UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MOPAL-TOYOTA PUCALLPA 2022

Tesis para optar el Título Profesional de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Claudia María, RAMOS JAVIER

Zayra Romina, MELENA VENANCIO

Pucallpa – Perú
2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TÍTULOS

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Siendo las.....12:00.....del día viernes 15 de diciembre del 2023, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Manuel Rocha Gonzales (Presidente), Dr. Cesar Augusto Huaman Fernandez (Miembro), y Dra. Elizabeth Norma Calixto Arias (Miembro).**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MOPAL-TOYOTA PUCALLPA 2022"**, por el/la/los Bachilleres en **Administración: Claudia María Ramos Javier y Zayra Romina Melena Venancio, EN FORMA PRESENCIAL.**

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
b) Aprobado por unanimidad
c) Aprobado por mayoría
d) Desaprobado..."

El/la defensor (a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

.....Aprobado por unanimidad.....

Siendo las..1:00pm...del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dr. Manuel Rocha Gonzales
Presidente

Dr. Cesar Augusto Huaman Fernandez
Miembro

Dra. Elizabeth Norma Calixto Arias
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali PUCALLPA SECRETARIO

Mg. Olmedo Pizango Isuiza
Secretario Académico

ACTA DE APROBACIÓN

La presente tesis fue aprobada por los miembros del Jurado Evaluador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, como requisito para optar el título de Licenciados en Administración.

Dr. Manuel Rocha Gonzales .....
Presidente

Dr. Cesar Augusto Huamán Fernández .....
Miembro

Dra. Elizabeth Norma Calixto Arias .....
Miembro

Dr. Limber Pinchi Fasanando .....
Asesor

Bach. Claudia María Ramos Javier .....
Tesista 1

Bach. Zayra Romina Melena Venancio .....
Tesista 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Nº **V/0572-2023**.

La Dirección de Producción Intelectual de la Universidad Nacional de Ucayali, hace constar por la presente, que el trabajo académico de investigación, titulado:

"**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MOPAL-TOYOTA PUCALLPA 2022**"

Autor(es)	:	**RAMOS JAVIER, CLAUDIA MARÍA**
		MELENA VENANCIO, ZAYRA ROMINA
Facultad	:	**CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**
Escuela	:	**Administración**
Asesor(a)	:	**Dr. Pinchi Fasanando, Limber**

Presenta un **porcentaje de similitud de 10%,** verificado en el Sistema Antiplagio URKUND/OURIGINAL, De acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO, el cual indica que todo trabajo de investigación no debe superar el 10%. **En tal sentido, se declara, que el presente trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud,** procediéndose a emitir la presente Constancia de Originalidad de Trabajo de Investigación (COTI) a solicitud del asesor.

En señal de conformidad se firma y sella el presente documento.

Fecha: 22/09/2023

Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA
Director de Producción Intelectual

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, CLAUDIA MARIA RAMOS JAVIER

Autor de la tesis titulada : GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MOPAL - TOYOTA PUCALLPA 2022

Sustentada el año 2023

Asesor(a): Dr. LIMBER PINCHI FASANANDO

Facultad: CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Profesional: ADMINISTRACIÓN

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] TOTAL [X]

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 24 / 01 / 2024

Email: maria.ramosj1903@gmail.com Firma:

Teléfono: 994384980 DNI: 75007583

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, ZAYRA ROMINA MELENA VENANCIO

Autor de la tesis titulada : GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MOPAL - TOYOTA PUCALLPA 2022

Sustentada el año 2023

Asesor(a): Dr. LIMBER PINCHI FASANANDO

Facultad: CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Profesional: ADMINISTRACIÓN

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] TOTAL [X]

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 24 / 01 / 2024

Email: romi75322078@gmail.com Firma:

Teléfono: 953518297 DNI: 75322078

DEDICATORIA

A mi papa, Adán, el ser que siempre está velando por mi bienestar. A Meymar por tener palabras de aliento para mí siempre que lo necesito. A Cristel por sacarme una sonrisa en los momentos más difíciles. A Jhim por apoyarme y aconsejarme en todo este proceso de mi carrera profesional.

Zayra Melena

A Dios por ser luz en mí camino durante momentos de oscuridad, a mis padres Claudia Nancy y Sergio por estar ahí apoyándome y sobre todo forjarme como una persona de bien. A Leandro Tafur por sus palabras de aliento y paciencia conmigo, y sobre todo a mi abuelita Mary Montes, que estuvo acompañándome en cada trayecto de mi vida, y donde te encuentres, un beso al cielo mi ángel.

Claudia María

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Ucayali, a través de ella a todos los maestros de la Escuela de Administración, quienes nos inculcaron sus conocimientos, para nuestra formación profesional.

A nuestro asesor, el Dr. Limber Pinchi Fasanando, por guiarnos en todo el proceso de desarrollo de la investigación, brindándonos su conocimiento, experiencia y tiempo para culminar nuestra tesis.

A Luis Gustavo Cecilio Condezo, por sus grandes enseñanzas, que sin su apoyo y orientación ante las dudas y consultas que se presentaba, no hubiéramos culminado con este trabajo de investigación y sobre todo por confiar en la capacidad que tenemos.

A la empresa AUTOMOTORES MOPAL S.A. quien me brindó la oportunidad de desarrollar mi trabajo de investigación en sus instalaciones y de la misma manera agradecer a todos los trabajadores de la empresa por brindarme un poco de su tiempo para poder llevar a cabo mis encuestas y gracias a ello obtener los resultados para mi trabajo de investigación. Y para finalizar, agradezco a todos mis amigos, compañeros y familiares quienes me motivaron a seguir superándome cada día. A todos ustedes gracias.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA vii

AGRADECIMIENTO viii

ÍNDICE GENERAL ix

ÍNDICE DE TABLAS xii

ÍNDICE DE FIGURAS xiii

ÍNDICE DE ANEXOS xiv

RESUMEN xv

ABSTRACT xvi

INTRODUCCIÓN xvii

CAPÍTULO I 19

EL PROBLEMADE INVESTIGACIÓN 19

1.1.Descripción del problema 19

1.2.Formulación del problema 21

1.2.1.Problema general 21

1.2.2.Problemas específicos 22

1.3.Objetivos 22

1.3.1.Objetivo general 22

1.3.2.Objetvos específicos 22

1.4.Hipótesis 23

1.4.1.Hipótesis General 23

1.4.2.Hipótesis específicas 23

1.5.Variables 23

1.5.1.Variable 1: gestión administrativa 23

1.5.2.Variable 2: satisfacción de los clientes 23

1.6.Operacionalización de variables 24

1.7.Justificación 24

1.7.1.Justificación teórica 24
1.7.2.Justificación metodológica.....24
1.7.3.Justificación práctica.....25
CAPÍTULO II 26
MARCO TEÓRICO 26
2.1.Antecedentes del problema.....26
2.1.1.Antecedentes nacionales 26
2.2.Bases teóricas 28
2.2.1.Variable 1: gestión administrativa 28
2.2.1.1.Concepto de la variable gestión administrativa.....28
2.2.1.2.Concepto de las dimensiones de la variable gestión administrativa 28
2.2.1.3.Teorías de la variable gestión administrativa 29
2.2.2.Variable 2: satisfacción de los clientes 31
2.2.2.1.Concepto de la variable Satisfacción de los clientes 31
2.2.2.2.Concepto de las dimensiones de la variable satisfacción de los clientes .31
2.2.2.3.Teorías de la variable satisfacción de los clientes 32
2.3.Definición de términos básicos.....34
2.3.1.Variable 1: gestión administrativa 34
2.3.2.Variable 2: satisfacción de los clientes 35
CAPÍTULO III 37
MARCO METODOLÓGICO.....37
3.1.Método de investigación.....37
3.1.1.Tipo de investigación.....37
3.1.2.Nivel de investigación.....37
3.1.3.Diseño de investigación.....37
3.2.Población y muestra 38
3.2.1.Población 38

3.2.2.Muestra 38
3.3.Instrumento de recolección de datos 39
3.3.1.Técnicas para la elaboración de instrumentos de recolección de datos 39
3.3.2.Confiabilidad de los instrumentos 40
3.4.Procedimiento de recolección de datos 40
3.5.Tratamiento de los datos 41
3.5.1.Procesamiento de datos 41
3.5.2.Presentación de datos 41
3.5.3.Análisis de datos 41
CAPÍTULO IV 44
RESULTADOS 44
4.1.Presentación de resultados 44
4.1.1.Variable 1: gestión administrativa 44
4.1.2.Variable 2: satisfacción de los clientes 48
4.2.Prueba de hipótesis 49
4.2.1.Hipótesis general 49
4.2.2.Hipótesis específicas 50
4.3.Discusión de resultados 52
CONCLUSIONES 56
SUGERENCIAS 58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 59
ANEXOS 66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables 24

Tabla 2: Confiabilidad de la variable gestión administrativa.....40

Tabla 3: Confiabilidad de la variable satisfacción de los clientes.....40

Tabla 4: *Prueba de normalidad de la variable gestión administrativa*.....42

Tabla 5: *Prueba de normalidad de la variable satisfacción de los clientes*.....42

Tabla 6: *Parámetros de interpretación del coeficiente de Spearman* 43

Tabla 7: Niveles de gestión administrativa en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022.....44

Tabla 8: Niveles de planificación en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022.....45

Tabla 9: Niveles de organización en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 45

Tabla 10: Niveles de dirección en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 46

Tabla 11: Niveles de control en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022.....47

Tabla 12: Niveles de satisfacción de los clientes en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 48

Tabla 13: Relación de la prueba estadística de Spearman entre gestión administrativa y satisfacción de los clientes 49

Tabla 14: Relación de la prueba estadística de Spearman entre planificación y satisfacción de los clientes 50

Tabla 15: Relación de la prueba estadística de Spearman entre organización y satisfacción de los clientes 51

Tabla 16: Relación de la prueba estadística de Spearman entre dirección y satisfacción de los clientes 51

Tabla 17: Relación de la prueba estadística de Spearman entre control y satisfacción de los clientes 52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: *Esquema de la investigación* 38

Figura 2: *Fórmula para calcular la muestra* 39

Figura 3: *Distribución porcentual de gestión administrativa en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022* 44

Figura 4: *Porcentajes de la dimensión planificación en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022* 45

Figura 5: *Porcentajes de la dimensión organización en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022* 46

Figura 6: *Porcentajes de la dimensión dirección en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022* 47

Figura 7: *Porcentajes de la dimensión control en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022* 48

Figura 8: *Porcentajes de la variable satisfacción de los clientes en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022* 49

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.....67

Anexo 2: Instrumento N.º 1.....69

Anexo 3: Instrumento N.º 2.....71

Anexo 4: Instrumentos de Validación ……..…….….73

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación de la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022. La muestra de estudio estuvo constituida por los 43 trabajadores y 86 clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa. El tipo de investigación es aplicada, nivel descriptivo, con diseño no experimental transeccional correlacional. La técnica para recoger los datos fue la encuesta, a través de dos cuestionarios, ambos con 20 ítems; el primero para evaluar la gestión administrativa y el segundo para evaluar la satisfacción de los clientes. La conclusión más importante es la existencia de una relación directa muy débil 0.079 y no significativa 0.306, entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022. Esto quiere decir que la empresa no está planificando, organizando, dirigiendo y controlando de manera adecuada, por ello no logra una relación significativa con la satisfacción de los clientes.

