



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión Administrativa y la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”,

Huaraz 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en administración

AUTOR:

Tuanama Monteluis, Darlynn Arnaldo (ORCID: 0000-0002-3591-0026)

ASESOR:

Dr. Bustamante cabello, Julio Cesar (ORCID: 0000-0002-8717-4411)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

Huaraz - Perú

2019

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis jefes por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mis docentes por su gran apoyo y motivación para la culminación de mi estudio profesional y para la elaboración de esta tesis; y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional,

Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo

Agradecimiento

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de esta tesis, sin embargo, merecen reconocimiento especial mis jefes ya que me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Asimismo, agradezco infinitamente a mis amigos que con sus palabras me hacían sentir orgulloso de lo que soy y de lo que les puedo enseñar. Ojalá algún día yo me convierta en se fuerza para que puedan seguir avanzando en su camino.

De igual forma, agradezco a los dueños de la óptica VISUAL MEDICS por la información necesaria y relevante que me brindaron para poder realizar mi tesis de investigación.

El autor

Página del jurado

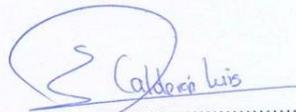
 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACION DE TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **TUANAMA MONTELUIS DARLYNN ARNALDO** cuyo título es: **"GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA "VISUAL MEDICS", HUARAZ 2019"**.

Reunido en la fecha, escucho la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:1.6.....(número) ..D.I.S.S.E.C.S... (letras).

Huaraz: 09 de Julio del 2019


.....
DR. BUSTAMANTE CABELLO JULIO CESAR
PRESIDENTE


.....
MGTR. CALDERON YARLEQUE LUIS ALBERTO
SECRETARIO


.....
MGTR. SALAZAR LLANOS JUAN FRANCISCO
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad

Yo, Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo con DNI N°76393107, a efectos de cumplir con los artículos vigentes y modificados establecidas en la Resolución Rectoral Universitario N° 0089 – 2019/UCV. Y al reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Administración, manifiesto y declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaña a la investigación es fehaciente y auténtica; así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el trabajo de investigación son originales, auténticas y veraces.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Huaraz, julio del 2019.



Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo

76393107

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	14
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
2.2. Operacionalización de variables.....	16
2.3. Población, muestra y muestreo.....	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ..	18
2.5. Procedimiento.....	19
2.6. Método de análisis de datos	20
2.7. Aspectos éticos.....	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN.....	29
V. CONCLUSIONES	33
VI.RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	37
ANEXOS	42
Anexo N° 01: Instrumento.....	43
Anexo N° 02: Ficha técnica de los instrumentos de recolección de datos	45
Anexo N° 03: Matriz de validación.....	47

Anexo N° 04: Hoja de vida de los expertos.....	59
Anexo N°05: Tabla de especificaciones.....	62
Anexo N°06: Matriz de consistencia.....	68
Anexo N°07: Confiabilidad del instrumento de recolección de datos	69
Anexo N°08: Aspectos administrativos.	70

RESUMEN

La investigación denominada “Gestión Administrativa y la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019, tuvo como metodología empleada un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue aplicada, con un diseño de investigación descriptiva Correlacional no experimental, con una población de por 120 clientes, y una muestra de 92, a los que se les aplicó un cuestionario para recopilar información que fueron validados a través de tres juicios de expertos con un nivel muy bueno, con un nivel de confianza aceptable de alfa de Cronbach de 0.816.

Los resultados obtenidos permitieron determinar la relación de las variables, concluyendo que existe relación positiva, dado que el resultado de la prueba de coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.285, con nivel de significancia de 0.006, es decir que existe una relación significativa entre ambas variables.

Palabras clave: Gestión Administrativa y satisfacción a los clientes.

ABSTRACT

The research called “Administrative Management and customer satisfaction of the“ VISUAL MEDICS ”optics, Huaraz 2019, had a quantitative approach as a methodology, the type of research was applied, with a non-experimental correlational descriptive research design, with a population of 120 clients, and a sample of 92, to which a questionnaire was applied to collect information that was validated through three expert judgments with a very good level, with an acceptable confidence level of Cronbach's alpha of 0.816.

The results obtained allowed to determine the relationship of the variables, concluding that there is a positive relationship, given that the result of the Spearman correlation coefficient test was 0.285, with a significance level of 0.006, that is to say that there is a significant relationship between both variables.

Keywords: Administrative Management and customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

Lo incierto de esta tesis nos muestra el asombroso avance de la tecnología, que nos ha demostrado en todo el mundo cambios inexplicables, debido a que muchas de las organizaciones tienden a acceder a los beneficios que brinda esta tecnología, sin embargo, hay empresas que padecen dificultades al no dar un adecuado uso, debido a la incapacidad para adaptarse a las nuevas tendencias que trae este mecanismo. Uno de los problemas principales de las organizaciones internacionales como “ips óptica cooperativa de Colombia” de Medellín- Antioquia, como “óptica ova de Colombia”, de Medellín- Antioquia, es sin duda el inadecuado manejo de la gestión administrativa, ya que estas empresas no cuentan con servicio de oftalmología debido a un inadecuado manejo de la gestión administrativa por parte de los gerentes, no tienen en cuenta la planificación, organización, control y dirección de sus empresas. Sin embargo, se observa influenciado en el agrado de los consumidores, ya que observamos que muchas de estas se sienten insatisfechas, debido a que la parte administrativa no soluciona de manera inmediata las dificultades a la hora de entrega del producto, ya que esto genera una inadecuada atención al cliente, no coordinan ya que observamos que muchas empresas trabajan más con staff de apoyo, debido a que generan menos gastos, solo por cierto tiempo. Sin embargo, muchas organizaciones no manejan variables para el adecuado desempeño como son las variables de la investigación, ya que su investigación nos permite a reconocer los problemas que se exhiben al momento de observar el desempeño de los gerentes.

Según estudios realizados, el factor que interviene negativamente en las empresas ópticas, es la carencia de entendimiento de los gerentes en el área del proceso productivo, debido a que muchos de estos no lo toman importancia, ocasionando así problemas de coordinación en la empresa y esto se ve influenciada en los clientes.

Otro aspecto a dar a conocer, son los problemas de conocimientos en el área administrativa, ya que muchas de estas empresas en el rubro óptico no cuentan con capacitaciones constantes para el eficiente manejo de sus personales.

Los problemas que afrontan los países sudamericanos en cuanto a estas empresas ópticas, es sin duda la falta de capacidad para resolver las dificultades que se muestran al momento de elaborar los lentes, ya que muchas de estas empresas no cuentan con

maquinarias de últimas tecnologías que les ayuden hacer más eficientes en la entrega de sus productos a sus clientes.

El problema de gestión y satisfacción a los clientes de las ópticas en el Perú, nos revela una cantidad de guías que nos permite observar la realidad del problema en el ambiente administrativo y sus consecuencias.

Muchas empresas en el rubro óptico en nuestro país, tienen muchas dificultades en la parte administrativa que se observa influenciada en el agrado de los consumidores, debido a que estas empresas no cuentan con sistemas adecuados para el registro de sus clientes fieles. También observamos que no cuentan con maquinarias necesarias para el proceso de elaboración de los lentes de manera eficiente.

Principalmente esto se da por la falta de conocimiento de los administradores de las empresas ópticas, ya que no cuentan con las habilidades necesarias para poder mejorar estos problemas.

Sin embargo, las dificultades que confronta el presente nuestro país en las organizaciones ópticas, es sin duda, el manejo interno de la empresa por parte de los administradores, ya que muchas de estas no tienen un orden adecuado, es decir, que las monturas no están divididas de acuerdo al género o secciones, es decir, varones mujeres o niños. Esto causa insatisfacción por parte de los clientes, ya que muchos de estos tienden a ser más deficientes al momento de escoger sus monturas. La mayoría de las ópticas tienden a dividirlos de acuerdo a la marca donde están mezclados tanto para varones o mujeres.

Esta situación de las dificultades en las ópticas en el departamento de Áncash, es por la incapacidad de los directivos de la empresa, ya que no manejan un adecuado control a sus personales, y esto se ve influenciada en la disconformidad de los clientes.

Muchos gerentes de las ópticas no tienden a capacitar a sus trabajadores que laboran en sus empresas, ya sea para explicar a los clientes, de las monturas y los diferentes tipos de lunas que existen, que cumplen diferentes funciones, esto se da debido a que estos gerentes sienten que les genera gastos innecesarios por el mismo hecho que si capacitan los trabajadores pueden abandonar sus puestos de trabajos.

Estas dificultades se observan en las ópticas de Huaraz, debido a que muchas de estas no tienen gerentes o dueños con las capacidades suficientes para poder administrar sus ópticas, y esto se observa en la insatisfacción de sus clientes.

Muchas de estas empresas no tienen a solucionar sus problemas con sus clientes, cuando estos se sienten insatisfechos, ya sea por una inadecuada elaboración de los lentes o por una inadecuada atención.

También observamos que muchas de estas empresas no cuentan con máquinas de última tecnología para la elaboración eficiente de sus lentes, debido a esto muchos clientes se sienten insatisfechos, por la demora de la entrega de sus lentes, ya que muchas de estas ópticas en Huaraz tienden a enviar los lentes a ciudad de lima para su elaboración.

Muchas de estas ópticas no cuentan con una técnica de control de sus clientes ni un seguimiento hacia ellos, ya que esto genera la no fidelización de sus clientes. También no ofrecen promociones ni publicidades.

Si nos dirigimos a la realidad de la óptica visual medics, se ve que hay muchos problemas y dificultades en la gestión administrativa que influye directamente en los clientes. Esto sucede debido a la falta de coordinación por parte de los dueños, técnicos y personal del área de ventas, esto se ve influenciada en las molestias e incomodidad de los clientes. Debido a estas falencias los compradores tienden a reclamar por factores como: atención inadecuada, producto mal elaborado, entrega del producto a destiempo y que no cuentan con servicios higiénicos. La empresa normalmente trabaja con staff de apoyo, esto se ve influenciada en la coordinación de la parte administrativa, ya que el personal no está constante en la empresa y dificulta al no dar solución cuando hay revisiones de documentos por parte de la sunat o la municipalidad.

