos de la empresa son conocidos por todos los colaboradores. 2. Los objetivos planteados por la Gerencia son claros y alcanzables.
		X1.2	- Metas	04	3. Existe un manual de procedimientos en la empresa. 4. Los procedimientos son simples y fáciles de seguir. 5. La empresa tiene un presupuesto previamente elaborado para cada año. 6. Se cumple estrictamente con los gastos presupuestados.
		X1.3	- Estrategias	02	7. La Gerencia implementa estrategias adecuadas para la empresa. 8. Las estrategias operativas y comerciales que se plantean son efectivas.
	X2. Organización administrativa	X2.1	- Puestos de trabajo	02	9. Los puestos de trabajo se encuentran claramente definidos. 10. Existe un organigrama de la empresa conocido por todos.
		X2.2	- Recursos materiales	02	11. Los colaboradores cuentan con los recursos materiales necesarios para realizar bien su trabajo. 12. La maquinaria y equipos utilizados en las operaciones son suficientes.
		X2.3	- Talento humano	02	13. La empresa cuenta con el número de colaboradores suficiente y necesario. 14. Los colaboradores se encuentran debidamente calificados para los puestos que ocupan.
		X2.4	- Coordinación	01	15. Existe una buena coordinación de las actividades que se ejecutan.
	X3. Dirección administrativa	X3.1	- Liderazgo	02	16. Los trabajos siempre son supervisados de forma minuciosa. 17. Los supervisores dirigen el trabajo de manera efectiva.

		X3.2	- Comunicación interna	02	18. Existe una buena comunicación entre jefes y trabajadores. 19. Existe una buena comunicación entre trabajadores.	
		X3.3	- Motivación al personal	02	20. Los colaboradores son motivados con frecuencia por sus jefes. 21. Existe un alto grado de satisfacción de los colaboradores con su trabajo.	
	X4. Control administrativa	X3.1	- Detección de fallas	02	22. Se manejan indicadores para controlar el avance en el cumplimiento de los objetivos. 23. Los indicadores de desempeño son conocidos por todos los colaboradores.	
		X3.2	- Medidas preventivas	02	24. Se han implementado controles de calidad que permiten detectar fallas en los productos y servicios. 25. Las fallas detectadas son siempre informadas a los superiores.	
		X3.4	- Retroalimentación	02	26. Se toman oportunamente las medidas necesarias para prevenir que las fallas se vuelvan a repetir. 27. Las medidas preventivas adoptadas son eficaces.	
	Vy. Atención al cliente	Y1. Antes del servicio	Y1.1	- Publicidad	02	1. La estación de servicios utiliza los medios de publicidad adecuados para dar a conocer sus servicios. 2. Toda la publicidad de la empresa es clara y veraz.
			Y1.2	- Expectativas	03	3. Siempre se cumplen las promesas y expectativas sobre sus productos y servicios. 4. Con frecuencia, los clientes obtienen la calidad de servicio que esperan. 5. Nunca me he sentido engañado o desilusionado con el servicio recibido.
Y1.3			- Canales de atención	03	6. La empresa provee los canales de atención que facilitan el acceso a sus servicios. 7. Los canales de atención de la empresa son ágiles y efectivos. 8. Se percibe una buena planificación de la atención a los clientes en la estación.	