Palabras Clave: Gestión administrativa, satisfacción de los clientes, confiabilidad.

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the relationship between administrative management and customer satisfaction at Mopal-Toyota Pucallpa 2022. The study sample consisted of 43 workers and 86 clients of Mopal-Toyota Pucallpa. The type of research is applied, descriptive level, with a non-experimental transectional correlational design. The technique used to collect data was the survey, through two questionnaires, both with 20 items; the first to evaluate administrative management and the second to evaluate customer satisfaction. The most important conclusion is the existence of a very weak direct relationship 0.079 and not significant 0.306, between administrative management and customer satisfaction, in the company Mopal-Toyota Pucallpa 2022. This means that the company is not planning, organizing, directing and controlling in an adequate way, so it does not achieve a significant relationship with customer satisfaction.

Keywords: administrative management, customer satisfaction, reliability.

INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa, se constituye en uno de los aspectos más importante de las organizaciones, de una buena planificación, organización, dirección y control, y el buen uso de sus recursos depende que estas cumplan sus objetivos de acuerdo a lo previsto, pero muchas empresas muestran deficiencias, como es el caso de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, según un grupo considerable de sus trabajadores, la empresa no planifica correctamente sus actividades, su plan de desempeño, no formula de manera adecuada sus objetivos y sus políticas, también indican que no existe una buena organización en cuanto a su estructura y funciones, igualmente consideran que la dirección no motiva, ni tiene buena comunicación con los trabajadores; aunado a ello no realizan un adecuado control a las funciones que realizan sus trabajadores, acciones que afecta directamente a los clientes.

Un cliente satisfecho, significa que la compra o el servicio que ha adquirido el cliente ha colmado todas sus expectativas; sin embargo esto no sucede en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, un grupo considerable de clientes manifiesta que han tenido problemas con los beneficios que brinda la empresa, que no se siente satisfecho con los servicios que brinda la empresa, con los trámites y tiempos de atención, con la forma como les atiende el personal, no están de acuerdo con los precios, problemas de insatisfacción que están relacionados con la forma y calidad de atención de los trabajadores de la empresa, que no informan a los clientes de manera oportuna, problemática que afecta directamente a la empresa, investigación que se ha realizado mediante la siguiente estructura:

Se presenta en el capítulo I, la descripción y formulación del problema, los objetivos las hipótesis, se consigna y operacionaliza las variables, se justifica teórica, metodológica y prácticamente la investigación.

Se presenta en el capítulo II, los antecedentes, las bases teóricas, y la definición de los términos básicos.

Se presenta en el capítulo III, el tipo, nivel y diseño de la investigación, se presenta la población y muestra, se presenta la técnica para la elaboración de instrumentos de

recolección de datos, la confiabilidad de los instrumentos, se consigna la técnica para el recojo, procesamiento, presentación y análisis de datos.

Se presenta en el capítulo IV, los resultados, la prueba de hipótesis y la discusión de resultados.

Finalmente, se presenta las conclusiones, sugerencias, referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMADE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Para Price Waterhouse Coopers, citado en Cabezas (2019) en Europa la gestión administrativa puede ser esencialmente perjudicial para las pequeñas empresas, por el motivo de carecer de: Los recursos económicos que poseen de las grandes organizaciones. Algunas empresas pequeñas manejan por su cuenta sus recursos y cumplen con las responsabilidades del derecho de su personal, asimismo dan cumplimiento a la legislación laboral vigente, ejecutar las relaciones directas con los servidores y realizar la programación de desarrollos profesionales (p.1).

Actualmente el taller Automotriz el Mecánico en la ciudad de Guayaquilno no cuenta con un Plan Estratégico que le ayude a efectuar de manera efectiva sus actividades diarias y con ello la consecución de sus objetivos, por lo que Muñoz (2019) planteó: La problemática radica en que esta micro empresa requiere de un análisis de las áreas críticas para dar un diagnóstico y adoptar las estrategias que permitan mejorar su gestión administrativa y operativa, así también, controlar y evaluar todas las actividades estratégicas, haciendo frente a los cambios existentes dentro de este sector, procurando una selección correcta de decisiones y una excelente relación con los clientes. Entre los principales inconvenientes que presenta el taller es la carencia de un plan estratégico a largo plazo que plante objetivos, funciones, etc., porque no tenerlo ocasiona fallas en la coordinación administrativa y operativa, con procesos repetitivos, reclamos por parte de los clientes por mala atención, entre otros (p.2).

Cajaleon (2022) la empresa grupo Impresores Kalpa del Perú SAC, ubicado en Av. Bolivia Centro Comercial “Centro Lima” Stand 105 - Cercado de Lima con número RUC: 20605188525, es un negocio que se dedica al sector de imprentas; donde se observó que presenta diversos problemas con respecto a la gestión administrativa y la satisfacción del cliente; dentro de los problemas que atraviesa grupo Impresores Kalpa

SAC mencionaremos lo siguientes: Falta de organización en la entrega de productos, ausencia de comunicación entre el área de despacho y producción, y al mismo tiempo poco control de calidad de los afiches, volantes, folders, tarjetas personales entre otros.

De igual forma se evidencia problemas de gestión administrativa en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, en un sondeo rápido, el 90% de los trabajadores manifiesta que la empresa no planifica correctamente sus actividades de gestión, su plan de desempeño, no formula de manera adecuada sus objetivos y políticas institucionales, el 70% menciona que no existe una buena organización en cuanto a su estructura y funciones, un 70% considera que la dirección no motiva, ni tiene buena comunicación con los trabajadores; el 60% considera que no se realiza un adecuado control a las funciones de los trabajadores, problemas que se dan debido a que la impresa no les facilita los materiales suficientes para realizar sus actividades, así como la falta de incentivos o bonos, y se sienten limitados a realizar innovaciones para mejorar la satisfacción de clientes.

Asimismo Beneke et al. (2017), citados en Hernández (2020) sustentan que los reportes de índices de satisfacción de clientes son importantes para el rubro de retail, los supermercados en Sudáfrica deberían hacer énfasis en la mejora de las instalaciones, así como la recepción y el tratamiento de sus clientes. El atractivo estético del supermercado debe ser favorable, el diseño de la mercancía debe ser lógico y ordenado, y debe mantenerse un alto grado de limpieza en todo momento. Es necesario que la industria del retail invierta en la investigación de mercado para garantizar que se cumplan y superen las expectativas de los clientes, logrando la gran ansiada satisfacción de cliente.

Por otro lado, Revilla (2018), citado en Carrasco (2019) afirma: En Colombia la gran parte de organizaciones atraviesan serios problemas en base a la satisfacción del cliente, siendo el índice de insatisfacción alto en cuanto a años anteriores,

posiblemente a que las empresas se basan en sus resultados y existe preocupación por invertir en temas relacionados al buen servicio que debe otorgarse al cliente (p.7).

Aleman (2022) manifiesta:Durante el año 2020, la pandemia de Covid-19 provocó la paralización de los servicios por casi dos años, reactivándose a mediados del 2021 y enfrentando adicionalmente el conflicto Ucrania – Rusia que afectó el suministro de repuestos. Este contexto dejó secuelas en la empresa, y afectó la rentabilidad del negocio, al parecer debido a la insatisfacción del cliente por los tiempos de entrega del servicio (demora respecto a lo ofrecido) debido a la afectación del abastecimiento de repuestos y materiales. La evidencia empírica de esto se reflejó en los constantes reclamos presenciales o telefónicos de los clientes. Los más observados fueron: demora en el tiempo entrega del auto, inefectiva comunicación con los asesores de venta o fallas en los resultados finales.

Por otro lado, la Empresa Mopal – Toyota Pucallpa, no es ajena a problemas de satisfacción de los clientes, en otro sondeo rápido el 40% de los clientes manifiesta que han tenido problemas con los beneficios que brinda la empresa, un 70% menciona que no se siente satisfecho con los servicios que brinda la empresa, con los trámites y tiempos de atención, otro 70% no se siente satisfecho con la forma como les atiende el personal, no están de acuerdo con los precios, problemas de insatisfacción que están relacionados con la forma y calidad de atención de los trabajadores de la empresa, que no informan a los clientes de manera oportuna, por otro lado el servicio es muy lento, problemática que afecta directamente a la empresa, en ello radica el interés de haber realizado la presente investigación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo se relaciona la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la planificación con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022?
- ¿Cómo se relaciona la organización con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022?
- ¿Cómo se relaciona la dirección con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022?
- ¿Cómo se relaciona el control con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación de la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

1.3.2. Objetvos específicos

- Precisar el nivel de la gestión administrativa de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- Calificar el nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- Indicar la relación la planificación y la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- Interpretar la relación de la organización y la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- Identificar la relación de la dirección y la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- Conocer la relación entre el control y la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

- La gestión administrativa se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022.

1.4.2. Hipótesis específicas

- La planificación se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- La organización se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- La dirección se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022
- ¿El control se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa de Mopal-Toyota Pucallpa 2022

1.5. Variables

1.5.1. Variable 1: gestión administrativa

1.5.2. Variable 2: satisfacción de los clientes

1.6. Operacionalización de variables

Tabla 1:

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores
Gestión administrativa	Planificación	Misión y visión Planificación Valores
	Organización	Organigrama Consultas Información Adecuada Funciones Conflictos
	Dirección	Liderazgo Motivación Equipo
	Control	Rendición control
Satisfacción del cliente.	Capacidad de respuesta	Orientación Oportuna
	Infraestructura física	Mejores condiciones de instalaciones Equipos Modernos
	Confiabilidad	Atención personalizada Efectividad del servicio
	Empatía	Comprende sus necesidades Respeto

Nota. Matriz de consistencia

1.7. Justificación

1.7.1. Justificación teórica

Desde el punto de vista teórico la investigación se justifica, porque presentó teorías relevantes sobre Gestión Administrativa y Satisfacción de los clientes, la mismas que son referenciadas en futuros trabajos de investigación.

1.7.2. Justificación metodológica

Desde el punto de vista metodológico la investigación entregó dos instrumentos, el primero para medir la Gestión Administrativa y el segundo para medir

la Satisfacción de los clientes, instrumentos que son utilizados en futuras investigaciones. También entrega métodos y técnicas para elaborar investigaciones de diseño no experimental transeccional correlacional.

1.7.3. Justificación práctica

Desde el punto vista práctico la investigación entrega resultados a la Empresa Mopal-Toyota Pucallpa, información que servirá como base para solucionar sus problemas de Gestión Administrativa y Satisfacción de los clientes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. Antecedentes nacionales

Gastiaburu (2019) en su tesis Nivel de satisfacción del cliente con respecto a un supermercado de Trujillo – 2017, concluye: Se concluye que los principales aspectos referidos a la satisfacción de la empresa están un nivel alto con un 45.7%, lo cual nos obligan a tomar diferentes estrategias para mejorar este aspecto.

Taquiri & Vega (2020) en su investigación “Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente de la Empresa Virgen del Carmen Salud S.A.C., San Borja, Lima 2020”. Concluyo que existe relación positiva considerable entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente a través de Rho de Spearman 0.601 y una significancia de 0.000 lo cual demuestra que una mejor gestión administrativa de parte de la empresa Virgen del Carmen lograra la satisfacción de sus clientes (p.32).