Si nos enfocamos al área de atención al consumidor observamos dificultades que se observa frecuentemente ya que el personal de ventas rota constantemente esto genera una inadecuada coordinación al momento de atender al cliente, que genera que los clientes se sientan confundidos debido a que un día le atiende una persona y al día siguiente le atiende otra, esto genera desorden y descoordinación, ya que confunden a los clientes. Esta descoordinación genera que los clientes pidan el libro de reclamaciones para hacer sus quejas respectivas. Sin embargo, estos se observan influenciada por la carencia de entendimiento dueños, carencia de liderazgo, incapacidad para manejar una organización de tal magnitud en la ciudad de Huaraz.

Esto afecta principalmente a los clientes ya que genera una atención inadecuada por la falta de comunicación entre los gerentes y los trabajadores.

La causa de este problema se desconoce, es por eso que se hace la tesis de estudio.

Los trabajos previos sobre los temas de investigación son los siguientes trabajos de estudio, pues los antecedentes representan parte importante de la investigación:

Armada (2015) en su tesis: “la satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes”, de la universidad de Murcia España, para optar el grado de doctor en administración, el diseño de investigación se realizó mediante la metodología selectiva, con una muestra de 667 usuarios, empleando la técnica de encuestas y cuestionario, concluye que: El valor de agrado cambia en todos los aspectos realizados, ya que pretenden mejorar los factores peor valorados por las personas y el modo de sistemas para consolidar la calidad y agrado de las personas al servicio municipal de deportes.

Robert (2013), en tu tesis: “Gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán - Ecuador”, para obtener el título de Ingeniero en Administración. La investigación fue cualitativa, utilizaron las encuestas. Con la siguiente conclusión: Con la evaluación se llegó a definir que existe la obligación de desarrollar el trabajo empresarial. Existe carencia en el sistema de la evolución administrativa.

Cadillo (2017), en su tesis: "Control interno y la gestión administrativa", para obtener el grado de Master, Universidad César Vallejo. Lima, Perú, el diseño fue no experimental, transversal, descriptivo y Correlacional. En su población la muestra fue de 110 personas, obteniendo los datos aplicando como instrumento un cuestionario. Otorgando como conclusión el siguiente valor ($p=0.000<0.05$, manera que este valor accedió a anular la hipótesis nula. De tal manera alcanzo un coeficiente de correlación ($r = 0.454$). De manera general hay relación entre las variables.

Llicán (2016) en su tesis: “Gestión administrativa y servicio al cliente del banco de la Nación, de la universidad Cesar Vallejo de Lima, para obtener el grado académico de maestro en gestión pública, el diseño de investigación es descriptivo Correlacional, con una muestra de 150 clientes, empleando las técnicas de encuestas y cuestionarios,

concluye: Existe relación entre las variables. Lo que se demuestra con la prueba de Spearman (sig. bilateral = 0.000 < 0.01; Rho = .805**).

Castañeda (2015) en su tesis: La gestión administrativa y su relación con el nivel de satisfacción de los estudiantes en la escuela de postgrado de la universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Trujillo, para obtener el título de licenciado en administración pública, el diseño de investigación no experimental transversal, con una muestra de 114 estudiantes, empleando la técnica de encuesta e instrumento el cuestionario, concluye: ambas variables se relacionan, ya que da como resultado el 2,84 con 71% de satisfecho, ello nos indica que hay que mejorar muchos factores de la calidad.

Fernández (2017) en su tesis: “Gestión empresarial y su incidencia en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comerciales” de la universidad nacional “SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO” Huaraz, trabajo de tesis para optar el grado de licenciado en economía, el diseño de investigación es no experimental descriptivo y Correlacional, con una muestra de 194 establecimientos comerciales, empleando la técnica de encuesta, concluye: Las MYPES en la ciudad de Huaraz tienen dificultades con la gestión empresarial, porque no cumplen sus objetivos trazados; debido a que sus trabajadores no están motivados, ya que el gerente no da el ejemplo para cambiar actitudes y conductas del trabajador de la empresa.

Las teorías de la gestión administrativa, que se enfocan más a la investigación son las siguientes:

Una de las teorías, es la administración moderna de Henry Fayol, el construye la evolución administrativa y los planos prácticos; ya que escoge objetivos apropiados, hacia las metas, ya que se requiere una serie de actividades. Indicando que la actividad empresarial asigna los cinco elementos del proceso administrativo. (Martínez, 2005, P. 67)

Otra teoría de esta variable es la administración de Taylor ya que Rivas (2009, P. 13) explica los cuatros principios que afirman esta teoría:

Una es el conocimiento de resultado de las tareas de los individuos, que sustituye las antiguas habilidades empíricas, otra es la evolución de selección científica, preparación y crecimiento de obreros, que sustituyen los antiguos bosquejos, con los cuales los obreros se proyectaban por sí solos; otro es el impulso de los obreros para

asegurar que todas las tareas se efectuara en base a los inicios de la administración científica, y por último la idea de que la responsabilidad y la labor son divididos tanto por la administración como por el laborioso.

Delgado (2008) afirma: “La gestión administrativa es un grupo de tareas ordenadas al éxito de las metas planteadas de la empresa” (P. 55).

La gestión administrativa es un conglomerado de trabajos relacionadas que se alrededor de una meta, al procedimiento de la administración se toma en cuenta al personal, el dinero, la tecnología, las materias primas y la mano de obra que interceptan con la evolución administrativa, y así poder entregar nuestros servicios o productos de manera eficaz. (Louffat, 2012, P. 175)

Da Silva (2002) afirma: “La administración organizacional es un grupo de tareas conducido a utilizar los bienes de modo eficiente con el fin de obtener objetivos de la empresa” (P. 118).

Las habilidades administrativas triunfar son: *Habilidades técnicas*; son las capacidades de usar sistemas y procesos para poder ejecutar una tarea. Por ende, es impredecible el conocimiento sobre metodologías, procesos y técnicas; *Habilidades interpersonales*; están vinculadas con las capacidades de entender, dialogar y laborar en grupo a través de la evolución de relaciones efectivas, y *Habilidades para tomar decisiones*; están vinculadas con la capacidad de comprender el lugar y elegir la mejor opción para solucionar problemas y aprovechar oportunidades. (Lussier y Achua, 2016)

Chiavenato (2012) “La administración es un traslado de las funciones de una empresa, con o sin ánimo de lucro. Esto abarca toda la gestión administrativa, de todas las tareas que se realicen en la organización donde uno va laborar” (P. 5).

Delgado (2008) “**Los procesos administrativos** consisten en tareas de planeación, organización, dirección y control, ejecutado para decidir y lograr los objetivos designadas de personas y materias primas” (P. 105).

Hellriegel y Slocum (2009) afirman: “El proceso administrativo se consolida en el administrador y en las funciones básicas de la administración. Se hacía hincapié en los procesos formales, porque creían que son necesarios para el desempeño de todas las actividades importantes” (P. 51).

Planeación, Indica que es la evolución sistemática y estructurada que acepta emplear el conocimiento de la empresa en la búsqueda de soluciones a preguntas básicas para su diseño, estructura, dirección y control, apropiándose en consideración la dinámica de la variación social tanto en el entorno actual como en un ambiente en su futuro. Planear contiene seleccionar metas y actividades; a fin de conseguirlos, para lograr proyectos de operaciones a largo plazo para conseguir alternativas de solución. (Fincowsk y Kieger, 2012, P. 35)

Amador (2012) afirma: “La planeación es qué realizar, cómo realizar, cuando realizarlo, y quien ha de hacerlo. La planeación es de minimizar problemas y emplear las oportunidades” (P, 79).

La organización, Indica que es la fase de la preparación y segmentación de las actividades para asociar y conceder tareas a unidades específicas, con tal de aportar resultados a los objetivos compartidas por un conjunto de personas para el bienestar de la empresa. (Fincowsk y Kieger, 2012, P. 44)

Los trabajadores que se organizan en grupo con el fin de obtener una meta, deben desarrollar funciones mínimas por realizar. El concepto de función supone que los trabajadores tienen la capacidad de ser una meta definida, el de organizar, es relativo a esta sección de la gestión que acepta al levantamiento de una estructura para conseguir las metas que se conceden, concediéndolas a los individuos más competentes para ejecutarlas.

La dirección según los autores como, Fincowsk y Kieger (2012) afirman: “La dirección es la evolución de guiar y proveer el soporte, para cooperar con efectividad al resultado de las metas de la empresa” (P. 108).

Hellriegel, Jackson y Slocum (2009) señalan: “Que la dirección o liderazgo, implica motivar a terceros con el deseo de conseguir las metas de la empresa” (P. 15).

Delgado (2008) “Es la influencia, argumentación que desempeña por modo del liderazgo hacia las personas para la causa de las metas fijadas; participio en la toma de decisiones empleando modelo lógicos e intuitivos” (P. 97).

El control según los autores como, Fincowsk y Kieger (2012) menciona: “Control es el desarrollo que utiliza un individuo, un conjunto o una empresa para organizar sus

acciones y hacerlas coherentes con las expectativas claras en los planes, en los objetivos y en los modelos de desempeño” (P. 77).

Señalan que es el procedimiento que emplea un individuo, un conjunto o una empresa para manejar el desempeño de forma constante y adaptar acciones merecidas. Calculan y amonestan el desenvolvimiento personal e institucional para afirmar que las tareas se realicen acorde a las metas planificadas, suman el cálculo de la realización de los objetivos, revelando la confusión de los dueños y subsanar los conflictos. El revisar ayuda al logro de las metas. Los administrativos deben usar los recursos para conseguir los objetivos propuestos; las tareas deben ser persistentes comprobadas para definir si son ejecutadas de acuerdo a lo planeado. (Hellriegel, Jackson y Slocum, 2009, P. 153)

Delgado (2008) sostiene: “Control es la evaluación del desempeño de los personales, confrontando las metas planteadas, se descubre los desvíos y se toman los tamaños para modificar” (P. 109).

El control administrativo Según Stoner (1999) afirma: “Las empresas usan los procesos de control para afirmar que están mejorando exitosamente, hacia sus objetivos y de qué están utilizando sus recursos de modo eficiente” (P. 610).

La satisfacción al cliente tiene diferentes teorías ya que nos menciona a continuación:

Teoría de la satisfacción del cliente, sustenta que las dimensiones de los productos o servicios están vinculadas con el agrado del consumidor, y otras muy distintas con la insatisfacción del consumidor.