	Y2. Durante el servicio	Y2.1	- Confiabilidad	02	9. Los combustibles y otros productos que se comercializan en la estación son de buena calidad. 10. Tengo la seguridad se recibir exactamente la cantidad de combustible que cancelo.
		Y2.2	- Capacidad de respuesta	02	11. La atención en la estación siempre es rápida y sin demoras. 12. El personal de la estación está siempre a brindar ayuda a los clientes.
		Y2.3	- Empatía	02	13. El trato del personal es siempre amable y cortés. 14. El personal siempre soluciona cualquier problema que se me pudiera presentar.
		Y2.4	- Seguridad	02	15. Las instalaciones de la estación cuentan con todas las medidas de seguridad. 16. Los pagos de los productos y servicios se realizan de manera segura para los clientes.
		Y2.5	- Elementos tangibles	02	17. El personal de la Estación se encuentra correctamente uniformado e identificado. 18. Las máquinas y equipos en la Estación son modernas y funcionales.
	Y3. Despues del servicio	Y3.1	- Atención de reclamos	03	19. Existe facilidad para presentar quejas o reclamos. 20. Las quejas y reclamos presentados son atendidas rápidamente. 21. La solución a los reclamos se realiza de forma satisfactoria para los clientes.
		Y3.2	- Servicios pos-venta	02	22. 22. La Estación mantiene informado a sus clientes sobre ofertas y promociones. 23. Existe una buena comunicación entre la Estación y sus clientes.
		Y3.4	- Seguimiento	01	24. La Estación mide periódicamente el grado de satisfacción de sus clientes.

Elaborado por la autora.



ANEXO 4

**CUESTIONARIO APLICADO A COLABORADORES DE ESTACIÓN DE SERVICIOS
TAMBOGRANDE**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: ____/____/____ *N°* ____

Estimado colaborador de Estación de Servicios Tambogrande, soy estudiante de la Universidad César Vallejo de Piura y me encuentro realizando una investigación con el objetivo de determinar una gestión administrativa que mejore la atención al cliente de su empresa; para lo cual solicitamos su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario que es de carácter confidencial. Por tanto, en forma voluntaria SÍ (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: grhuertasc@ucvvirtual.edu.pe.

I. INSTRUCCIONES

El cuestionario consta de 20 preguntas con cinco alternativas de respuesta en cada ítem. Marque con una (X) la alternativa considere correcta, según la escala:

(5) Totalmente de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Indeciso; (2) En desacuerdo; (1) Totalmente en desacuerdo.

VARIABLE: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	ESCALA DE ALTERNATIVAS				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
PLANIFICACIÓN					
1. Los objetivos de la empresa son conocidos por todos los colaboradores.					
2. Los objetivos planteados por la Gerencia son claros y alcanzables.					
3. Existe un manual de procedimientos en la empresa.					
4. Los procedimientos son simples y fáciles de seguir.					
5. La empresa tiene un presupuesto previamente elaborado para cada año.					
6. Se cumple estrictamente con los gastos presupuestados.					
7. La Gerencia implementa estrategias adecuadas para la empresa.					
8. Las estrategias operativas y comerciales que se plantean son efectivas.					

ORGANIZACIÓN	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9. Los puestos de trabajo se encuentran claramente definidos.					
10. Existe un organigrama de la empresa conocido por todos.					
11. Los colaboradores cuentan con los recursos materiales necesarios para realizar bien su trabajo.					
12. La maquinaria y equipos utilizados en las operaciones son suficientes.					
13. La empresa cuenta con el número de colaboradores suficiente y necesario.					
14. Los colaboradores se encuentran debidamente calificados para los puestos que ocupan.					
15. Existe una buena coordinación de las actividades que se ejecutan.					
DIRECCIÓN	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
16. Los trabajos siempre son supervisados de forma minuciosa.					
17. Los supervisores dirigen el trabajo de manera efectiva.					
18. Existe una buena comunicación entre jefes y trabajadores.					
19. Existe una buena comunicación entre trabajadores.					
20. Los colaboradores son motivados con frecuencia por sus jefes.					
21. Existe un alto grado de satisfacción de los colaboradores con su trabajo.					
CONTROL	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
22. Se manejan indicadores para controlar el avance en el cumplimiento de los objetivos.					
23. Los indicadores de desempeño son conocidos por todos los colaboradores.					
24. Se han implementado controles de calidad que permiten detectar fallas en los productos y servicios.					
25. Las fallas detectadas son siempre informadas a los superiores.					
26. Se toman oportunamente las medidas necesarias para prevenir que las fallas se vuelvan a repetir.					
27. Las medidas preventivas adoptadas son eficaces.					