Suarez & Vásquez (2020) en su tesis Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de calzados “Valles” SAC del distrito el Porvenir – Trujillo, 2020, cocnluye: El nivel de influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente; es moderada y significativa, de acuerdo a lo observado en la prueba de correlación de Pearson (0,554), además, el valor de significancia calculado (0,000) fue inferior al formulado (0,05), describiendo significatividad en la relación entre estas variables, aspecto que evidencia la importancia de la organización de una empresa, para optimizar sus niveles de satisfacción de los clientes (p.78).

Chumpitaz (2020) en su tesis Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020, concluye: se obtuvo una (Sig.) de 0,007, lo cual es menor al nivel de Sig. (0.05); también un coeficiente de correlación de 0.219; de forma que se rechaza la hipótesis nula y se

acepta la hipótesis alterna. Por tanto, se concluye que, la dirección si se relaciona con la satisfacción del cliente-socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020. Sin embargo, estas presentan una baja correlación.

Quispe (2020) en su tesis Gestion de calidad y satisfaccion del cliente en la Empresa E.I.R.L Distribuidora Suarez del Distrito de Pichanaqui, 2019, concluye: El valor P=0,000 en la conexión entre el Control y Satisfacción del Cliente pudiendo afirmar que existe una relación con una probabilidad de error del 0%. En tal sentido concluimos por el coeficiente r=0,756 que determina la conexión entre el Control y la Satisfacción del Cliente observando que las dos variables se relacionan de manera positiva muy fuerte, pudiendo así confirmar que tiene un adecuado medio para medir y evaluar los procesos y actividades dentro de la empresa a fin de detectar posibles desviaciones que perjudiquen a la empresa y sus clientes relacionándose así con un buen servicio, por lo que el cliente busca estar satisfecho con el servicio recibido o por una buena compra, traduciéndose en un 57,15%.

Padilla (2020) en su tesis Control interno y su relación con la gestión administrativa en la empresa cervecería San Juan S.A., Tarapoto, periodo 2018, concluye: Con respecto a la gestión administrativa, los trabajadores manifestaron que el 38% de los encuestados se encuentra en un nivel inadecuado, un 19% manifestaron que se encuentra en un nivel muy inadecuado, un 12% mencionaron que se encuentra en un nivel ni adecuado ni inadecuado y un 2% manifestaron que se encuentra en un nivel adecuado muy bajo, lo que significa la empresa no cuenta con un conjunto de acciones con el cual la directiva de una empresa desarrolla sus actividades en base al proceso administrativo de planeación, dirección, coordinación y control.

Quijandria (2021) en su tesis Gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021, concluye: el resultado es que el valor del coeficiente de Spearman es r = 0.570 y el valor de significancia calculado (0.000) es menor que (0.05); Rechace la hipótesis nula y acepte la hipótesis alternativa. Por lo tanto,

concluimos que la planificación está fuertemente correlacionada de manera positiva con la satisfacción del cliente en Globaltec SAC, Los Olivos, 2021, es decir, si se aplica correctamente, los niveles de satisfacción del cliente aumentarán.(p.38).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Variable 1: gestión administrativa

2.2.1.1. Concepto de la variable gestión administrativa

De acuerdo con Arnoletto (2014), citado en Mucha (2022) la gestión administrativa se considera como una serie de pasos definidos en los que el gerente aplica en base a la disposición de recursos (humanos, materiales, entre otros) que cuente a disposición (p.42).

2.2.1.2. Concepto de las dimensiones de la variable gestión administrativa

Planificación

Según Vargas (2016), citado en Ruiz (2019) la Planificación es la previsión de instrumentos y acciones institucionales con el propósito de lograr una visión y misión compartida, como sus objetivos estratégicos (p.25).

Organización

Según Oleas & Marjorie (2012), citado en Macias (2021) Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización (p.8).

Control

Jara (2019) define: El control es un proceso de la gestión administrativa que permite tener información permanente del funcionamiento de la institución, analizarlas, para tomar las mejores decisiones para la mejora. Permite realizar una retroalimentación para alcanzar los propósitos, con este proceso de la retroalimentación el director que sería el evaluador y el resto del personal sería el evaluado intercambian también opiniones que generan mejoras en la institución (p.12).

2.2.1.3. Teorías de la variable gestión administrativa

Teoría Clásica

Según Fayol, citado en Mendoza & Moreira (2021) destacaba: Que toda organización debe cumplir con varias funciones como: técnicas, comerciales, financieras, seguridad, contables y administrativa, cuyas funciones son importantes para que existan un mejor funcionamiento en las organizaciones mediante la sincronización de todos estos elementos.

En este sentido se comprende, que la gestión administrativa permite el desarrollo de elementos y tácticas relacionadas con el conflicto con el fin de capitalizarlos y crear nuevas oportunidades. Por lo tanto, la gestión administrativa realiza un conjunto de actividades con el propósito de dirigir las tareas y recursos de la organización y tiene la capacidad de controlar y coordinar los distintos roles dentro de una organización con la finalidad de prevenir y resolver problemas, así como alcanzar los objetivos planteados. La importancia de la gestión administrativa en una organización es uno de los factores más sustentables, porque permite prevenir y preparar a la organización para actuar de forma anticipada, ya que de ella depende el éxito o el fracaso de la empresa. Así mismo, esta gestión se encuentra a cargo del gerente o jefe de las operaciones, quien debe asegurarse que los recursos empleados se manejen de forma eficiente.

Por último, la gestión administrativa tiene un alto contenido estratégico, así mismo, ofrece un conjunto de beneficios para alcanzar el éxito de una organización como el aumento de la productividad, concentración en lo que realmente importa y hacer más con menos recursos.

Teoría científica

Según Taylor, citado en Luna & Luna (2021) quien sostuvo con mucho esmero, el método científico; para establecer la mejor forma de realizar cualquier actividad en la

organización y recomendó la especialización y la división del trabajo. Es así, como hasta la fecha, permanece como base, en el diseño de puestos de trabajo.

Sus ideas originales, sostenían que se debe aplicar el método científico al trabajo de la persona; y en cada acción laboral, lograr la cooperación entre directivos y trabajadores; estableciéndose la clara división del trabajo entre los trabajadores y la dirección; lográndose esto, con una remuneración se considere como premio por los resultados obtenidos, estimulando los incentivos monetarios, a la mejor productividad.

Teoría de las relaciones humanas

Según Mayo (1972), citado en Inocente (2019) manifiesta: La teoría de relaciones humanas, nace en contraposición a las teorías anteriores que se consideraron mecanicistas porque asumían que el comportamiento del trabajador debiera ser pasivo y racional se optó por otro enfoque que ofrecía mayor relevancia al comportamiento organizacional y las motivaciones. Mayo su principal representante demostró bajo condiciones de experimentación que el factor psicológico es más importante que el fisiológico, dado que tenía la capacidad de condicionarla. De esa manera la teoría de las relaciones humanas postula que los aspectos emocionales e integración social de los trabajadores tiene gran influencia sobre la producción, dado que el comportamiento del individuo haya apoyo en el grupo social y cuya dinámica se ve regulada por normas sociales espontáneamente establecidas. De esta manera, la teoría señala que los factores que favorecen la gestión administrativa son las actitudes, las relaciones sociales, la comunicación y los estilos de dirección.

Enfoque del Comportamiento

Según Cardona et ál. (2018), citado en Delgado (2021) incide: En la importancia de la conducta humana. Evalúa la individualidad de los trabajadores en un ambiente organizacional, lo toma como una conducta organizacional. Une la teoría del comportamiento en la administración y de la teoría del comportamiento organizacional. a). La Teoría del comportamiento, dirige hacia los trabajadores la determinación de la

respuesta del grupo de acuerdo a su nivel cultural. Esto se resume en que la conducta grupal se origina por la necesidad de satisfacer sus necesidades y del estilo de dirección; mientras que en b) la Teoría del Desarrollo Organizacional (DO), las empresas son como seres vivos, que evolucionan y esta depende de factores internos y externos. Equivale al concepto de cambio estratégico. El DO analiza la organización desde la conducta de sus trabajadores, y diseña procesos para mejorar la organización, en su productividad, efectividad y resultados.

2.2.2. Variable 2: satisfacción de los clientes

2.2.2.1. Concepto de la variable Satisfacción de los clientes

De acuerdo con Oliver (1997), citado en Flores (2022) menciona que la satisfacción del cliente es la respuesta de saciedad del cliente. Es el juicio del cliente respecto al rasgo del producto y/o servicio que han adquirido, el nivel de proporción placentero de recompensa del consumo realizado. Es la evaluación que se hace sobre el producto y/o servicio (p.39).

2.2.2.2. Concepto de las dimensiones de la variable satisfacción de los clientes

Capacidad de respuesta

Para Nishizawa (2014), citado en Loaiza, et al. (2020) la capacidad de respuesta se refiere a la predisposición de poder ayudar a los clientes para brindarles un servicio más rápido y adecuado, es brindar una buena atención y ocupar el menor tiempo posible en tratar las solicitudes, quejas, preguntas y también la solución de problemas.

Infraestructura física

Susanibar & Rojas (2019) afirman: Podemos entender como infraestructura el conjunto de elementos que son necesarios para que una organización pueda funcionar correctamente de acuerdo a los estándares establecidos. Es decir es la organización de los elementos estructurales, no estructurales y constructivos de un edificio que permita el desarrollo de los servicios y actividades asistenciales (p.35).

Confiabilidad

Chapilliquen (2022) refleja: La congruencia y confiabilidad del desempeño de una empresa. ¿La empresa proporciona el mismo nivel de servicio constantemente o la calidad varía drásticamente con cada encuentro de servicio?, ¿La empresa cumple con sus promesas, factura adecuadamente a sus clientes, mantiene registros precisos, y suministra el servicio correctamente desde la primera vez? No hay nada más frustrante para los clientes que los proveedores de servicios poco confiables (p.30).

Empatía

Cerezo (2020) afirma que empatía: Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos (p.14).

2.2.2.3. Teorías de la variable satisfacción de los clientes

La teoría de la disonancia cognitiva

Según Yüksel y Yüksel (2008), citado en Tixi & Vásquez (2023), afirman: La teoría de la disonancia, plantea que, si un cliente esperaba un servicio o producto de alto valor, pero lo que recibe es de bajo valor, este identificaría la diferencia, lo cual se conoce como “disonancia cognitiva”, es decir que, la experiencia del consumidor es marcada por una incomodidad psicológica debido a que sus expectativas no fueron cubiertas, por lo tanto, la disparidad entre lo que esperaba (expectativa) y lo que recibió (rendimiento del producto o experiencia del servicio) genera tensión y hace que el cliente cambie su percepción y, en consecuencia, su preferencia de compra en una próxima vez.

La teoría del contraste

Según Yüksel, y Yüksel (2008), citados en Lizano & Villegas (2019), sugieren: Lo contrario de la Teoría de la Disonancia. De acuerdo con esta teoría, cuando el rendimiento real del producto está por debajo de las expectativas del consumidor, el contraste entre la expectativa y el resultado hará que el consumidor exagere dicha disparidad. Esta teoría predice que el rendimiento del producto por debajo de las expectativas se calificará como peor de lo que es en realidad.