La teoría de la atribución causal, está conformada en que los individuos conceden causas a los errores con los que se encuentran en la oportunidad de lanzar una acción de consumo; este atributo puede contribuir de forma recta sobre la satisfacción. En su trabajo considero como una anormalidad de carácter cognitivo egocéntrico, es decir que la demostración de un acto se debe a la percepción que tenga la persona sobre los clientes, y la otra parte se debe a la protección de la autoestima. (Heider, 1968, P. 55)

Modelo de la satisfacción del comprador de Kano, La aplicación de este modelo propuesto por Kano se basa en tres características; la primera característica, es la de requisitos básicos, en la que se refiere las características del producto que el comprador considera obligatorias, así no incrementen la satisfacción del consumidor. La segunda

característica es la de requisitos de desempeño, que se refiere a producto o servicio innovadores; cuanto más son, el consumidor estará más satisfecho; y por último en este modelo encontramos la característica de requisitos de deleite, que se basan en características que el consumidor no esperaba recibir y que causan sorpresas o una grata experiencia. (Kano, 1980, P. 208)

Carrasco (2005) afirma: “La satisfacción del cliente es una impresión de agrado; al ser de agrado con lo que el cliente pretende, esta desarrolla el estado de bienestar del cliente” (P. 23).

Las satisfacciones de los consumidores adquieren distintas evaluaciones las que se hallan ordenadas al control ya que ofrecen los servicios, esto contiene los servicios tangibles y la empatía, gentileza y más que tenga un trabajador para tratar a los consumidores. (Schiffman y Kanuk, 2010, P. 180)

El agrado es una forma de energía resultante de la semejanza entre los deseos de nuestros clientes y el servicio que muestra la empresa. Dice que, si la solución es imparcial, no se habrá activado la emoción asertiva en el consumidor, lo que compromete que la organización no logre otro elemento. (Gosso, 2008, P. 77)

Se describe a las emociones de agrado o desencanto que tiene un cliente al comprobar el resultado que está observando de un producto con sus expectativas, por lo tanto, la satisfacción del cliente es función del desempeño que los trabajadores tienen hacia ellos y cumplen con sus deseos. Si el desempeño es insignificante ante los deseos, el consumidor queda insatisfecho. Si el desempeño supera a los deseos, el consumidor está muy contento. (Kotler, 2002, P. 29)

La satisfacción del consumidor depende del producto, es decir, que el producto o servicio debe estar de acuerdo a los deseos del cliente. Si las expectativas del producto no están de acuerdo al consumidor, el consumidor se sentirá insatisfecho. Si encaja con los deseos, el comprador se sentirá complacido. Si el desempeño sobrepasa los deseos, el comprador se mostrará muy satisfecho. (Philip & Armstrong, 2007, P. 14)

Importancia de la satisfacción al cliente, debe satisfacer al consumidor para mantenerse en el mercado, mediante las ventas o servicio ofrecido; toma gran consideración el conocerlos y acercarse para ocultar sus exigencias o necesidades mediante los servicios o productos que la organización ofrece.

Debemos de observar algunas proposiciones de suma importancia, como lo menciona Ros Jay (2001). Los consumidores no siempre saben que es lo que desean, y todos los clientes no tienen los mismos gustos.

Lo que se adiciona un componente desafiante a la empresa de brindar servicio al consumidor, los factores te llevan a la misma regla del servicio del consumidor, para ser un servicio inteligente al consumidor debe ser flexible. Todos los que proporcionan un servicio sus consumidores deben de estar preparados para investigar lo0s que sus consumidores en particular deseen, y así brindárselos.

Es decisivo saber lo que el consumidor desea, y la forma más eficiente es anticiparse a lo que desean en cuanto sea posible. Para ello se toma mucha importancia el saber o estudiar a los consumidores, para así saber sus expectativas y deseos:

Sewell (1994). Si atiendes bien a tus consumidores, estos seguirán regresando porque te consideran, si te consideran, gastaran más dinero acudiendo a tu empresa y si gastan más dinero, lo atenderás aún mejor.

Atención al cliente se define como: Los individuos más significativos para cualquier empresa. No son un obstáculo en la labor, son un apoyo. Son individuos que asisten a nosotros con sus necesidades y deseos para que así se sientan satisfechos. Logran que le concedamos el trato amable y cortés que queremos. Simbolizan el fluido básico para esta empresa sin estos no podríamos continuar. (Harrington, 1998, P. 18)

La atención al consumidor se relaciona a una tarea de administración la cual va dirigida a agrandar los deseos del consumidor, buscando así elevar la productividad y obtener competir dentro de un mercado competitivo. Convirtiendo así a los consumidores en los protagonistas indispensables y como componentes fundamentales para el desarrollo de las empresas. (Najul, 2011, P. 125)

Las características más relevantes que debe tener la atención al consumidor, es con actitud positiva de función eficaz, sin molestias y con amabilidad. El trabajador debe ser cordial, no ignorar a las personas que lo necesitan. Las personas se enojan excesivamente cuando el trabajador que tiene frente no explica con claridad y usa palabras vulgares. Se debe tratar de adaptar el tiempo de servir no por nuestra cuenta, sino al tiempo que dispone el consumidor, es decir, tener eficiencia. Es meritorio consolidarse

en lo que solicita el consumidor, si hay algo imperfecto, dar solución inmediata. (Desatnick, 1990, P. 68)

El comportamiento del cliente según, Arellano (2002) argumenta: “Es una labor interna o externa o conjunto de personas conducido al agrado de sus compras” (P. 6).

El servicio post-venta es un valor agregado que las organizaciones ofrecen a sus consumidores y se basan en consolidar el agrado del consumidor aún luego de realizada la venta.

La formulación del problema, descrito en el problema general se tiene: ¿De qué manera la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?, y los problemas específicos se tienen: el primero, ¿Qué relación existe entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?, el segundo, ¿Qué relación existe entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?, el tercero, ¿Qué relación existe entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?, y por último, ¿Qué relación existe entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?.

La investigación busca, encontrar explicaciones a situaciones internas de la gestión administrativa y su relación con el agrado de los consumidores de la óptica visual medics de Huaraz.

La investigación se justifica teóricamente porque va a conceder obtener información más precisa del tema, y ampliar la visión sobre el objeto de investigación.

Se señala que el principal problema que afronta, es el inadecuado manejo de los administradores ya que este interviene en la atención y satisfacción al cliente.

El trabajo de investigación permitirá conocer en qué medida estas herramientas se relacionan en el mejoramiento y perfeccionamiento de las variables de la óptica visual medics. Metodológicamente, el trabajo de investigación contribuirá en el campo empresarial, puesto que lo que se pretende es analizar si las herramientas, se relacionan satisfactoriamente en la gestión administrativa y satisfacción al consumidor, haciendo más efectiva la práctica en las perspectivas de mejorar la atención al comprador.

La importancia de este estudio radica en la teoría de la gestión administrativa con los cuatro principios de la administración, para tener así un adecuado manejo de la gestión

de la empresa, y la satisfacción al cliente mediante una buena atención, comprensión al cliente y sobre todo una comunicación constante, para así prosperar la fidelización. Se diagnosticará la apropiada entrega del producto, para observar a los miembros de la empresa, su perfil, para que así tengan sus funciones claras y concretas.

De esta forma la gestión administrativa accede a la realización de las labores de la empresa y así desarrollar la atención al comprador, así mismo el agrado de estos. Todo este beneficia a los dueños de la empresa, y fuentes secundarias para otros universitarios.

Así mismo la hipótesis de investigación teniendo como referencia a la hipótesis de trabajo: La gestión administrativa se relaciona significativamente con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019, y como hipótesis nula: La gestión administrativa no se relaciona significativamente con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

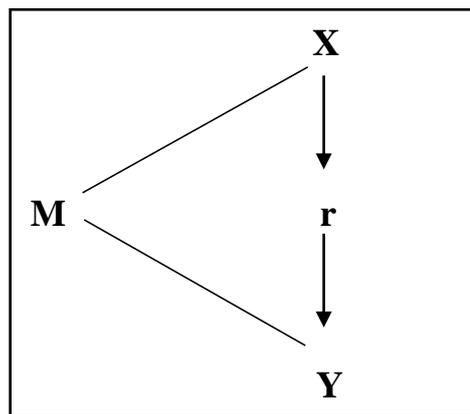
Tuvimos como objetivos de investigación, al objetivo general: Determinar si la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019; y como objetivos específicos: Identificar la relación entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019, también, explicar la relación entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019, también, establecer la relación entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019, y por último, Detallar la relación entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

II. MÉTODO

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo no experimental Transaccional o Transversal – cuantitativo, no existe manipulación de las variables, descriptiva - Correlacional ya que el estudio “busca especificar propiedades y características importantes. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92). La estructura es:



DONDE:

M = 92 clientes de la óptica “visual medics”.

X = Gestión administrativa.

Y = Satisfacción a los cliente.

r = Relación entre las variables.

2.2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
X: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	“Grupo de actividades mediante las cuales el gerente extiende sus tareas a través del cumplimiento del proceso administrativo” (Stoner, 1999, P. 11)	Son funciones que el colaborador desarrolla para poder cumplir con el proceso administrativo de la empresa, que se medirá mediante la planificación, organización dirección y control.	Planificación	Planificación de actividades	Ordinal
				Toma de decisiones	
			Organización	Reglamento interno	
				Capacitaciones	
			Dirección	Motivación	
				Eficacia y eficiencia de las operaciones	
			Control	supervisión	
				Control de calidad	
Y: SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES	Es la impresión de agrado de los clientes; al ser de agrado con lo que el cliente desea, esta desarrolla el estado de bienestar del cliente”. (Carrasco, 2005, P. 23)	Es el grado de aceptación que tiene el consumidor a la hora de adquirir un producto. Se medirá mediante la atención al consumidor y el comportamiento de este, formas de entregar el producto y servicio al cliente.	Atención al cliente	Calidad de servicio	Ordinal
				Grado de satisfacción	
			Comportamiento del consumidor	Expectativas	
				Necesidades del consumidor	
			Formas de entregar el producto	Distribución	
				Conocimiento del producto	
			Servicio post venta	Comunicación post venta	
				Solución inmediata	

2.3. Población, muestra y muestreo

Población, Según los autores Hernández, et al (2014) como “conjunto de personas que cumplen con las especificaciones a fin de constituir los parámetros muestrales” (P. 174).