DATOS GENERALES

- a) Sexo: M ___ F ___
b) Edad: _____ años
c) Tiempo de servicios: _____ años

¡Gracias por su información!

ANEXO 5

CUESTIONARIO APLICADO A CLIENTES DE ESTACIÓN DE SERVICIOS TAMBO GRANDE



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha.: ____/____/____ N° ____

Estimado cliente de Estación de Servicios Tambogrande, soy estudiante de la Universidad César Vallejo de Piura y me encuentro realizando una investigación con el objetivo de determinar una gestión administrativa que mejore la atención al cliente de su empresa; para lo cual solicitamos su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario que es de carácter confidencial. Por tanto, en forma voluntaria SÍ (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: grhuertasc@ucvvirtual.edu.pe.

I. INSTRUCCIONES

El cuestionario consta de 20 preguntas con cinco alternativas de respuesta en cada ítem. Marque con una (X) la alternativa considere correcta, según la escala:

(5) Totalmente de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Indeciso; (2) En desacuerdo; (1) Totalmente en desacuerdo.

VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE	ESCALA DE ALTERNATIVAS				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ANTES DEL SERVICIO					
1. La estación de servicios utiliza los medios de publicidad adecuados para dar a conocer sus servicios.					
2. Toda la publicidad de la empresa es clara y veraz.					
3. Siempre se cumplen las promesas y expectativas sobre sus productos y servicios.					
4. Nunca me he sentido engañado o desilusionado con el servicio recibido.					

5. La empresa provee los canales de atención que facilitan el acceso a sus servicios.					
6. Los canales de atención de la empresa son ágiles y efectivos.					
7. Se percibe una buena planificación de la atención a los clientes en la estación.					
DURANTE EL SERVICIO	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8. Los productos que se comercializan en la estación son de calidad.					
9. En el grifo se vende la cantidad exacta de acuerdo a lo solicitado.					
10. La atención en la estación siempre es rápida y sin demoras.					
11. El personal de la estación está siempre disponible para los clientes.					
12. El trato del personal es siempre amable y cortés.					
13. El personal siempre soluciona cualquier problema que se me pudiera presentar.					
14. Las instalaciones de la estación cuentan con todas las medidas de seguridad.					
15. El pago por el producto y servicio se realizan con seguridad.					
16. El personal de la Estación se encuentra correctamente uniformado e identificado.					
17. Las máquinas y equipos en la Estación son modernas y funcionales.					
DESPUÉS DEL SERVICIO	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
18. Las quejas y reclamos son atendidos rápidamente.					
19. Los reclamos se solucionan satisfactoriamente.					
20. La Estación le informa sobre las promociones.					

DATOS GENERALES

- a) Sexo: M ___ F ___
b) Edad: _____ años
c) Tiempo de servicios: _____ años

¡Gracias por su información!

ANEXO 6

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA Y TÉCNICA DE MUESTREO

En la presente investigación, la muestra solamente se extraerá de la población de clientes y para el cálculo de su tamaño óptimo se ha considerado un tamaño de población $N=720$, nivel de confianza del 95% ($z=1.96$) y un error máximo permitido ($e =5\%$), aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 720 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(720 - 1) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 251$$

ANEXO 7

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO



FORMATO DE REGISTRO DE
CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

ÁREA DE
INVESTIGACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Huertas Cornejo, Graciela
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande, año 2022
1.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO : (adjuntar)	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 Kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	24/09/2022
1.7. MUESTRA APLICADA :	10 individuos

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0,826
---------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, mejorados, eliminados, etc.)

El instrumento del cuestionario que permitió medir la variable de **GESTIÓN ADMINISTRATIVA**, alcanzó un coeficiente de confianza **ALTA**, representado por el 83%, concluyendo que el instrumento es aplicable, para la recolección de datos bajo los fines académicos y científicos.