La teoría de la desconfirmación de las expectativas

Según Oliver (1980), citado en Aparicio et al. (2021) aporta la teoría referente a la valoración que realizan los consumidores respecto al servicio recibido. Según esta teoría, los clientes para conocer si están satisfechos o no con los servicios recibidos hacen comparaciones del tipo “mejor de lo esperado/peor de lo esperado”, conjugando un proceso de tipo cognitivo que consta de varias etapas, en las que se comparan las expectativas previas con las percepciones fruto de la experiencia de compra.

Teoría de expectativa

Ovalle & Guzmán (2023) manifiestan: La teoría de la expectativa la más admitida sobre los procesos de satisfacción de clientes, la teoría sustenta que la satisfacción/insatisfacción deriva de la comparación del desempeño de un cliente producto de un servicio recibido y con estándares predeterminados de desempeño. Los estándares preestablecidos son las expectativas predictivas del cliente, tres posibles resultados de la comparación son posibles: la refutación positiva, ocurre cuando se percibe que el desempeño es mejor que las expectativas predeterminadas y el escenario para el cliente está encantado, la no confirmación cero ocurre cuando se percibe que el desempeño es exactamente igual a las expectativas y es probable que los clientes estén satisfechos. Finalmente, la disconformidad negativa ocurre cuando el desempeño es inferior a las expectativa (p.14).

Teoría de los perfiles de compradores

Según Corea & Gómez (2014), citado en Chanducas (2023) la teoría de los perfiles de compradores nos permite comprender mejor a nuestros clientes y clasificarlos según distintos criterios, considerando aspectos personales y situacionales. En el caso de las empresas B2C, es posible lograrlo a través de entrevistas, encuestas o discusiones con el público objetivo. Por otro lado, las empresas B2B pueden utilizar los datos disponibles en sus registros u otras formas de recojo de información en su sitio web para identificar patrones en factores circunstanciales y atributos individuales que incrementan la probabilidad de que un negocio o empresa se convierta en un cliente satisfecho. Un análisis y enriquecimiento inicial de los clientes potenciales también puede ser útil en este procedimiento.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Variable 1: gestión administrativa

Misión

Según Collins & Porras (1996), citados en Contreras et al. (2020) definen la misión de una empresa como la ideología central que determina el carácter duradero de una organización, proporcionando una identidad coherente que trasciende la vida del producto o ciclos de comercialización, los avances tecnológicos, las modas de gestión y los líderes individuales. De hecho, los autores afirman que la más duradera y significativa contribución de los que construyeron compañías visionarias es la ideología central.

Visión

Según Cuevas (2017), citado en Mancilla & Ortegón (2021) afirman: La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar. De lo anterior se entiende que siempre al realizar una visión se debe visualizar la empresa a futuro, pero no hacerlo a las carreras ni descuidando

ninguno de los aspectos que en ellas intervienen, para que luego de ser diseñados los pasos a seguir se puedan poner en práctica y de esta manera conquistar la cumbre del éxito (p.30).

Conflicto

Según Rahim (1992), citado en Clavijo (2021) el conflicto es un proceso interactivo que se manifiesta por incompatibilidad, desacuerdo o disonancia entre dos entidades sociales, como individuos, grupos u organizaciones (p.13).

Liderazgo

Para Chiavenato (1999), citado en Ferreira (2021) liderazgo es, además, la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos.

Motivación laboral

Según Rodriguez, et al. (2020) la motivación son todos aquellos factores que originan conductas de tipo biológico, psicológico, social y cultural. La motivación en cada persona es diferente, debido a que las necesidades varían de un individuo a otro y producen distintos patrones de comportamiento.

2.3.2. Variable 2: satisfacción de los clientes

Orientación al cliente

De acuerdo con Gómez (2022) la orientación al cliente es una visión de negocio que pone la satisfacción de las necesidades del cliente como la prioridad en sus operaciones. Este compromiso empresarial precisa de una estrategia que, como su nombre lo indica, ponga al cliente como su centro y permita dirigir sus esfuerzos hacia los intereses del consumidor (p.5).

Condiciones de trabajo

El Departamento de Salud y Seguridad Ocupacional de Indiana (2020), citado en Alfaro (2022) define las condiciones de trabajo: Como todas las condiciones que afectan el entorno laboral y el lugar de trabajo, incluidas las horas de trabajo, los

aspectos físicos, los derechos legales y las responsabilidades; Por lo tanto, las condiciones de trabajo deben garantizar que todos los trabajadores del mundo, hombres y mujeres trabajen de la manera más segura y saludable posible (p.14).

Efectividad

Para George, et al. (2020) la efectividad se determina si al juzgar la atención proporcionada va a producir los mayores beneficios posibles en la actualidad. La efectividad máxima se alcanza cuando se otorga la mejor de las atenciones útiles y se evita toda la atención dañina,

Comprensión del cliente

Según Garcia & Maldonado (2020) es escuchar al cliente sus deseos y necesidades para poder brindar un buen servicio (p.34).

Respeto

Según Baín (2007), citado en Delgado L. (2020) es un sentimiento positivo que se refiere a la acción de respetar; es equivalente a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona o cosa., es similar a tener veneración, aprecio y reconocimiento por alguien o algo. El término "consideración" originalmente significaba "mirar de nuevo", lo que implica que algo que merece una segunda mirada es digno de respeto (p.33).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Método de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación responde al tipo de investigación aplicada, según Sánchez (2018), citado en Flores (2019) llamada también investigación científica aplicada, es un tipo de investigación pragmática o utilitaria que aprovecha los conocimientos conseguidos por la investigación básica o teórica para el conocimiento y solución de problemas inmediatos (p.32).

3.1.2. Nivel de investigación

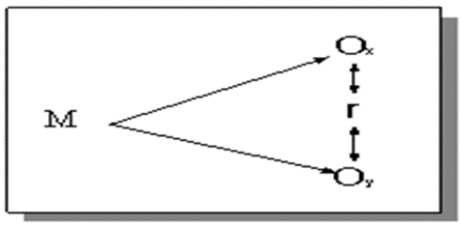
La investigación es de nivel descriptivo, para Nieto (2018), citado en Bravo & Rea (2022) el principal objetivo es: Recopilar datos e información sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales. La investigación descriptiva implica recopilar datos para probar hipótesis o responder preguntas sobre el estado actual de los sujetos de estudio. Un estudio descriptivo determina y relaciona los modos de ser de los objetos (p.21).

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental transeccional correlacional, según Hernández et al. (2014), citado en Huaman (2021) estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa - efecto (causales).

Figura 1:

Esquema de la investigación



Donde:

M: Muestra, trabajadores y clientes de Automotores Mopal de Pucallpa

V1: Gestion Administrativa.

V2: Satisfaccion de los clientes.

r: correlacion entre variables

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

- **Variable 1: Gestión Administrativa.**

La población para evaluar la variable gestión administrativa, lo constituyeron el 100% de los trabajadores de Automotores Mopal sede Pucallpa, que son 43.

- **Variable 2: Satisfacción de los clientes**

La población para evaluar la variable calidad de atención lo constituyeron los 260 clientes que acceden, a Automotores Mopal sede Pucallpa en promedio por semana.

3.2.2. Muestra

La muestra de la variable Gestión administrativa se calculó a través del muestreo no probabilístico por conveniencia, según Hernández O. (2021) la muestra se elige de acuerdo con la conveniencia de investigador, le permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio, por ello se tomó en cuenta a los 43 trabajadores.

La muestra de la variable satisfacción de los clientes se calculó a través del muestreo probabilístico, haciendo uso de la fórmula estadística para poblaciones menores a 100,000.

Figura 2:

Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{(EE)^2\ (N-1)+(p.q)Z^2}$$

Donde

n = Tamaño de la muestra necesaria.

P = Probabilidad de que evento ocurra (50%)

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

$Z_{\alpha/2}$ = 1,96

N = Población (260)

EE= 0,09

Desarrollando la formula

n = (0.5*0.5*(1.96) ^2*260) / (((0.09) ^2*259) +(0.5*0.5*(1.96) ^2))

n = 86 clientes

3.3. Instrumento de recolección de datos

3.3.1. Técnicas para la elaboración de instrumentos de recolección de datos

Se elaboraron dos instrumentos mediante la técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario de preguntas cerradas, según Peterson (2000), citado en Chacon (2023) las preguntas cerradas o precodificadas, típicamente presentan un encabezado o tronco y luego se muestran categorías predeterminadas de respuesta. Dado que en este caso se otorgan las alternativas de respuesta, el investigador debe poseer un conocimiento considerable sobre los participantes, el objeto de estudio y acerca de cómo se utilizarán las respuestas antes de construir una pregunta (p.39).

3.3.2. Confiabilidad de los instrumentos

Tabla 2:

Confiabilidad de la variable gestión administrativa

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,936	20

El valor Alfa de Cronbach de la variable gestion administrativa es 0.936, obteniendo el nivel de fiabilidad de excelente, datos obtenidos a traves de la aplicación del cuestionario a los 43 trabajadores de la empresa Automotores Mopal sede Pucallpa, a traves del Programa Estadistico SPSSv27.

Tabla 3:

Confiabilidad de la variable satisfacción de los clientes

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,976	20

El valor Alfa de Cronbach de la variable satisfaccion del cliente es 0.976, obteniendo el nivel de fiabilidad de excelente, datos obtenidos a traves de la aplicación del cuestionario a los 86 clientes de la empresa Automotores Mopal sede Pucallpa, a traves del Programa Estadistico SPSSv27.

3.4. Procedimiento de recolección de datos

Se hizo uso de la técnica de la encuesta, según García, citado en Ortega, et al. (2022) es “una técnica que utiliza unconjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” (p.24).

3.5. Tratamiento de los datos

3.5.1. Procesamiento de datos

Los resultados de las encuestas se procesaron en el programa Excel, para cual se creó una base de datos por variable, diseñado por dimensiones, ítems y opciones de respuestas, resultados que a su vez se procesaron en el programa estadístico SPSSv27:

3.5.2. Presentación de datos

Los datos son presentados en tablas de frecuencias y figuras extraídas del Programa Excel, las mismas que muestran el nivel de variables y dimensiones. Igualmente se presenta en tablas extraídas del Programa Estadístico SPSSv27, las mismas que muestran la relación entre variables y dimensiones.

3.5.3. Análisis de datos

El nivel de variables se determinó a través de la escala de clima organizacional (EDCO), según Acero et al. (1999), citados en Castañeda & Gonzales (2022) una puntuación se considera alta o baja según el número de ítems o afirmaciones. Cada uno de los instrumentos cuentan con 20 ítems. La puntuación mínima posible es de 20 y la máxima es de 100. Un puntaje alto indica una alta frecuencia, relacionado con un buen clima organizacional y un puntaje bajo indica una baja frecuencia, relacionado a problemas dentro de la organización. Para determinar si el clima organizacional puntúa entre alto, promedio, o bajo se realizó la siguiente operación: entre el puntaje mínimo 20 y el máximo posible 100, luego la diferencia se dividió entre tres y a partir del puntaje mínimo se sumó el resultado obtenido así:

- Nivel Bajo: De 20 a 46 puntos
- Promedio: De 47 a 73 puntos
- Nivel Alto: Entre 74 a 100

Tabla 4:

Prueba de normalidad de la variable gestión administrativa

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Administrativa	,131	43	,062	,946	43	,042

a. Corrección de significación de Lilliefors

Según la prueba de normalidad Shapiro-Wilk, la variable gestión administrativa obtuvo un valor sigma de 0.042<0.05, por lo tanto, no cumple una distribución normal.