Está conformada por los clientes fieles que están registrados en el sistema que maneja la óptica visual medics (optiAbi), los cuales suman 120.

Muestra, Caballero (2014) afirma: “es el tamaño mínimo para que sea representativa del total de la población respectiva” (P. 230).

La muestra está conformada por un total de 92 clientes fieles ya que acudimos a emplear la fórmula de muestra para obtener lo siguiente:

Error del 5% y una confianza del 95%.

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

$$n = \frac{120 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(120 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 92 \text{ Clientes}$$

Datos:

$$N= 120$$

$$E= 0.05$$

$$Z= 1.96$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

Muestreo, es una muestra probabilística, porque se usa la formula simple, dado que arrojo un total de 92 clientes registrados en el sistema de la óptica.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para ejecutar las metas trazadas y dar como resultado la comprobación de las hipótesis, se empleará un tipo de técnica de recolección de datos con su respectivo instrumento:

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Encuesta García (2009) afirma: “Es un proceso que se desarrolla a través de enfoques técnicos de preguntas, para llegar a obtener facetas de los grupos” (P. 102).	Cuestionario Francisco (2009) afirma: “Es un conjunto de interrogantes ordenados con relación, con significado racional, redactado con un lenguaje fácil y claro” (P. 107).

Figura 1: Elaboración propia

Validez del instrumento. El cuestionario fue validado a través de juicio de expertos, el cual constó de tres profesionales especializados y capacitados en el tema investigado, ya que así la tesis de investigación fue válida de manera autentica, veraz, objetiva y precisa.

Hernández, Fernández y Baptista, (2014) afirman: “La validez de expertos hace referencia a la medida en que un instrumento de recolección de datos mide realmente la variable a estudiar, según los especialistas en el tema a trabajar” (P. 204).

Confiabilidad del instrumento. Para dar Confiabilidad se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach, según Grande (2007) afirma: “Como una prueba muy usada para emitir la fiabilidad de una escala.” (P. 244).

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Donde:

S_i^2 =Es la varianza del ítem i.

S_t^2 =Es la varianza de los valores totales observados.

K = Es el número de preguntas o ítems.

La confiabilidad del estudio fue de $\alpha = 0.82$, este valor significa que el instrumento es confiable.

Escala de medición. La Escala de medición fue ordinal para ambas variables en estudio, pues se establece niveles de Gestión administrativa fue: excelente, bueno, regular, malo. De igual manera para la Satisfacción a los clientes fue: muy bueno, bueno, medio, pésimo.

Tabla 1: Niveles de puntuación de las variables

Variable	Instrumento	Puntaje mínimo	Puntaje máximo	Nivel	Puntuación de nivel
Gestión administrativa	cuestionario sobre gestión administrativa	6	30	Malo	6-12
				Regular	13-18
				Bueno	19-24
				Excelente	25-30
Satisfacción a los clientes	cuestionario sobre satisfacción a los clientes	12	60	Pésimo	12-24
				Medio	25-36
				Bueno	37-48
				Muy bueno	49-60

Fuente: Elaboración propia.

2.5. Procedimiento

Para el procedimiento de la información se accedió a aplicar los instrumentos de recolección de datos a los consumidores de la muestra de investigación, luego se seleccionó los métodos estadísticos más seleccionados para responder a los objetivos propuestos en el estudio, así mismo para hacer la prueba de hipótesis, y estos son los siguientes:

Se consideró por ser un estudio Correlacional, emplear estadísticos descriptivos e inferenciales.

Se usó la prueba de hipótesis de coeficiente de correlación de Spearman con el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 2016 donde nos arrojó la relación de los resultados.

2.6. Método de análisis de datos

Para el estudio de tesis se usó la estadística descriptiva como el programa SPSS Versión 2016 para organizar los resultados de las encuestas en una base de datos y organizarla en tablas de frecuencia y figuras de barra para la correlación de los objetivos propuestos, con la finalidad de obtener una prueba de la hipótesis.

2.7. Aspectos éticos

La presente tesis de estudio fue verdadera y confiable debido a que se respetó los principios de originalidad, veracidad, derechos del autor, entre otros; ya que toda esta información recogida se mostrara tal y como es, sin ser manipulada de ninguna forma para no alterar los resultados. Se presentarán datos reales las cuales fueron trabajadas con datos verídicos y transparentes. Se presentó con ética y fueron citados a través de las normas APA.

III. RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Objetivo general: Determinar si la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

Tabla 1: La gestión administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

		GESTIÓN ADMINISTRATIVA	SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES
Rho de Spearman	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	1,000	,285**
		.	,006
		92	92
	SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES	,285**	1,000
		,006	.
		92	92

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

Fuente: Cuestionario de Gestión Administrativa y Satisfacción al cliente, Huaraz 2019.

Comentario: Tabla 1 se observa que la correlación de Spearman es $R = 0.285$ (existiendo una relación POSITIVA) con nivel de significancia $p = 0.006$ siendo esto menor al 5% ($p < 0.05$) la cual quiere decir que la gestión administrativa se relaciona significativamente con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

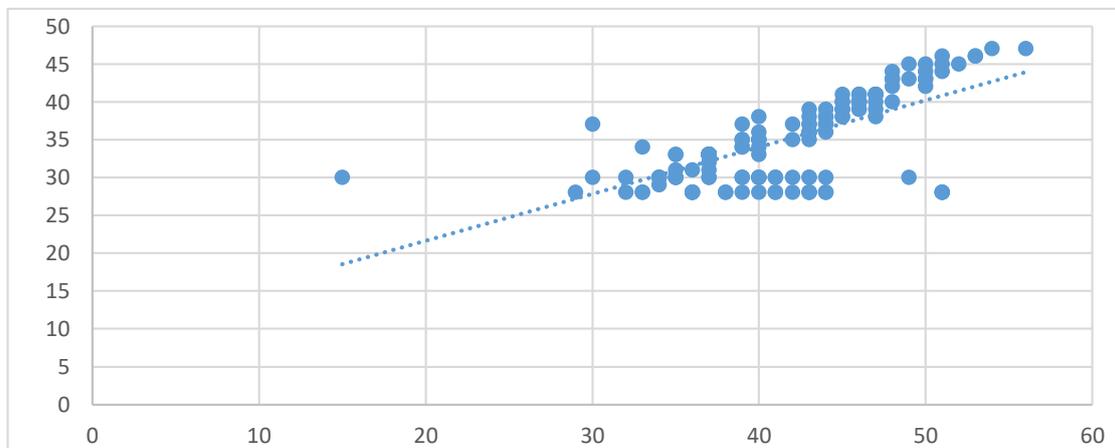


Figura 1: La gestión administrativa y su relación con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

3.2. Objetivo específico 1: Identificar la relación entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Tabla 2: Relación entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

	PLANIFICACIÓN	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Rho de Spearman	1,000	,323
	,92	,026
	,323	1,000
	,026	,92

Fuente: Cuestionario de planificación y comportamiento del consumidor, Huaraz 2019.

Comentario: Tabla 2 se observa que la correlación de Spearman es $R = 0.323$ (existiendo una relación POSITIVA) con nivel de significancia $p = 0.026$ siendo esto menor al 5% ($p < 0.05$) la cual quiere decir que la dimensión planificación se relaciona significativamente con la dimensión del comportamiento del consumidor de la de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

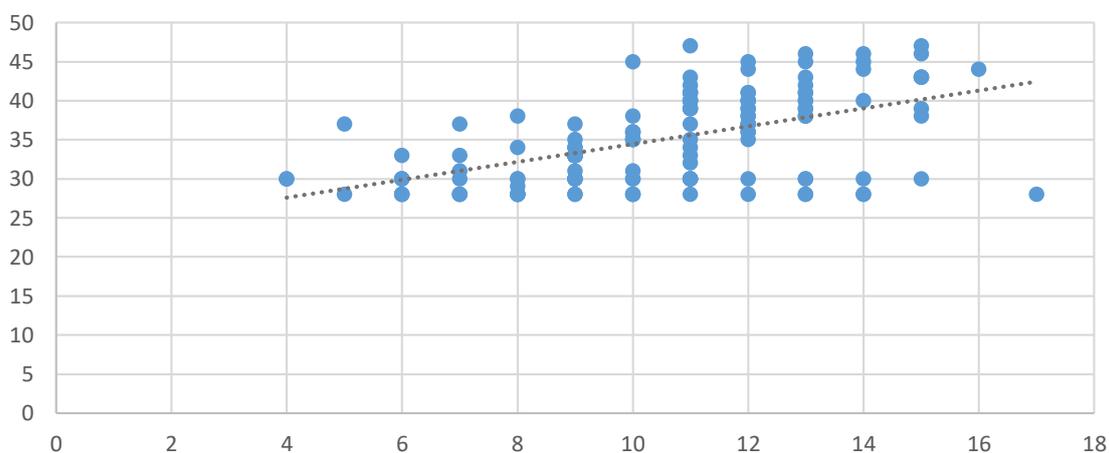


Figura 2: Relación entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

3.3. Objetivo específico 2: Explicar la relación entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Tabla 3: Relación entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

	ORGANIZACIÓN	ATENCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	1,000	,477
	,	,009
	92	92
	,477	1,000
	,009	,
	92	92

Fuente: Cuestionario de organización y atención al cliente, Huaraz 2019

Comentario: Tabla 3 se observa que la correlación de Spearman es $R = 0.477$ (existiendo una relación POSITIVA) con nivel de significancia $p = 0.009$ siendo esto menor al 5% ($p < 0.05$) la cual quiere decir que la dimensión organización se relaciona significativamente con la dimensión de atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