Mg. ZURY M. SOQOLA JUÁREZ
LIC. EN ESTADÍSTICA
COERPE 1102

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Huertas Cornejo, Graciela
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande, año 2022
1.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO : (adjuntar)	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 Kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	24/09/2022
1.7. MUESTRA APLICADA :	25 individuos

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0,801
------------------------------------	--------------

 III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario que permitió medir la variable de **ATENCIÓN AL CLIENTE**, alcanzó un coeficiente de confianza **ALTA**, representado por el 80%, concluyendo que el instrumento es aplicable, para la recolección de datos bajo los fines académicos y científicos.



MSc. ZURY M. SOCOLA JUÁREZ
 LIC. EN ESTADÍSTICA
 QUESPE 1102

Anexo 8

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Antonio Angulo Corcuera, con DNI N° 06437510 Magister en Administración de negocios MBA N° ANR: 18480, de profesión Licenciado en Administración, desempeñándome actualmente como docente en la universidad César Vallejo de Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Cuestionario

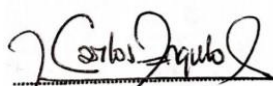
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario aplicado al personal de una estación de servicios de Tambogrande.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 04 días del mes de octubre del Dos mil veintidós.

Cuestionario dirigido a clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 26 días del mes de setiembre del Dos mil veintidos.



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
Magister en Administración de Negocios
Licenciado en Administración
CLAD. N° 18480

Mgtr. : Carlos Antonio Angulo Corcuera
DNI : 06437510
Especialidad : Gestión de organizaciones - Marketing
E-mail : anguloa@ucvvirtual.edu.pe

“Gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande, año- 2022”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				98	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			93		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				97	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				97	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				96	

Anexo 9



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Cecilia Paula Luisa Gómez Zúñiga con DNI N° 03490490, Mgtr. en Administración, N° ANR: A078552, de profesión Licenciada en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como docente en Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario aplicado a los colaboradores de una estación de servicios Tambogrande, año- 2022.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 28 días del mes de setiembre del Dos mil Veintidós.

Cuestionario dirigido a clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 26 días del mes de setiembre del Dos mil veintidos.



Mgtr. Cecilia Gómez Zuñiga
CIAD. 15719

Mgtr. : Cecilia Gómez zuñiga
DNI : 03490490
Especialidad : Administración
E-mail : cgomezz@ucv.edu.pe

GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE UNA ESTACIÓN DE SERVICIOS TAMBOGRANDE, AÑO- 2022”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				100	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				100	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				100	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				100	

ANEXO 10



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ERICKA JULISSA SUSUY CHAMBERGO con DNI N.º 45361468 , Dra en GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD N° ANR: 13374 , de profesión LICENCIADA EN ADMINISTRACION , desempeñándome actualmente como DOCENTE en UCV .

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:


Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario dirigido a trabajadores	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

Cuestionario dirigido a clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 26 días del mes de setiembre del Dos mil Veintidos.


Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo
REGUC 13374 - CLAB

Dra.: ERICKA JULISSA SUYSUY CHAMBERGO
DNI: 45361468
Teléfono: 990073448
E-mail: ESUYSUYC@UCVVIRTUAL.EDU.PE

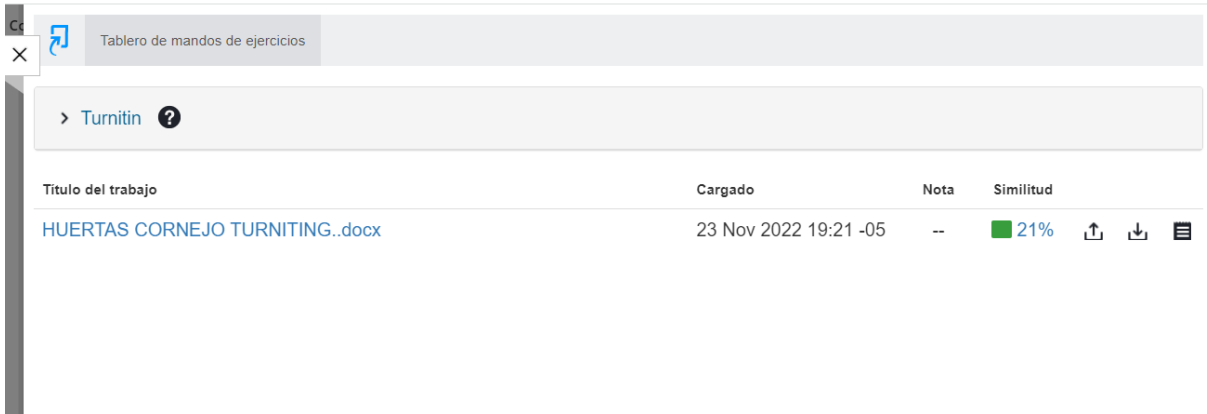
“Gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambogrande,
año- 2022”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO.




Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																80					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																80					

ANEXO 11

Resultados de turniting



The screenshot shows a web interface for Turnitin. At the top, there is a navigation bar with a 'Tablero de mandos de ejercicios' tab. Below it, a 'Turnitin' link with a help icon is visible. The main content area displays a table with the following data:

Título del trabajo	Cargado	Nota	Similitud
HUERTAS CORNEJO TURNITING..docx	23 Nov 2022 19:21 -05	--	■ 21%   

ANEXO 12

ANEXO N.º 2 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV: AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20605078959
Corporación Hermanos Huertas S.C.R.L	
Nombre del Titular o Representante legal: Alberto Huertas Hernández	
Nombres y Apellidos Alberto Huertas Hernández	DNI: 02761347

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Gestión Administrativa Para La Mejora De La Atención Al Cliente De Estación De servicios Tambogrande, Año 2022.	
Nombre del Programa Académico: Facultad De Ciencias Empresariales – Escuela De Administración.	
Autor: Nombres y Apellidos Graciela Huertas Cornejo	DNI: 76966289

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: 08/06/2022

Firma:

CORPORACIÓN HERMANOS HUERTAS S.C.R.L.

Alberto Huertas Hernández
GERENTE

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 13
Anexo N.º 2 DEL PROTOCOLO PARA LA REVISIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación: Gestión Administrativa Para La Mejora De La Atención Al Cliente De Estación De servicios Tambogrande, Año 2022.

Autor/es: Graciela Huertas Cornejo

Especialidad del autor principal del proyecto:(para PID).....

Escuela profesional: Facultad De Ciencias Empresariales – Escuela De Administración.


Coautores del proyecto: (para PID)

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país) piura – Perú.

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
I. Criterios metodológicos				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
II. Criterios éticos				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el ítem del consentimiento informado en el instrumento de recojo de datos.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----


 Mgr. Macha Huamán Roberto
Presidente

 Dra. Ramos Farroñán Emma
 Verónica
Vocal 1

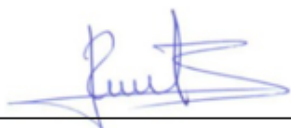

 Dr. Fernández Bedoya
 Víctor Hugo
Vicepresidente
 Mgr. Huamani Paliza
 Frank David
Vocal 2 (opcional)

Anexo 13
DEL PROTOCOLO PARA LA REVISIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
POR PARTE DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

Dictamen del Comité de Ética en Investigación

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado "Gestión Administrativa Para La Mejora De La Atención Al Cliente De Estación De servicios Tambogrande, Año 2022", presentado por los autores, Huertas cornejo graciela ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable() observado() desfavorable().

15, de JUNIO de 2022



Mgtr. Macha Huamán Roberto
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Facultad de Ciencias Empresariales

C/c

• Sr., Dr..... investigador principal.

ANEXOS 11

evidencias de las encuestas de clientes y trabajadores.





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Gestión administrativa para la mejora de la atención al cliente de una Estación de Servicios Tambo Grande, año 2022

", cuyo autor es HUERTAS CORNEJO GRACIELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

PIURA, 29 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE DNI: 02845588 ORCID: 0000-0001-8823-2655	Firmado electrónicamente por: MRPALACIOSD el 05-12-2022 14:52:00

Código documento Trilce: TRI - 0460845