Tabla 5:

Prueba de normalidad de la variable satisfacción de los clientes

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción de los clientes	,129	86	,001	,946	86	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Según la prueba de normalidad Kolmogorov-Smiirnov, la variable satisfacción de los clientes obtuvo un valor sigma de 0.001<0.05, por lo tanto, no cumple una distribución normal.

En vista de que las dos variables no cumplen una distribución normal, la prueba de hipótesis se realizó mediante el coeficiente estadístico no paramétrico de Spearman, según Santabárbara (2019) el coeficiente de correlación de Spearman ($rsorho$)es un estimador no paramétricoque se utiliza en aquellos casos en que las variables examinadas son ordinales, no cumplen necesariamente criterios de normalidad o el diagrama de dispersión no muestra una relación funcional lineal entre las variables. Esto es, cuando no es aplicable el coeficiente de correlación lineal de Pearson (r).

Tabla 6:

Parámetros de interpretación del coeficiente de Spearman

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

Regla de decisión**:**

- La relación se considera significativa si $P \leq 0.05$
- La relación no se considera significativa si $P > 0.05$

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

4.1.1. Variable 1: gestión administrativa

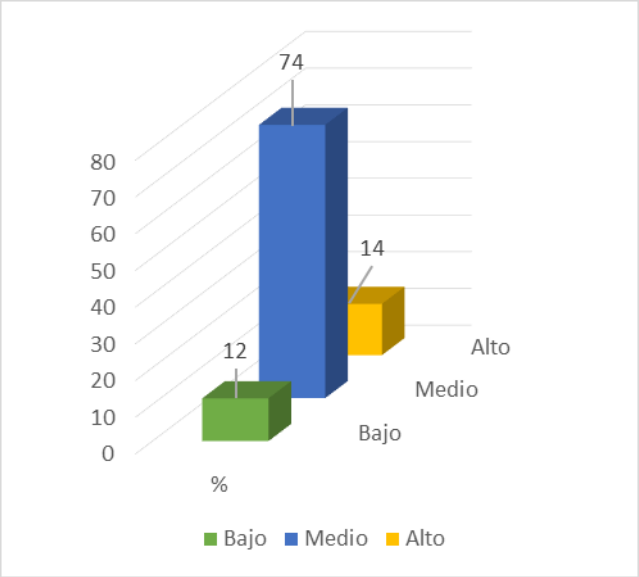
Tabla 7:

Niveles de gestión administrativa en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[20-46]	5	12
Medio	[47-73]	32	74
Alto	[74-100]	6	14
n		43	100

Figura 3:

Distribución porcentual de gestión administrativa en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022



Nota. Tabla 7

Se observa que el 12% de los trabajadores de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de gestión administrativa como bajo, el 74% le ubica como medio, mientras que el 14% le ubica como alto.

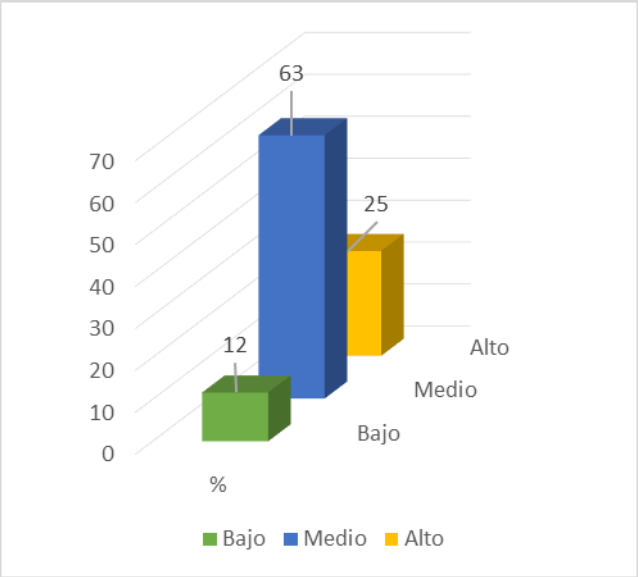
Tabla 8:

Niveles de planificación en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	5	12
Medio	[12-18]	27	63
Alto	[19-25]	11	26
n		43	100

Figura 4:

Porcentajes de la dimensión planificación en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022



Nota. Tabla 8

Se observa que el 12% de los trabajadores de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de planificación como bajo, el 63% le ubica como medio, mientras que el 25% le ubica como alto.

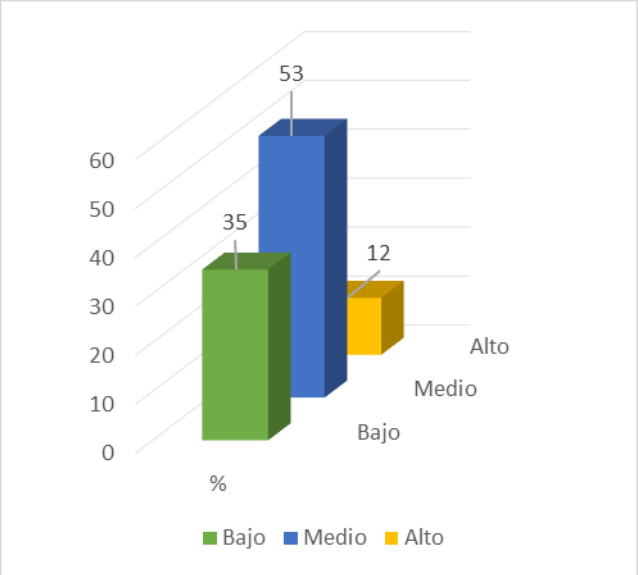
Tabla 9:

Niveles de organización en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	15	35
Medio	[12-18]	23	53
Alto	[19-25]	5	12
n		43	100

Figura 5:

Porcentajes de la dimensión organización en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022



Nota. Tabla 9

Se observa que el 35% de los trabajadores de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de organización como bajo, el 53% le ubica como medio, mientras que el 12% le ubica como alto.

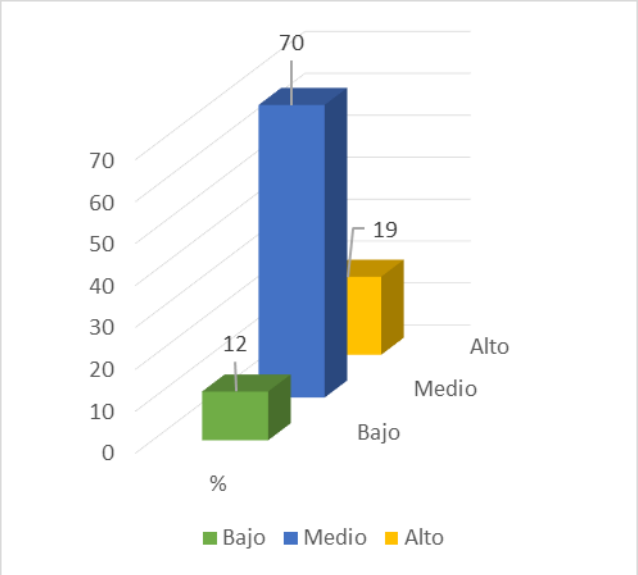
Tabla 10:

Niveles de dirección en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	5	12
Medio	[12-18]	30	70
Alto	[19-25]	8	19
n		43	100

Figura 6:

Porcentajes de la dimensión dirección en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022



Nota. Tabla 10

Se observa que el 12% de los trabajadores de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de dirección como bajo, el 70% le ubica como medio, mientras que el 19% le ubica como alto.

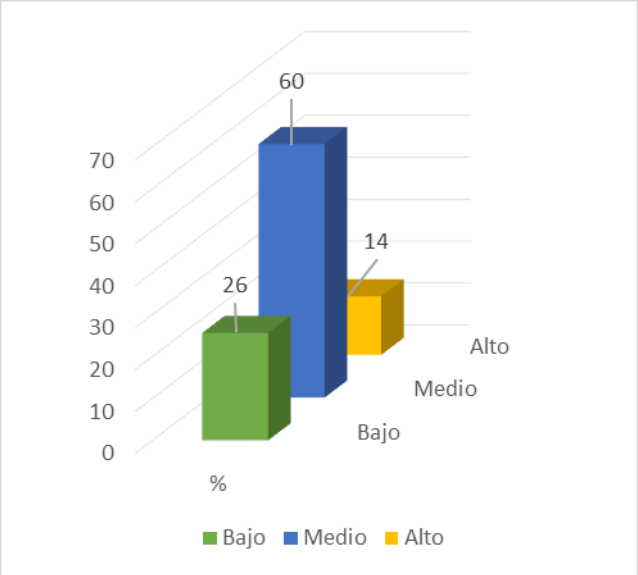
Tabla 11:

Niveles de control en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[5-11]	11	26
Medio	[12-18]	26	60
Alto	[19-25]	6	14
n		43	100

Figura 7:

Porcentajes de la dimensión control en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022



Nota. Tabla 11

Se observa que el 26% de los trabajadores de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de control como bajo, el 60% le ubica como medio, mientras que el 14% le ubica como alto.

4.1.2. Variable 2: satisfacción de los clientes

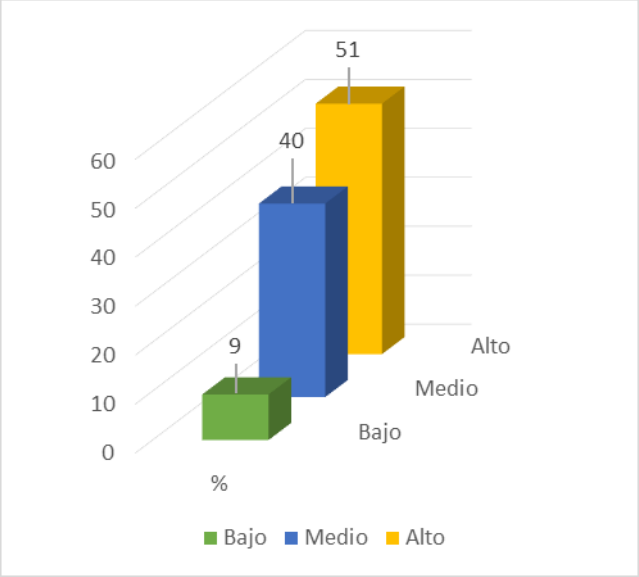
Tabla 12:

Niveles de satisfacción de los clientes en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Niveles	Rangos	Fi	%
Bajo	[20-46]	8	9
Medio	[47-73]	34	40
Alto	[74-100]	44	51
n		86	100

Figura 8:

Porcentajes de la variable satisfacción de los clientes en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022



Nota. Tabla 12

Se observa que el 9% de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de satisfacción como bajo, el 40% le ubica como medio, mientras que el 51% le ubica como alto.