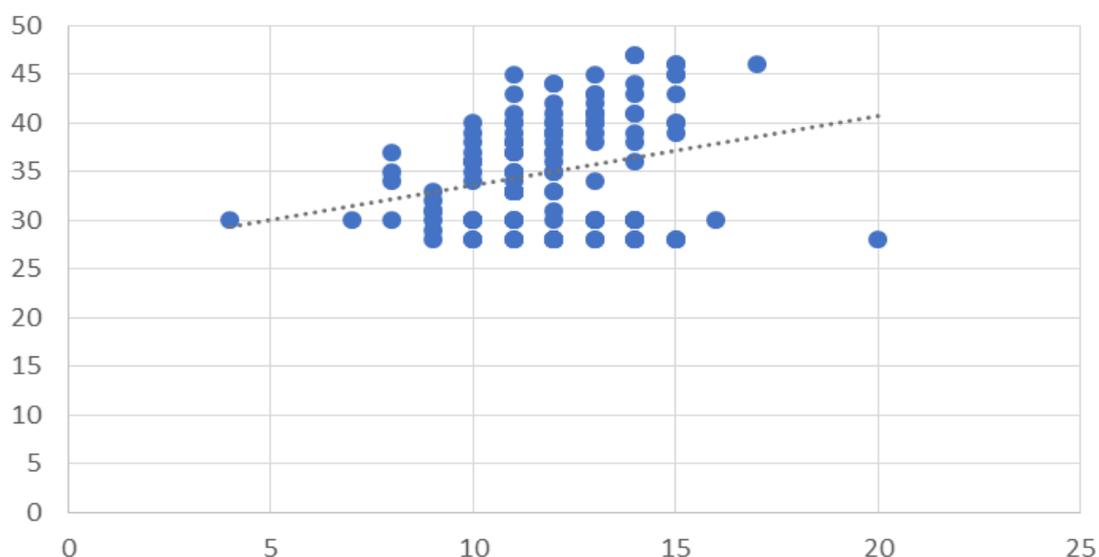


Figura 3: Relación entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

3.4. objetivo específico 3: Establecer la relación entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Tabla 4: Relación entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

		DIRECCIÓN	SERVICIO POST VENTA
Rho de Spearman	DIRECCIÓN	1,000	,305
		.	,032
		92	92
	SERVICIO POST VENTA	,305	1,000
		,032	.
		92	92

Fuente: Cuestionario de dirección y servicio post venta, Huaraz 2019.

Comentario: Tabla 4 se observa que la correlación de Spearman es $R = 0.305$ (existiendo una relación POSITIVA) con nivel de significancia $p = 0.032$ siendo esto menor al 5% ($p < 0.05$) la cual quiere decir que la dimensión dirección se relaciona significativamente con la dimensión de servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

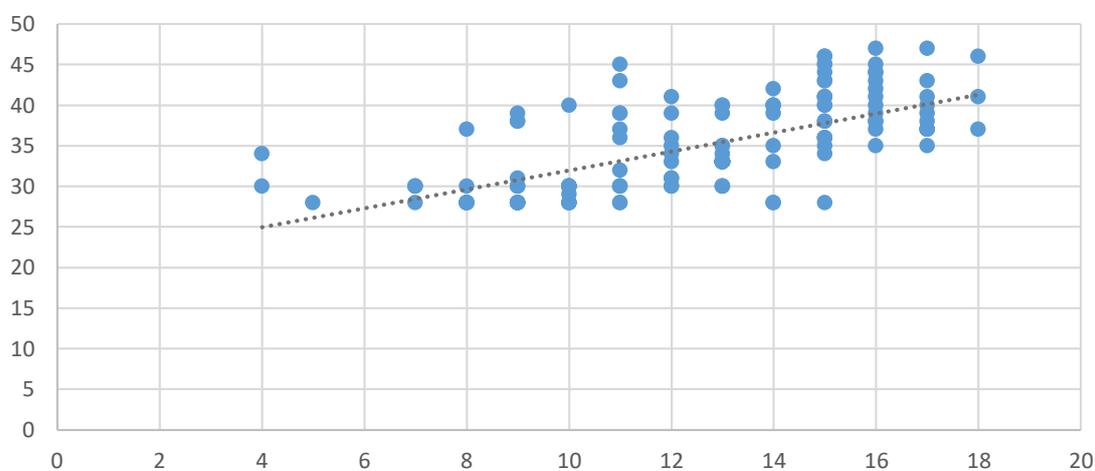


Figura 4: Relación entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

3.5. Objetivo específico 4: Detallar la relación entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Tabla 5: Relación entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

		CONTROL	FORMA DE ENTREGAR EL PRODUCTO
Rho de Spearman		1,000	,433
	CONTROL	.	,021
		92	92
		,433	1,000
	FORMA DE ENTREGAR EL PRODUCTO	,021	.
		92	92

Fuente: Cuestionario de control forma de entregar el producto, Huaraz 2019.

Comentario: Tabla 5 se observa que la correlación de Spearman es $R = 0.433$ (existiendo una relación POSITIVA) con nivel de significancia $p = 0.021$ siendo esto menor al 5% ($p < 0.05$) la cual quiere decir que la dimensión control se relaciona significativamente con la dimensión de forma de entregar el producto de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.

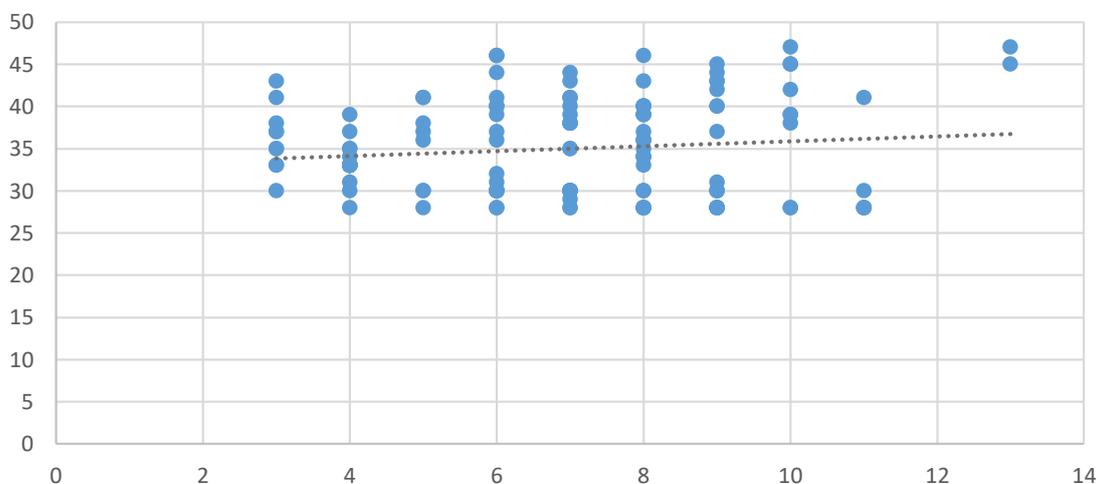


Figura 5: Relación entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Identificar el nivel de la gestión administrativa de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Tabla 6: El nivel de la gestión administrativa de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

	Niveles	Clientes	%
Gestión Administrativa	MALO	3	3,3%
	REGULAR	89	96,7%
	Total	92	100,0%

Fuente: Cuestionario de Gestión administrativa, Huaraz 2019.

Comentario: Tabla 6 se observa que el 3.3% de valoración de clientes obtienen nivel Malo de gestión administrativa, en tanto que el 96.7% obtienen nivel Regular. Determinándose que la gestión administrativa de los clientes de la óptica VISUAL MEDICS está en un nivel regular (96. 7%).respectivamente.

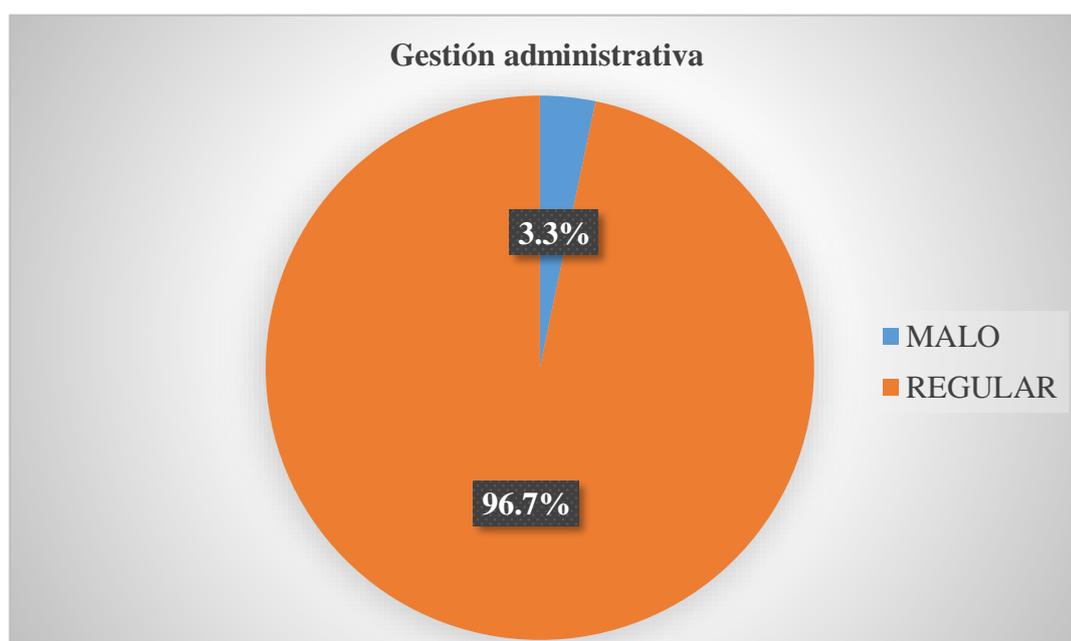


Figura 6: El nivel de la gestión administrativa de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Identificar el nivel de la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

Tabla 7: El nivel de la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

	Niveles	Clientes	%
Satisfacción a los clientes	MEDIO	27	29,3%
	BUENO	65	70,7%
	Total	92	100,0%

Fuente: Cuestionario de satisfacción a los clientes, Huaraz 2019.

Comentario: Tabla 7 se observa que el 29.3% de valoración de clientes obtienen nivel MEDIO de satisfacción a los clientes, en tanto que el 70.7% obtienen nivel bueno. Determinándose que la satisfacción a los clientes de la óptica VISUAL MEDICS está en un nivel bueno (70.7%) respectivamente.