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

La gestión administrativa se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Tabla 13:

Relación de la prueba estadística de Spearman entre gestión administrativa y satisfacción de los clientes

Rho de Spearman	Gestión Administrativa	Coeficiente de correlación	1,000	,079
		Sig. (unilateral)	.	,306
		N	43	43
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,079	1,000
		Sig. (unilateral)	,306	.
		N	43	86

Se aprecia que existe una relación directa muy débil 0.079 y no significativa 0.306, entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que indica cuanto menor sea el desarrollo de la gestión administrativa, menor será la satisfacción del cliente.

4.2.2. Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

La planificación se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Tabla 14:

Relación de la prueba estadística de Spearman entre planificación y satisfacción de los clientes

Rho de Spearman	Planificación	Coeficiente de correlación	1,000	,101
		Sig. (unilateral)	.	,260
		N	43	43
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,101	1,000
		Sig. (unilateral)	,260	.
		N	43	86

Se aprecia que existe una relación directa muy débil 0.101 y no significativa 0.260, entre la planificación y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que indica cuanto menor sea el desarrollo de la planificación, menor será la satisfacción de los clientes.

Hipótesis específica 2

La organización administrativa se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Tabla 15:

Relación de la prueba estadística de Spearman entre organización y satisfacción de los clientes

Rho de Spearman	Organización	Coeficiente de correlación	1,000	,023
		Sig. (unilateral)	.	,442
		N	43	43
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,023	1,000
		Sig. (unilateral)	,442	.
		N	43	86

Se aprecia que existe una relación directa muy débil 0.023 y no significativa 0.442, entre la organización y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que indica cuanto menor sea el desarrollo de la organización, menor será la satisfacción de los clientes.

Hipótesis específica 3

La dirección administrativa se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Tabla 16:

Relación de la prueba estadística de Spearman entre dirección y satisfacción de los clientes

Rho de Spearman	Dirección	Coeficiente de correlación	1,000	-,008
		Sig. (unilateral)	.	,480
		N	43	43
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	-,008	1,000
		Sig. (unilateral)	,480	.
		N	43	86

Se aprecia que existe una relación indirecta muy débil - 0.008 y no significativa 0.480, entre la dirección y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que indica cuanto menor sea el desarrollo de la dirección, menor será la satisfacción de los clientes.

Hipótesis específica 4

El control administrativo se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa de Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Tabla 17:

Relación de la prueba estadística de Spearman entre control y satisfacción de los clientes

Rho de Spearman	Control	Coeficiente de correlación	1,000	,097
		Sig. (unilateral)	.	,268
		N	43	43
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,097	1,000
		Sig. (unilateral)	,268	.
		N	43	86

Se aprecia que existe una relación directa muy débil 0.097 y no significativa 0.268, entre el control y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que indica cuanto menor sea el desarrollo del control, menor será la satisfacción de los clientes.

4.3. Discusión de resultados

Existe una relación directa muy débil 0.079 y no significativa 0.306, entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que quiere decir que la empresa no está planificando, organizando, dirigiendo y controlando de manera adecuada, por ello no logra una relación significativa con la satisfacción de los clientes. Resultado distinto encontraron Taquiri & Vega (2020) en su investigación “Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente de la Empresa Virgen del Carmen Salud S.A.C., San Borja, Lima 2020”. Quienes concluyen que existe relación positiva considerable entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente a través de Rho de Spearman 0.601 y una significancia de 0.000 lo cual

demuestra que una mejor gestión administrativa de parte de la empresa Virgen del Carmen lograra la satisfacción de sus clientes (p.32).

Los resultados indican, según el 12% de los trabajadores de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de gestión administrativa como bajo, el 74% le ubica como medio, mientras que el 14% le ubica como alto. Lo que significa, de acuerdo con la gran mayoría de trabajadores, que la empresa planifica, organiza, dirige y controla a nivel medio. Resultado distinto encontró Padilla (2020), en su tesis Control interno y su relación con la gestión administrativa en la empresa cervecería San Juan S.A., Tarapoto, periodo 2018, concluye: Con respecto a la gestión administrativa, los trabajadores manifestaron que el 38% de los encuestados se encuentra en un nivel inadecuado, un 19% manifestaron que se encuentra en un nivel muy inadecuado, un 12% mencionaron que se encuentra en un nivel ni adecuado ni inadecuado y un 2% manifestaron que se encuentra en un nivel adecuado muy bajo, lo que significa la empresa no cuenta con un conjunto de acciones con el cual la directiva de una empresa desarrolla sus actividades en base al proceso administrativo de planeación, dirección, coordinación y control.

Los resultados indican, según el 9% de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubica el nivel de satisfacción como bajo, el 40% le ubica como medio, mientras que el 51% le ubica como alto. Lo que significa, para la gran mayoría de clientes, que la capacidad de respuesta que emite, la infraestructura física que ofrece, la confiabilidad que amerita y la empatía que brindan los trabajadores de la empresa, es a nivel alto. Resultado similar encontró Gastiaburu /2019), en su tesis Nivel de satisfacción del cliente con respecto a un supermercado de Trujillo – 2017, quien concluye: que los principales aspectos referidos a la satisfacción de la empresa están un nivel alto con un 45.7%, lo cual nos obligan a tomar diferentes estrategias para mejorar este aspecto.

Existe una relación directa muy débil 0.101 y no significativa 0.260, entre la planificación y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa formula la misión, la visión, la planificación, y aplica los valores, no le alcanza para lograr una relación directa más alta y significativa con la satisfacción de los clientes. Resultado distinto encontró Quijandria (2021), en su tesis Gestión administrativa y satisfacción de los clientes en Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021, quien concluye: el resultado es que el valor del coeficiente de Spearman es r = 0.570 y el valor de significancia calculado (0.000) es menor que (0.05); Rechace la hipótesis nula y acepte la hipótesis alternativa. Por lo tanto, concluimos que la planificación está fuertemente correlacionada de manera positiva con la satisfacción del cliente en Globaltec SAC, Los Olivos, 2021, es decir, si se aplica correctamente, los niveles de satisfacción del cliente aumentarán. (p.38).

Existe una relación directa muy débil 0.023 y no significativa 0.442, entre la organización y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa presenta su organigrama, resuelve las consultas, brinda información, presenta sus funciones y resuelve sus conflictos, no le alcanza para lograr una relación directa más alta y significativa con la satisfacción de los clientes. Resultado distinto encontraron Suarez & Vásquez (2020), en su tesis Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de calzados “Valles” SAC del distrito el Porvenir – Trujillo, 2020, quienes concluyen: el nivel de influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente; es moderada y significativa, de acuerdo a lo observado en la prueba de correlación de Pearson (0,554), además, el valor de significancia calculado (0,000) fue inferior al formulado (0,05), describiendo significatividad en la relación entre estas variables, aspecto que evidencia la importancia de la organización de una empresa, para optimizar sus niveles de satisfacción de los clientes (p.78).

Existe una relación indirecta muy débil - 0.008 y no significativa 0.480, entre la dirección y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa lidera, motiva y dirige los equipos, no le alcanza para lograr una relación directa y significativa con la satisfacción de los clientes. Resultado diferente encontró Chumpitaz (2020), en su tesis Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020, quien concluye: se obtuvo una (Sig.) de 0,007, lo cual es menor al nivel de Sig. (0.05); también un coeficiente de correlación de 0.219; de forma que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, se concluye que, la dirección si se relaciona con la satisfacción del cliente-socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020. Sin embargo, estas presentan una baja correlación.

Existe una relación directa muy débil 0.097 y no significativa 0.268, entre el control y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa, controla la gestión, la rendición y el control, no le alcanza para lograr una relación directa y significativa con la satisfacción de los clientes. Resultado diferente encontró Quispe (2020), en su tesis Gestión de calidad y satisfacción del cliente en la Empresa E.I.R.L Distribuidora Suarez del Distrito de Pichanaqui, 2019, quien concluye: el valor P=0,000 en la conexión entre el Control y Satisfacción del Cliente pudiendo afirmar que existe una relación con una probabilidad de error del 0%. En tal sentido concluimos por el coeficiente r=0,756 que determina la conexión entre el Control y la Satisfacción del Cliente observando que las dos variables se relacionan de manera positiva muy fuerte, un 57,15%.

CONCLUSIONES

- Se estableció que existe una relación directa muy débil 0.079 y no significativa 0.306, entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que quiere decir que la empresa no está planificando, organizando, dirigiendo y controlando de manera adecuada, por ello no logra una relación significativa con la satisfacción de los clientes.
- Se logró establecer, que el 12% de los trabajadores de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubican el nivel de gestión administrativa como bajo, el 74% le ubican como medio, mientras que el 14% le ubican como alto. Lo que significa, de acuerdo con la gran mayoría de trabajadores, que la empresa planifica, organiza, dirige y controla a nivel medio.
- Se logro establecer, que el 9% de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, ubican el nivel de satisfacción como bajo, el 40% ubican como medio, mientras que el 51% ubican como alto. Lo que significa, para la gran mayoría de clientes, que la capacidad de respuesta que emite, la infraestructura física que ofrece, la confiabilidad que amerita y la empatía que brindan los trabajadores de la empresa, es a nivel alto.
- Se estableció que existe una relación directa muy débil 0.101 y no significativa 0.260, entre la planificación y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa formula la misión, la visión, la planificación, y aplica los valores, no le alcanza para lograr una relación directa más alta y significativa con la satisfacción de los clientes.
- Se estableció que existe una relación directa muy débil 0.023 y no significativa 0.442, entre la organización y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa presenta su organigrama, resuelve las consultas, brinda información, presenta sus funciones y resuelve sus conflictos, no le alcanza para lograr una relación directa más alta y significativa con la satisfacción de los clientes.

- Se estableció que existe una relación indirecta muy débil - 0.008 y no significativa 0.480, entre la dirección y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa lidera, motiva a sus trabajadores y dirige sus equipos, no le alcanza para lograr una relación directa y significativa con la satisfacción de los clientes.
- Se estableció que existe una relación directa muy débil 0.097 y no significativa 0.268, entre el control y la satisfacción de los clientes, en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022, lo que significa de la forma como la empresa, controla la gestión, la rendición y el control, no le alcanza para lograr una relación directa más alta y significativa con la satisfacción de los clientes.

SUGERENCIAS

- Los ejecutivos de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, deben involucrar a la gran mayoría de trabajadores en la elaboración de los documentos de gestión referidos a la planificación, organización, dirección y control, con el propósito de lograr una relación directa más alta y significativa entre la gestión administrativa y calidad de servicio.
- Los ejecutivos de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, deben implementar talleres de capacitación en temas relacionados de planificación, organización, dirección y control con el propósito de lograr el nivel alto de gestión administrativa.
- Los ejecutivos de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, deben realizar talleres de motivación para fortalecer la capacidad de respuesta, la confiabilidad y la empatía de sus trabajadores, también deben mejorar la infraestructura física, con el propósito de lograr niveles más altos de satisfacción de sus clientes.
- Los ejecutivos de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, deben formular de manera adecuada la misión, la visión, la planificación, e implementar como política la buena práctica de valores, con el propósito de lograr una relación directa más alta y significativa entre la planificación y la satisfacción de los clientes.
- Los ejecutivos de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, deben mejorar su organigrama, mejorar la resolución de las consultas, brindar mejor información, mejorar sus funciones y la resolución de conflictos, con el propósito de lograr una relación directa más alta y significativa entre la organización y la satisfacción de los clientes.
- Los ejecutivos de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, deben mejorar la forma de liderar, motivar a sus trabajadores y dirigir sus equipos, con el propósito de lograr una relación directa y significativa entre la dirección y la satisfacción de los clientes.
- Los ejecutivos de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa, deben mejorar el control de la gestión, de la rendición, con el propósito de lograr una relación directa más y significativa entre el control y la satisfacción de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aleman, I. (2022). *Introducción*. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33717/Aleman%20Luna%20Victoria%20Ilinka%20Estefania.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Alfaro, C. (2022). *Condiciones de trabajo*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86048/Alfaro_ACY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aparicio, P., Elasri, A., & Triadó, X. (2021). Perfil de los usuarios de centros deportivos según sus expectativas. *SPORT TK, 10*(1), 91-106. Obtenido de https://revistas.um.es/sportk/article/view/438371/309251

Bravo, M., & Rea , W. (2022). *Investigación descriptiva*. Obtenido de http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8660/1/PC-002263.pdf

Cabezas, E. (2019). *La gestión administrativa y la gestión documental en la empresa Marquetería Esquiche, Barranco 2019*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64545/Cabezas_BE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cajaleon, Y. (2022). *Gestión administrativa y su relación con la satisfacción del cliente en el grupo impresores Kalpa del Perú SAC, Lima, 2022*. Obtenido de https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3337507

Carrasco, A. (2019). *El problema de investigación*. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7110/Carrasco%20Carrasco%20Ana%20Luz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castañeda, M., & Gonzales, A. (2022). *Escala de Clima Organizacional*. Obtenido de https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/9608/REP_mariana.casta%d1eda_alexander.gonzales_clima.organizacional.pdf;jsessionid=befc821b6df9f242a5115c37a3aa839d?sequence=1

Cerezo, J. (2020). *Empatía:*. Obtenido de https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26108/PT-2779.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chacon, D. (2023). *Técnica de elaboración de instrumentos*. Obtenido de http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/6082/B3_2023_unu_maestria_2023_tm_dalia-chacon_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chanducas, I. (2023). *Satisfacción del cliente y su relación con la fidelización del cliente*. Obtenido de http://200.121.226.32:8080/bitstream/handle/20.500.12840/6395/Isai_Tesis_Maestro_2023.pdf?sequence=9&isAllowed=y

Chapilliquen, C. (2022). *Dimensión de Confiabilidad*. Obtenido de https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/3232/fcad-cha-loz-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chumpitaz, N. (2020). *Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020 (Tesis de maestria, Universidad César Vallejo, Lima-Perú)*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48349/Chumpitaz_NNS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Clavijo, A. (2021). *Conflicto laboral*. Obtenido de https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/30728/T-1519.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Contreras, O., Pirazán, A., & Villarreal, M. (2020). ¿Son la Misión y Visión Verdaderos Promotores de Ventaja? *In Proceedings INNODOCT/20. International Conference on Innovation, Documentation and Education*, 403-411. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/162014/Contreras-Pacheco%3bPirazan%3bVillareal%20-

%20%c2%bfSon%20la%20Misi%c3%b3n%20y%20Visi%c3%b3n%20Verdaderos%20Promotores%20de%20Ventaja%20Co....pdf?sequence=1&isAllowed=y

Delgado, E. (2021). *Enfoque del Comportamiento*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78090/Delgado_SEA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Delgado, L. (2020). *Segunda dimensión: Respeto*. Obtenido de http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/1966/martos%20de%20mendoza%2c%20lidia%20delgado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ferreira, R. (2021). El liderazgo directivo en la gestión escolar. Comparación de casos. *Revista Científica Multidisciplinar, 5*(5), 7219. Obtenido de https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/841/1139

Flores, A. (2019). *Tipo de investigación*. Obtenido de https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14229/199/Flores-Gonsales%20-Alicia-Anali%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Flores Vega, J. (2022). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la Empresa Casa Blanca.* Tesis, Universidad Continental. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11329/1/IV_FCE_318_TE_Flores_Vega_2022.pdf

Garcia, V., & Maldonado , J. (2020). *Comprensión del cliente*. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7108/Garcia%20Elera%2c%20Victor%20%26%20Maldonado%20Sambrano%2c%20Jose.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Gastiaburu , E. (2019). *“Nivel de satisfacción del cliente con respecto a un supermercado de trujillo - 2017”*. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22517/Gastiaburu%20Esquechе%20Erwin%20Angel.pdf?sequence=1&isAllowed=y

George, R., Gámez, Y., Matos, D., González, I., Labori, R., & Guevara, S. (2021). Efectividad. *INFODIR, 17*(35), 1.27. Obtenido de https://www.medigraphic.com/pdfs/infodir/ifd-2021/ifd2135m.pdf

Gómez, D. (2022). *¿Qué es la orientación al cliente y cómo aplicarla? (con ejemplos)*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/service/orientacion-al-cliente

Hernández, M. (2020). *Realidad Problemática*. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6965/Hern%c3%a1ndez%20S%c3%a1nchez%2c%20Mar%c3%ada%20Clarivel.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral, 37*(3). Obtenido de https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubmedgenint/cmi-2021/cmi213b.pdf

HUAMAN, H. (2021). *Diseño de investigación:*. Obtenido de https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4a8b0050-7b9b-46eb-9d4b-7394edd85ebd/content

Inocente, W. (2019). *Teoría de las relaciones humanas*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27325/Inocente_AWA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jara, G. (2019). *El control*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39075/Jara_MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lizano , E., & Villegas , A. (2019). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628122/LizanoF_E.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Loaiza , W., Guatumillo , E., & Jiménez , W. (2020). Impacto de un chat conversacional en la atención al cliente de las empresas de servicios de la provincia de Tungurahua.

Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación, 7(2), 177-191. Obtenido de https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/1665/1106

Luna , J., & Luna, M. (2021). La Gestión Administrativa Municipal. Una aproximación Conceptual. *Revista Iberoamericana de la Educación., Especial*(1). Obtenido de http://revista-iberoamericana.org/index.php/es/article/view/95/203

Macias, K. (2021). *Organización*. Obtenido de http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10049/E-UTB-FCJSE-SEBGUE-000122.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mancilla, L., & Ortegón, N. (2021). *Visión*. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/0d57a7c8-644c-4997-a699-72999c2a04a9/content

Mendoza, V., & Moreira, J. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *Revista Científica FIPCAEC, 6*(3), 608-620. Obtenido de https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/414/736

Mucha Lopez , S. (2022). *La gestión administrativa y su relación con la productividad laboral en la Empresa ICONEG EIRL - Huancayo, 2021.* Tesis, Universidad Continental. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12181/3/IV_FCE_308_TE_Mucha_Lopez_2022.pdf

Muñoz , V. (2019). *Diseño de plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y operativa de la micro - empresa Taller Automotriz El Mecánico en la ciudad de Guayaquil"*. Obtenido de https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b7aaff00-2c60-46aa-83cc-16dc6a9f4737/content

Ortega, J., Muñoz, V., & Rueda, D. (2022). *La encuesta*. Obtenido de https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/2103/RuedaZaldua-DifanyLorena-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ovalle, W., & Guzmán, E. (2023). *Teoría de expectativa*. Obtenido de https://repositorio.utea.edu.pe/bitstream/utea/489/2/Factores%20demogr%c3%a1ficos%20asociados%20a%20la%20satisfacci%c3%b3n-Ovalle%20Valent%c3%adn%2c%20William%3b%20Guzm%c3%a1n%20Hurtado%2c%20Edison.pdf

Padilla , M. (2020). *Control interno y su relación con la gestión administrativa en la empresa (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martin, Tarapoto-Perú)*. Obtenido de https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/11458/3965/1/AMINISTRACI%c3%93N%20-%20Mar%c3%ada%20Cristina%20Padilla%20Arce.pdf

Quijandria , A. (2021). *Gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021 (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima-Perú)*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79151/Quijandria_MAL-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Quispe , Z. (2020). *Gestion de calidad y satisfaccion del cliente en la empresa e.i.r.l distribuidora suarez del distrito de Pichanaqui, 2019 (Tesis de maestría, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Satipo-Perú)*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19811/gestion_de_calidad_Y_satisfaccion_del_cliente_quispe_coronado_zumilda.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodriguez, A., Segura, X., Elizondo, M., Moreno, R., & Montalvo, J. (2020). Diagnóstico del impacto de la motivación laboral como medio para incrementar la productividad. Estudio de caso: Empresa TSR de Saltillo, Coahuila, México. *Revista Espacios, 41*(43), 53-68. Obtenido de https://www.revistaespacios.com/a20v41n43/a20v41n43p05.pdf

Ruiz, P. (2019). *Dimensión Planificación*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34189/ruiz_cp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santabárbara, J. (2019). Cálculo del intervalo de confianza para los coeficientes de correlación mediante sintaxis en SPSS. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 12*(2), 1-14. Obtenido de https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/reire2019.12.228245/29310

Suarez , Y., & Vásquez , E. (2020). *Gestión administrativa y su influencia en la satisfaccion del cliente de calzados "Valles" SAC del distrito el Porvenir – Trujillo, 2020 (Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo-Perú)*. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7363/1/rep_yarixa.suarez_esperanza.V%c3%81squez_influencia.en.la.satisfaccion.del.cliente.pdf

Susanibar, E., & Rojas, L. (2019). *Infraestructura física*. Obtenido de http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/2692/SUSANIBAR%20ROQUE%20ROJAS%20MARTINEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Taquiri , K., & Vega , J. (2020). *Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente de la Empresa Virgen del Carmen Salud S.A.C., San Borja, Lima 2020 (Tesis de pregrado, Universidd Cesar Vallejo, Lima-Perú)*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64657/Taquiri_BKF-Vega_MJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tixi, J., & Vásquez, E. (2023). Satisfacción al cliente. Caso: Empresa la fabril, Cañar, el Tambo y Suscal, Ecuador. *Revista Electrónica De Ciencias Gerenciales, 5*(8), 22-35. Obtenido de https://iieakoinonia.org/ojs3/index.php/gestioep/article/view/45/76

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: "Gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022"

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
Problema General: ¿Cómo se relaciona la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022? Problemas Específicos: a) ¿Cómo se relaciona la planificación con la satisfacción de los clientes en la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022? b) ¿Cómo se relaciona la organización administrativa con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022? c) ¿Cómo se relaciona la dirección administrativa con la satisfacción de los	Objetivo General: Determinar la relación de la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 Objetivos Específicos: a) Determinar el nivel de gestión administrativa de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 b) Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 c) Indicar la relación de la planificación y la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 d) Interpretar la relación de la organización administrativa con la satisfacción de los	Hipótesis General: La gestión administrativa se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 Hipótesis Específicos: a) La planificación se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 b) ¿La organización se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 c) La dirección se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de	: Gestión administrativa	Planificación	Misión y visión
					Planificación
					Valores
				Organización	Organigrama
					Consultas
					Información Adecuada
					Funciones
					Conflictos
				Dirección	Liderazgo
					Motivación
					Equipo
				Control	Rendición
					control
			Satisfacción del cliente.	Capacidad de respuesta	Orientación Oportuna
				Infraestructura física	Mejores condiciones de instalaciones
					Equipos Modernos
				Confiabilidad	Atención personalizada
					Efectividad del

clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022? d) ¿Cómo se relaciona el control administrativo con la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022?	clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 e) Identificar la relación de la dirección administrativa y la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 f) Conocer la relación del control administrativo y la satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022	los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022 d) ¿El control se relaciona directa y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa de Mopal-Toyota Pucallpa 2022			servicio
				Empatía	Comprende sus necesidades
					Respeto

Anexo 2: Instrumento N.º 1

Cuestionario sobre gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Estimado señor (a): El presente cuestionario tiene por finalidad la obtención de información sobre la gestión administrativa de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa. La confidencialidad de sus respuestas será respetada.