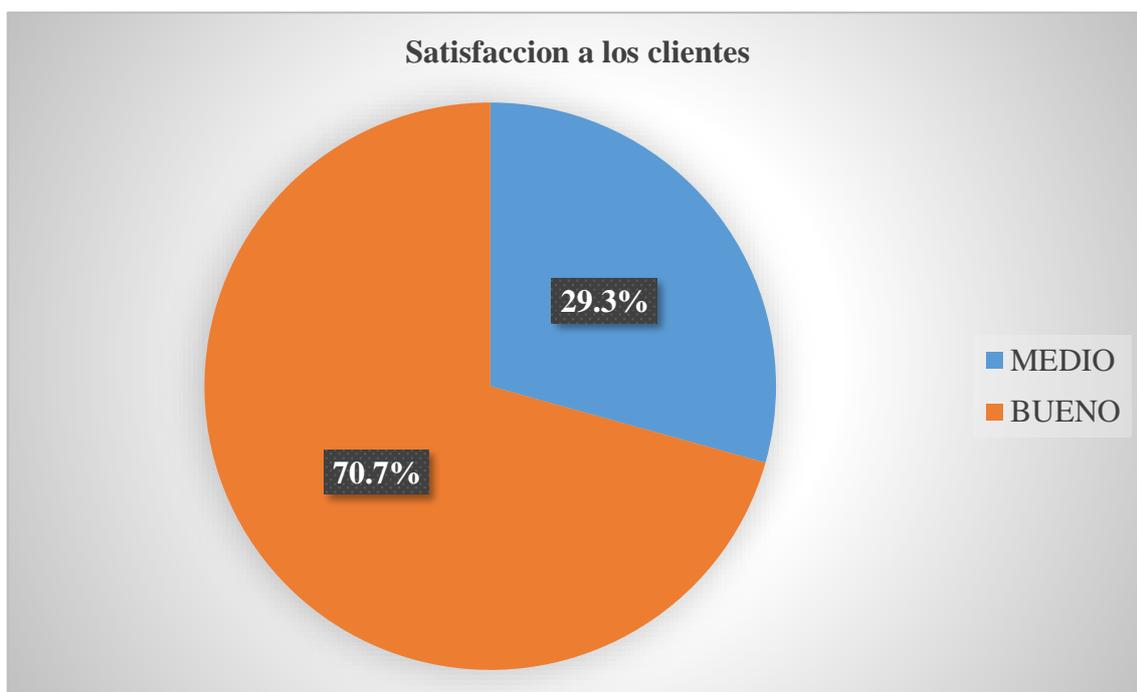


Figura 7: El nivel de la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.

IV. DISCUSIÓN

IV. DISCUSIÓN

La discusión de la presente tesis, se enfoca en los resultados del estudio, para analizarlos según los hallazgos alcanzados, para relacionar con los resultados e hallados por otros investigadores, las cuales se muestran en los trabajos previos o antecedentes y cuenta con un sustento teórico.

Objetivo general, analizar si la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019; cuyo resultado obtenido, utilizando la correlación de Spearman fue de 0.285, y con nivel de significancia de 0.006 siendo esto menor al 0.05, existiendo una relación positiva, por lo cual ambas variables se relacionan. Dicho resultado coincide con Cadillo (2017), en su tesis titulada: "Control interno y la gestión administrativa; obtuvo un coeficiente de correlación ($r = 0.454$), concluye que existe relación entre ambas variables. Estos resultados se relacionan con el aporte de Martínez (2005) mencionando la teoría de Henry Fayol, el construye la evolución administrativa y los planos prácticos; ya que escoge objetivos apropiados, hacia las metas, ya que se requiere una serie de actividades. Indicando que la actividad empresarial asigna en forma distributivo las tareas entre la dirección general y los demás miembros de la empresa. Lo respalda Carrasco (2005) con su aporte en el tema de satisfacción del cliente definiéndolo como una impresión de agrado de los clientes; al ser de agrado con lo que el cliente desea, esta desarrolla el estado de bienestar del cliente. Ante ello discutimos con Robert (2013), en su tesis: “La gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán”, se observó que existe la necesidad de mejorar el tema organizacional, donde concluye que se llegó a definir que existe la obligación de desarrollar el trabajo empresarial. Existe carencia en el sistema de la evolución administrativa. Lo que señala que se contradice con el resultado obtenido en la investigación ya que los resultados indican que hay dificultades con los procesos administrativos sobre todo con el proceso de la planificación.

Objetivo específico 1: Identificar la relación entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019, los resultados obtenidos en la tabla 2, se observa que la correlación de Spearman es de 0.323 con nivel de significancia de 0.026 siendo esto menor al 0.05, existiendo así una relación

positiva, lo cual quiere decir que existe relación entre ambas dimensiones. Dicho resultado no coincide con Armada (2015) en su tesis: “ la satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes, percepción, análisis y evolución”, ya que se observa que el valor de agrado cambia en todos los aspectos realizados, ya que pretenden mejorar los factores peor valorados por las personas y el modo de sistemas para consolidar la calidad y agrado de las personas al servicio municipal de deportes, ya que desacuerda con el resultado de la investigación, debido a que no existe una relación entre las dos variables para realizar una mejor toma de decisión de los usuarios. Pero, sin embargo, los resultados concuerdan con Delgado, (2008) Indicando, que el proceso empieza en la visión y misión de la empresa, observar metas, estrategias y políticas empresariales, utilizando el mapa estratégico, ya que todo esto está teniendo en cuenta el Análisis FODA, debido a esto la empresa debe empezar aplicando la planificación para mejorar la satisfacción al cliente. También lo respalda Arellano (2002) argumentando que el comportamiento del cliente es una “labor interna o externa de la persona o conjunto de personas dirigida a la satisfacción mediante la adquisición de bienes o servicios.

Objetivo específico 2: Explicar la relación entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019. Los resultados obtenidos en la tabla 3 se observa que la correlación de Spearman es 0.477, con nivel de significancia de 0.009 siendo esto menor al 0.05, existiendo así una relación positiva, la cual quiere decir que existe relación entre ambas dimensiones, dicho resultado coincide con Llicán (2016) en su tesis titulada: “Gestión administrativa y servicio al cliente del banco de la Nación”, Concluyo que existe relación entre ambas variables. Lo que se demuestra con la prueba de Spearman (sig. bilateral = 0.000 < 0.01; Rho = .805**).

Los resultados concuerdan con Fincowsk y Kieger (2012) Indicándonos que la organización es la fase que parte de la preparación y división del trabajo para asociar y conceder tareas a unidades específicas, con el propósito de contribuir los objetivos compartidos por un conjunto de personas para el bienestar de la empresa. Asimismo, lo respalda Harrington (1998) definiendo la atención al cliente como: Los individuos más significativos para cualquier empresa. No son un obstáculo en la labor, son un fundamento.

objetivo específico 3: Establecer la relación entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019, los resultados obtenidos en la tabla 4 se observa que la correlación de Spearman es 0.305 con nivel de 0.032 siendo esto menor al 0.05 existiendo así una relación positiva, la cual quiere decir que existe relación entre ambas dimensiones, dicho resultado coincide con Castañeda (2015) en su tesis titulado: La gestión administrativa y su relación con el nivel de satisfacción de los estudiantes en la escuela de postgrado, concluye: influencia entre ambas variables, ya que si bien da como resultado el 2,84 con 71% de satisfecho, ello nos indica que hay que mejorar muchos factores de la calidad.

Los resultados concuerdan con Delgado (2008) indicando que la dirección es la influencia, argumentación que se desempeña por el liderazgo sobre las personas para la consecución de las metas fijadas; basado esto en la toma de decisiones. Asimismo, lo respalda Kotler (2009) El servicio post-venta es un valor agregado que las organizaciones ofrecen a sus consumidores y se basan en consolidar la satisfacción del consumidor.

objetivo específico 4: Detallar la relación entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019, los resultados obtenidos en la tabla 5 se observa que la correlación de Spearman es de 0.433 con nivel de significancia de 0.021 siendo esto menor al 0.05, existiendo así una relación positiva, la cual quiere que existe relación entre ambas dimensiones, dicho resultado no coincide con Fernández (2017) en su tesis: “Gestión empresarial y su incidencia en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comerciales, ya que se observa que las MYPES en la ciudad de Huaraz tienen dificultades con la gestión empresarial, porque no cumplen sus objetivos trazados; debido a que sus trabajadores no están motivados, ya que el gerente no da el ejemplo para cambiar actitudes y conductas del trabajador de la empresa.

Los resultados concuerdan con Fincowsk y Kieger (2012) “mencionando que es el desarrollo que utiliza un individuo, un conjunto o una empresa para organizar sus acciones y hacerlas coherentes con las expectativas claras en los planes, en los objetivos y en los modelos de desempeño. Asimismo, lo respalda Lerma (2015) afirmando que entregar un producto son formas o maneras que el cliente o consumidor debe de sentirse satisfecho con el producto dado.

V. CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

1. Se logró analizar que existe relación positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019. Lo que demuestra con el resultado de la prueba de coeficiente de correlación de Spearman que es de 0.285, con nivel de significancia de 0.006, siendo esto menor al 0.05, es decir que existe una relación significativa entre ambas variables.
2. Se logró identificar que existe relación positiva entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019. Lo que demuestra con el resultado de la prueba de coeficiente de correlación de Spearman que es de 0.323, con nivel de significancia de 0.026 siendo esto menor al 0.05, es decir, es decir que existe una relación significativa entre ambas variables.
3. Se logró explicar que existe relación positiva entre la organización y atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019. Lo que demuestra con el resultado de la prueba de coeficiente de correlación de Spearman que es de 0.477, con nivel de significancia de 0.009 siendo esto menor al 0.05, es decir, que existe una relación significativa entre ambas variables.
4. Se logró establecer que existe relación positiva entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019. Lo que demuestra con el resultado de la prueba de coeficiente de correlación de Spearman que es de 0.305, con nivel de significancia de 0.032 siendo esto menor al 0.05, es decir, que existe una relación significativa entre ambas variables.
5. Se logró detallar que existe relación positiva entre el control y la forma de entregar el producto de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019. Lo que demuestra con el resultado de la prueba de coeficiente de correlación de Spearman que es de 0.433, con nivel de significancia de 0.021 siendo esto menor al 0.05, es decir, que existe una relación significativa entre ambas variables.

VI.RECOMENDACIONES

V.I. RECOMENDACIONES

1. La empresaria de la empresa incremente la capacitación a los trabajadores, de manera que el personal explique de forma clara y concisa los productos que ofrece la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz, a fin de mejorar la fiabilidad que percibe el consumidor durante su atención, y se incremente el agrado.
2. La gerente de la empresa debe programar de forma contante la realización de terapias de relajamiento dirigidas a los trabajadores de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz a fin de mejorar la actitud, con el fin de que laboren en el más breve plazo los servicios requeridos por los consumidores. También deben de tener bien en claro la visión y misión de la organización, deben aplicar estrategias y políticas empresariales para que el cliente decida comprar de manera correcta.
3. La gerente de la administración de la óptica “VISUAL MEDICS” debe replantear su política de organización en cuanto a la cantidad de personal de atención al cliente, necesarias para dar un servicio excelente en todo momento durante el día de trabajo, y así mejorar el agrado de los consumidores.
4. La gerente general de la administración de la empresa óptica “VISUAL MEDICS” debe impulsar con más fuerza la publicidad y promoción para mejorar la fidelización de los clientes y estar más atentos para la afectividad eficiente y eficaz al momento de la venta.
5. La gerente general de la administración de la empresa óptica “VISUAL MEDICS” debería tener un técnico especializado en la elaboración de los lentes, para que así se encargue del control interno en el proceso de elaboración de estos, y así mejorar una mejor entrega del producto que ofrece la empresa, hacia los clientes.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

- Amador, A. (2012). *Control Interno y Auditoría Su aportación en las Organizaciones*. México: Editorial Thompson.
- Arellano, R. (2002). *Comportamiento del consumidor: Enfoque américa latina*, 5ta. Edición. México: Mc Graw Hill / Interamericana editores S.A.
- Blanco, C. y Lobato, F. (2010). *Gestión Administrativa: Comunicación Empresarial y Atención Al Cliente*. España: Macmillan.
- Blattberg, R. y Neslin, S. (1990). *Sales Promotion: Concepts, Methods and Strategies*. Madrid: Pretince Hall.
- Carrasco, D. (2011). *Estudio sobre implementación de gestión basada en procesos en Banco Estado. Chile*.
- Carmona, J. (2017). *Tesis: El control interno y la gestión administrativa en la Municipalidad Distrital del Rímac – 2016*.
- Cirilo, W. (2018). *Tesis: Motivación laboral y gestión administrativa en el personal administrativo de la Oficina Regional Lima del Instituto Nacional Penitenciario, Lima 2017*.
- Chiavenato, I. (2009). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Editorial Prentice-Hall.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración*, 8va edición. México: Editores McGraw-Hill/Interamericana, S.A. de C.V.
- Claros, R. y León, O. (2012). *El Control Interno como herramienta de Gestión y Evaluación*. Lima: Instituto Pacifico. Editorial Pacifico Editores.
- Da Silva, R. (2002). *Teorías de la Administración*. México. Thomson Editores.
- Da Silva, R. (2016). *Teorías de la administración*. Madrid. España. Ediciones Paraninfo S.A.
- Federico, K. (2008). *Gestión: Evaluación de la Gestión y Control de la Gestión*. Buenos Aires.

- Fincowsk y Krieger. (2012). *Comportamiento organizacional*, 1ra edición. México: Editorial Pearson Educación.
- Freeman, E., Stoner, J., Gilbert, D. (1996). *Administración*. 8va edición. Juárez. México: Editorial Prentice Hall.
- García, M. (2014). *Tesis: Gestión administrativa para mejorar la eficacia de la oficina de transportes y seguridad vial de la Municipalidad Provincial de Sánchez Carrión*.
- Ganesan, S. (1994). *Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships, Journal of Marketing*.
- Gonzales, C. (2016). *Tesis: Análisis de la efectividad de estrategias comunicacionales para la fidelización de los clientes de Óptica Los Andes. Caso: C. C. San Marino de la ciudad de Guayaquil*.
- Gordon W. (2006). *Presupuestos: Planificación y Control*. México: Editorial Pearson Educación.
- Harris, J. (2001). *Buscar la satisfacción del cliente es buen negocio*. Buenos Aires: Sur.
- Hellriegel y Slocum. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México.
- Hernández, S. (2006). *Introducción a la administración teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia*, cuarta edición. Corea: Editores McGraw-Hill Interamericana, S.A. de C.V.
- Kogut, B. (1985). *Designing Global Strategies: Comparative and Competitive Value - Added Chains. Sloan Management Review*.
- Koontz, H. (2012). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial*, Decimocuarta edición. México: Editorial D.F.
- Koontz y Weihrich. (2007). *Elementos de administración, un enfoque internacional*. Séptima edición. México: Editores McGraw-Hill Interamericana, S.A. de C.V.
- Koontz H., Weihrich H. y Cannice M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. 14va. Edición.
- Lira, M.C. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente? México*: Recuperado el 13 de Mayo de 2016 desde: <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/libro/C%C3%B3mo%20mejorar%20el%20servicio%20al%20cliente.pdf>.

- Lussier, R. N., & Achua, C. F. (2016). *Theory, Application & Skill Development*, Sixth Edition. Santa Fe: Cengage Learning Editores.
- Llicán, J. (2017). *Gestión administrativa y servicio al cliente del Banco de La Nación - agencia Santa Anita 2016*.
- Mateo, M. (2015). *Gestión de Servicio y Atención al Cliente*. Lima, Perú: Editorial Grupo Universitario S.A.C.
- Medina, F. (2017). *Tesis: Gestión administrativa y el desempeño docente de la Universidad San Pedro centro académico de Huaraz*.
- Méndez, C. (2008). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México: Editorial Limusa.
- Münch, L. (2010). *Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo*. México: Pearson Educación.
- Najul, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. España: Mac Graw Hill.
- Pérez, J. (2010). *Gestión por procesos*. 4 ed. Madrid. España. ESIC Editorial.
- Pérez, J., Veiga, C. (2013). *Control de gestión empresarial*. 8 ed. Madrid. España. ESIC Editorial.
- Philip y Armstrong. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica*, Décimo primera Edición.
- Ramírez, C., Ramírez, M. (2016). *Fundamentos de administración*, 4 ed. Bogotá. Colombia. Ediciones ECOE Ltda.
- Robles, A. (2017). *Tesis: Propuesta para mejorar la gestión administrativa del sistema de irrigación del centro poblado Huaripampa de San Marcos - Huari, 2016*.
- Roque, J. (2016). *Tesis: Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la mype comercial "san Martin" – Chiclayo*.
- Solé, M. (2003). *Los Consumidores del Siglo XXI*, 2da. Edición. España: ESIC. Editorial.
- Schiffman, L., y Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson Education.

Steiner, G. (2005). *Planeación Estratégica*, 34 edición. México: Cía. Editorial Continental.

Stoner, James A. F. y otros. (1996). *Administración*. Cuarta edición. México. Ediciones Prentice Hall Hispanoamericano.

Torres, Z. (2014). *Teoría general de la administración*, 2da edición. México: Grupo editorial Patria.

Vásquez, N. (2006), "*Procedimientos Básicos Curso Gramas y Control Interno*", Ediciones Macchi, Segunda Edición.

ANEXOS

ANEXO

Anexo N° 01: Instrumento



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES –ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA VISUAL MEDICS– HUARAZ

I. **INSTRUCCIÓN:** A continuación, se presenta una serie de preguntas sobre dificultades en la gestión administrativa y satisfacción a los clientes, marca con honestidad y transparencia una equis (X), la alternativa que mejor represente su opinión. Agradeciéndole por anticipado su gentil colaboración.

II. DATOS PERSONALES

a. Género:

Femenino

Masculino

b. Edad:

18 - 25 años

26 - 35 años

36 a más

III. GRADO ACADÉMICO

Superior

Técnico

Secundaria completa

IV. ITEMS

ÍTEMS		Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
N°	ÍTEMS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA				
1	¿Considera usted que la empresa realiza sus actividades planeadas?				
2	¿Considera usted que los trabajadores toman decisiones claras para alcanzar sus objetivos?				
3	¿Considera usted que se cumplen con las actividades y responsabilidades en la empresa?				
4	¿Considera usted que el personal está capacitado y lo demuestra en el área de trabajo?				
5	¿La empresa realiza charlas de motivación para ser cliente fiel?				
6	¿Considera usted que los trabajos realizados se entregan de manera oportuna?				

7	¿Considera usted que se realiza un monitoreo constante de los procesos dentro de la empresa?				
8	¿Considera usted que se ejecuta un control de calidad dentro de la empresa?				
ÍTEMS DE SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES					
9	¿El personal le inspira confianza?				
10	¿Los empleados se esfuerzan por brindarle un servicio de calidad?				
11	¿Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?				
12	¿Considera usted que la empresa maneja diferentes precios para cada cliente ?				
13	¿El personal cumple con tenerle paciencia en la atención?				
14	¿El personal cumple con sus expectativas en la atención?				
15	¿Cree usted que la empresa trae productos nuevos?				
16	¿La empresa cumple con las promociones que realiza?				
17	¿El producto que le entregan suele salir con sus demás implementos?				
18	¿Cree usted que el proceso de elaboración es eficiente?				
19	¿Al momento de la entrega de su producto usted lo lleva a otro lugar para verificar si el material es el que pidió?				
20	¿Usted como usuario observa si el producto tiene un código y lo verifica al momento de su entrega?				
21	¿Considera usted que la empresa no facilita la venta por internet?				
22	¿Considera usted que la empresa no está en comunicación vía web?				
23	¿Considera usted que por un reclamo le dan solución?				
24	¿Un reclamo se soluciona de manera pacífica?				

¡AGRADEZCO SU COLABORACIÓN, TIEMPO Y HONESTIDAD !