Instrucciones**:** Lea cada uno de los indicadores y marque con una (X) la alternativa que considere apropiada de la escala que se muestra en el cuadro.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N.º	Dimensiones/Ítems- Gestión Administrativa	Puntuaciones				
PLANIFICACIÓN		1	2	3	4	5
01	La misión y visión refleja los objetivos que persigue la empresa					
02	Están definidos los objetivos en el área que trabaja					
03	Los objetivos estratégicos planteados se basan en la realidad de la empresa.					
04	Las políticas de la empresa permiten lograr los objetivos.					
05	Pone en práctica las reglas establecidas por la empresa					
Organización						
06	La empresa cuenta con un organigrama actualizado y visible para brindar una mejor orientación al cliente					
07	Se da una respuesta rápida ante alguna consulta del cliente.					
08	Se brindan una información adecuada al cliente.					
09	Considera que los trabajadores conocen sus funciones adecuadamente.					
10	Percibe que hay conflictos entre los trabajadores.					
Dirección						
11	El jefe contribuye al logro de metas de MOPAL					
12	Recibes un trato adecuado por parte de tus superiores					
13	Tus superiores toman en cuenta tu opinión para mejorar tu trabajo					
14	Me siento motivado cuando MOPAL reconoce mis logros.					

15	El trabajo en equipo ayuda al logro de los objetivos propuesto					
16	MOPAL evalúa las tareas realizadas					
Control						
17	Los mecanismos de control de MOPAL son adecuados					
18	Se controlan los espacios de descanso, refrigerio, servicios higiénicos, capacitación, etc.					
19	Se cuenta con capacitación constante para el ingreso de reclamos y quejas					
20	En MOPAL realiza retroalimentación al finalizar una actividad de gestión					

Anexo 3: Instrumento N.º 2

Cuestionario sobre gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022

Estimado señor (a): el presente cuestionario tiene por finalidad la obtención de información sobre la satisfacción del cliente de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa. La confidencialidad de sus respuestas será respetada.

Instrucciones: Lea cada uno de los indicadores y marque con una (X) la alternativa que considere apropiada de la escala que se muestra en el cuadro.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N.º	Dimensiones/ítems- satisfacción del cliente	Puntuaciones				
Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
01	Los trabajadores de MOPAL te ofrecen un servicio rápido					
02	Los trabajadores de MOPAL responden oportunamente tus dudas y preguntas					
03	El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado					
04	Los trabajadores de MOPAL están predispuesto a absolver tus problemas					
05	Recibe orientación adecuada antes de adquirir el servicio					
Infraestructura física						
06	MOPAL cuenta con equipos modernos					
07	Las instalaciones son visualmente cómodas					
08	La Ventilación es adecuada para atender al cliente					
09	Los trabajadores están correctamente uniformados e identificados con fotosheck					
10	El mobiliario que se usa es el adecuado					
Confiabilidad						
11	MOPAL le brinda una atención personalizada					
12	Los trabajadores cuentan con recursos de materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo.					

13	Los trabajadores de MOPAL muestran conocimientos suficientes para responder sus preguntas					
14	MOPAL cumple lo que promete sobre la entrega del servicio					
15	Los trabajadores de MOPAL le inspira confianza y buena disposición para atenderlo					
Empatía						
16	Durante la atención le solucionan su problema solicitado					
17	MOPAL tiene horarios de atención convenientes					
18	MOPAL respeta el orden de llegada para el servicio					
19	Siente que MOPAL se preocupa por sus intereses					
20	Los trabajadores son amables y respetuosos					

Anexo 4
Instrumentos de Validación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Validación del instrumento 1: Gestión administrativa

Proyecto de Tesis "Gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022".

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO.
1.1 Apellidos y Nombres del Experto: GONZALES SANTOS GLORIA
1.2 Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
1.3 Cargo que desempeña: DOCENTE
1.4 Titulo y/o grado que ostenta: DOCTOR EN DERECHO

II. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Claudia María Ramos Javier y Zayra Romina Melena Venancio

III. APRECIACION DEL EXPERTO.

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
01	El instrumento ¿responde al planteamiento del problema?	X		
02	El instrumento ¿Responde a la variable de estudio?	X		
03	Las dimensiones que se ha considerado ¿son las adecuadas?	X		
04	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	X		
05	La estructura que presenta el instrumento ¿es clara y precisa?	X		
06	Las preguntas ¿están redactadas en forma clara y precisa?	X		
07	El número de preguntas por dimensiones ¿es proporcional al número adecuado de dimensiones de la variable?	X		
08	¿Se debe eliminar alguna pregunta?		X	

IV. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. **Confiabilidad**, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				X	
2. **Validez**, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				X	
3. **Objetividad**, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN = MUY BUENO

Pucallpa, 10 de octubre de 2023

.....
Firma del experto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Validación del instrumento 2: Satisfacción de los clientes

Proyecto de Tesis "Gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022".

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO.
1.1 Apellidos y Nombres del Experto: GONZALES SANTOS GLORIA
1.2 Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
1.3 Cargo que desempeña: DOCENTE
1.4 Titulo y/o grado que ostenta: DOCTOR EN DERECHO

II. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Claudia María Ramos Javier y Zayra Romina Melena Venancio

III. APRECIACION DEL EXPERTO.

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
01	El instrumento ¿responde al planteamiento del problema?	X		
02	El instrumento ¿Responde a la variable de estudio?	X		
03	Las dimensiones que se ha considerado ¿son las adecuadas?	X		
04	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	X		
05	La estructura que presenta el instrumento ¿es clara y precisa?	X		
06	Las preguntas ¿están redactadas en forma clara y precisa?	X		
07	El número de preguntas por dimensiones ¿es proporcional al número adecuado de dimensiones de la variable?	X		
08	¿Se debe eliminar alguna pregunta?		X	

IV. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. **Confiabilidad**, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				X	
2. **Validez**, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				X	
3. **Objetividad**, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN = MUY BUENO

Pucallpa, 10 de octubre de 2023

.....
Firma del experto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Validación del instrumento 1: Gestión administrativa

Proyecto de Tesis "Gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022".

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO.
1.1 Apellidos y Nombres del Experto: LOPEZ POCOHUANCA MILAGROS JULY
1.2 Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL DE LA AMAZONÍA
1.3 Cargo que desempeña: DOCENTE
1.4 Titulo y/o grado que ostenta: DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

II. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Claudia María Ramos Javier y Zayra Romina Melena Venancio

III. APRECIACION DEL EXPERTO.

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
01	El instrumento ¿responde al planteamiento del problema?	X		
02	El instrumento ¿Responde a la variable de estudio?	X		
03	Las dimensiones que se ha considerado ¿son las adecuadas?	X		
04	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	X		
05	La estructura que presenta el instrumento ¿es clara y precisa?	X		
06	Las preguntas ¿están redactadas en forma clara y precisa?	X		
07	El número de preguntas por dimensiones ¿es proporcional al número adecuado de dimensiones de la variable?	X		
08	¿Se debe eliminar alguna pregunta?		X	

IV. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. **Confiabilidad**, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				X	
2. **Validez**, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				X	
3. **Objetividad**, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN = MUY BUENO

Pucallpa, 10 de octubre de 2023

.....
Firma del experto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Validación del instrumento 2: Satisfacción de los clientes

Proyecto de Tesis "Gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022".

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO.
1.1 Apellidos y Nombres del Experto: LOPEZ POCOHUANCA MILAGROS JULY
1.2 Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL DE LA AMAZONÍA
1.3 Cargo que desempeña: DOCENTE
1.4 Titulo y/o grado que ostenta: DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

II. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Claudia María Ramos Javier y Zayra Romina Melena Venancio

III. APRECIACION DEL EXPERTO.

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
01	El instrumento ¿responde al planteamiento del problema?	X		
02	El instrumento ¿Responde a la variable de estudio?	X		
03	Las dimensiones que se ha considerado ¿son las adecuadas?	X		
04	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	X		
05	La estructura que presenta el instrumento ¿es clara y precisa?	X		
06	Las preguntas ¿están redactadas en forma clara y precisa?	X		
07	El número de preguntas por dimensiones ¿es proporcional al número adecuado de dimensiones de la variable?	X		
08	¿Se debe eliminar alguna pregunta?		X	

IV. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. **Confiabilidad**, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				X	
2. **Validez**, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				X	
3. **Objetividad**, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN = MUY BUENO

Pucallpa, 10 de octubre de 2023

Firma del experto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Validación del instrumento 1: Gestión administrativa

Proyecto de Tesis "Gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022".

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO.
1.1 Apellidos y Nombres del Experto: PARDO HIDALGO CLEMENTE
1.2 Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
1.3 Cargo que desempeña: DOCENTE

II. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Claudia María Ramos Javier y Zayra Romina Melena Venancio

III. APRECIACION DEL EXPERTO.

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
01	El instrumento ¿responde al planteamiento del problema?	X		
02	El instrumento ¿Responde a la variable de estudio?	X		
03	Las dimensiones que se ha considerado ¿son las adecuadas?	X		
04	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	X		
05	La estructura que presenta el instrumento ¿es clara y precisa?	X		
06	Las preguntas ¿están redactadas en forma clara y precisa?	X		
07	El número de preguntas por dimensiones ¿es proporcional al número adecuado de dimensiones de la variable?	X		
08	¿Se debe eliminar alguna pregunta?		X	

IV. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. **Confiabilidad**, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				X	
2. **Validez**, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				X	
3. **Objetividad**, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN = Muy Bueno

Pucallpa, 10 de octubre de 2023



Firma del experto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Validación del instrumento 2: Satisfacción de los clientes

Proyecto de Tesis "Gestión administrativa y satisfacción de los clientes de la empresa Mopal-Toyota Pucallpa 2022".

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO.
1.1 Apellidos y Nombres del Experto: PARDO HIDALGO CLEMENTE
1.2 Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
1.3 Cargo que desempeña: DOCENTE

II. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Claudia María Ramos Javier y Zayra Romina Melena Venancio

III. APRECIACION DEL EXPERTO.

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
01	El instrumento ¿responde al planteamiento del problema?	X		
02	El instrumento ¿Responde a la variable de estudio?	X		
03	Las dimensiones que se ha considerado ¿son las adecuadas?	X		
04	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	X		
05	La estructura que presenta el instrumento ¿es clara y precisa?	X		
06	Las preguntas ¿están redactadas en forma clara y precisa?	X		
07	El número de preguntas por dimensiones ¿es proporcional al número adecuado de dimensiones de la variable?	X		
08	¿Se debe eliminar alguna pregunta?		X	

IV. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. **Confiabilidad**, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				X	
2. **Validez**, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				X	
3. **Objetividad**, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN = Muy Bueno

Pucallpa, 10 de octubre de 2023

Pardo Hidalgo

.....
Firma del experto