Fecha: _____ **Hora:** _____

Anexo N° 02: Ficha técnica de los instrumentos de recolección de datos

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS N°1	
Tipo de instrumento	Cuestionario Personal
Denominación del instrumento	Cuestionario para analizar la gestión administrativa
Autoría	Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo.
Duración de la aplicación	Aproximadamente 15 minutos
Muestra	92 clientes de la óptica visual medic
Número de ítems	8
Escala de medición	Tipo Clásicas (Excelente, bueno, regular, malo)
Dimensiones que evalúa	Admisión de personas, retención de la gestión y desarrollo de personas
Método de muestreo	No Probabilístico
Lugar de realización de campo	Óptica “VISUAL MEDICS”
Fecha de realización de campo	Del 23, 24 Y 25 de Abril del 2019
Programa estadístico	IBM SPSS Statistics 22 y Excel

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS N°1

Tipo de instrumento	Cuestionario Personal
Denominación del instrumento	Cuestionario para analizar la Satisfacción a los clientes
Autoría	Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo.
Duración de la aplicación	Aproximadamente 15 minutos
Muestra	92 clientes de la óptica visual medics
Número de ítems	16
Escala de medición	Tipo clásicas (Muy bueno, bueno, medio, pésimo)
Dimensiones que evalúa	Atención al cliente, comportamiento del consumidor.
Método de muestreo	No Probabilístico
Lugar de realización de campo	Óptica “VISUAL MEDICS”
Fecha de realización de campo	Del 23, 24 Y 25 de Abril del 2019
Programa estadístico	IBM SPSS Statistics 22 y Excel

Anexo N° 03: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA VISUAL MEDICS, HUARAZ 2019”.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Matriz de Validación

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión administrativa	Planeación	Planeación de actividades	1. ¿Considera usted que la empresa realiza sus actividades planeadas?					X		X		X		X		
		Toma de decisiones	2. ¿Considera usted que los trabajadores toman decisiones claras para alcanzar sus objetivos?					X		X		X		X		
	Organización	Reglamento interno	3. ¿Considera usted que se cumplen con las actividades y responsabilidades en la empresa?					X		X		X		X		
		capacitaciones	4. ¿Considera usted que el personal está capacitado y lo demuestra en el área de trabajo?					X		X		X		X		
	Dirección	motivación	5. ¿La empresa realiza charlas de motivación para ser cliente fiel?					X		X		X		X		
		Eficacia y eficiencia de las operaciones	6. ¿Considera usted que los trabajos realizados se entregan de manera oportuna?					X		X		X		X		
	Control	supervisión	7. ¿Considera usted que se realiza un monitoreo constante de los procesos dentro de la empresa?					X		X		X		X		
		Control de calidad	8. ¿Considera usted que se ejecuta un control de calidad dentro de la empresa?					X		X		X		X		

Firma


Post firma DNI 40097132

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA VISUAL MEDICS, HUARAZ 2019”.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Matriz de Validación

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPERACIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Satisfacción a los clientes	Atención al cliente	Calidad de servicio	1. ¿el personal le inspira confianza?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			2. ¿los empleados se esfuerzan por brindarle un servicio de calidad?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Grado de satisfacción	3. ¿los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			4. ¿considera usted que la empresa maneja diferentes precios para cada cliente ?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Comportamiento del consumidor	expectativas	5. ¿el personal cumple con tenerle paciencia en la atención?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			6. ¿el personal cumple con sus expectativas en la atención?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Necesidades del consumidor	7. ¿cree usted que la empresa trae productos nuevos?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			8. ¿la empresa cumple con las promociones que realiza?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Formas de entregar el producto	Distribución	9. ¿el producto que le entregan suele salir con sus demás implementos?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			10. ¿cree usted que el proceso de elaboración es eficiente?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Conocimiento del producto	11. ¿al momento de la entrega de su producto usted lo lleva a otro lugar para verificar si es material es el que pidió?					<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

	Servicio post venta		12. ¿usted como usuario observa si el producto tiene un código y lo verifica al momento de su entrega?					<input checked="" type="checkbox"/>							
		Comunicación post venta	13. ¿considera usted que la empresa no facilita la venta por internet?				<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			14. ¿considera usted que la empresa no está en comunicación vía web?				<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Solución inmediata	15. ¿considera usted que por un reclamo le dan solución?				<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			16. ¿un reclamo se soluciona de manera pacífica?				<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario
OBJETIVO: Analizar si la gestión Administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la optica visual medics de Huaraz 2019.
DIRIGIDO A: los clientes de la optica VISUAL MEDICS.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Calderón Yarlegué Luis Alberto.
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Master en Administración de Negocios


Firma

Post firma
DNI 40097132.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA VISUAL MEDICS, HUARAZ 2019”.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Matriz de Validación

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión administrativa	Planeación	Planeación de actividades	1. ¿Considera usted que la empresa realiza sus actividades planeadas?					X		X		X		X		
		Toma de decisiones	2. ¿Considera usted que los trabajadores toman decisiones claras para alcanzar sus objetivos?					X		X		X		X		
	Organización	Reglamento interno	3. ¿Considera usted que se cumplen con las actividades y responsabilidades en la empresa?					X		X		X		X		
		capacitaciones	4. ¿Considera usted que el personal está capacitado y lo demuestra en el área de trabajo?					X		X		X		X		
	Dirección	motivación	5. ¿La empresa realiza charlas de motivación para ser cliente fiel?					X		X		X		X		
		Eficacia y eficiencia de las operaciones	6. ¿Considera usted que los trabajos realizados se entregan de manera oportuna?					X		X		X		X		
	Control	supervisión	7. ¿Considera usted que se realiza un monitoreo constante de los procesos dentro de la empresa?					X		X		X		X		
		Control de calidad	8. ¿Considera usted que se ejecuta un control de calidad dentro de la empresa?					X		X		X		X		



Dr. Rolando R. Saenz Rodríguez
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Post firma DNI

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA VISUAL MEDICS, HUARAZ 2019”.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Matriz de Validación

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPERACIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Satisfacción a los clientes	Atención al cliente	Calidad de servicio	1. ¿el personal le inspira confianza?					X		X		X		X		
			2. ¿los empleados se esfuerzan por brindarle un servicio de calidad?					X		X		X		X		
		Grado de satisfacción	3. ¿los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?					X		X		X		X		
			4. ¿considera usted que la empresa maneja diferentes precios para cada cliente ?					X		X		X		X		
	Comportamiento del consumidor	expectativas	5. ¿el personal cumple con tenerle paciencia en la atención?					X		X		X		X		
			6. ¿el personal cumple con sus expectativas en la atención?					X		X		X		X		
		Necesidades del consumidor	7. ¿cree usted que la empresa trae productos nuevos?					X		X		X		X		
			8. ¿la empresa cumple con las promociones que realiza?					X		X		X		X		
	Formas de entregar el producto	Distribución	9. ¿el producto que le entregan suele salir con sus demás implementos?					X		X		X		X		
			10. ¿cree usted que el proceso de elaboración es eficiente?					X		X		X		X		
		Conocimiento del producto	11. ¿al momento de la entrega de su producto usted lo lleva a otro lugar para verificar si es material es el que pidió?					X		X		X		X		

	Servicio post venta	Comunicación post venta	12. ¿usted como usuario observa si el producto tiene un código y lo verifica al momento de su entrega?					X		X		X		X		
			13. ¿considera usted que la empresa no facilita la venta por internet?					X		X		X		X		
		Solución inmediata	14. ¿considera usted que la empresa no está en comunicación vía web?					X		X		X		X		
			15. ¿considera usted que por un reclamo le dan solución?					X		X		X		X		
			16. ¿un reclamo se soluciona de manera pacífica?					X		X		X		X		

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario
OBJETIVO: Analizar si la gestión Administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la optica visual medics de Huoraz 2019.
DIRIGIDO A: Los clientes de la optica Visual medics

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Saenz Rodriguez Rolando
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Dr en ADM.


Firma
EMR CONSTRUCTORA Y SERVICIOS
SAN ISIDRO - ECONS S.A.
Dr. Rolando R. Saenz Rodriguez
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO
Post firma
DNI

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA VISUAL MEDICS, HUARAZ 2019”.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Matriz de Validación

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión administrativa	Planeación	Planeación de actividades	1. ¿Considera usted que la empresa realiza sus actividades planeadas?					X		X		X		X		
		Toma de decisiones	2. ¿Considera usted que los trabajadores toman decisiones claras para alcanzar sus objetivos?					X		X		X		X		
	Organización	Reglamento interno	3. ¿Considera usted que se cumplen con las actividades y responsabilidades en la empresa?					X		X		X		X		
		capacitaciones	4. ¿Considera usted que el personal está capacitado y lo demuestra en el área de trabajo?					X		X		X		X		
	Dirección	motivación	5. ¿La empresa realiza charlas de motivación para ser cliente fiel?					X		X		X		X		
		Eficacia y eficiencia de las operaciones	6. ¿Considera usted que los trabajos realizados se entregan de manera oportuna?					X		X		X		X		
	Control	supervisión	7. ¿Considera usted que se realiza un monitoreo constante de los procesos dentro de la empresa?					X		X		X		X		
		Control de calidad	8. ¿Considera usted que se ejecuta un control de calidad dentro de la empresa?					X		X		X		X		

Firma

Post firma DNI

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA VISUAL MEDICS, HUARAZ 2019”.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Matriz de Validación

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPERACIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Satisfacción a los clientes	Atención al cliente	Calidad de servicio	1. ¿el personal le inspira confianza?					X		X		X		X		
			2. ¿los empleados se esfuerzan por brindarle un servicio de calidad?					X		X		X		X		
		Grado de satisfacción	3. ¿los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?					X		X		X		X		
			4. ¿considera usted que la empresa maneja diferentes precios para cada cliente ?					X		X		X		X		
	Comportamiento del consumidor	expectativas	5. ¿el personal cumple con tenerle paciencia en la atención?					X		X		X		X		
			6. ¿el personal cumple con sus expectativas en la atención?					X		X		X		X		
		Necesidades del consumidor	7. ¿cree usted que la empresa trae productos nuevos?					X		X		X		X		
			8. ¿la empresa cumple con las promociones que realiza?					X		X		X		X		
	Formas de entregar el producto	Distribución	9. ¿el producto que le entregan suele salir con sus demás implementos?					X		X		X		X		
			10. ¿cree usted que el proceso de elaboración es eficiente?					X		X		X		X		
		Conocimiento del producto	11. ¿al momento de la entrega de su producto usted lo lleva a otro lugar para verificar si es material es el que pidió?					X		X		X		X		

	Servicio post venta		12. ¿usted como usuario observa si el producto tiene un código y lo verifica al momento de su entrega?					X		X		X		X		
		Comunicación post venta	13. ¿considera usted que la empresa no facilita la venta por internet?					X		X		X		X		
			14. ¿considera usted que la empresa no está en comunicación vía web?					X		X		X		X		
			15. ¿considera usted que por un reclamo le dan solución?					X		X		X		X		
		Solución inmediata	16. ¿un reclamo se soluciona de manera pacífica?					X		X		X		X		

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

OBJETIVO: ANALIZAR SI LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA SE RELACIONA CON LA SATISFACCIÓN
D LOS CLIENTES DE LA OPTICA VISUAL MEDICS DE HUARAZ 2019

DIRIGIDO A: LOS CLIENTES DE LA OPTICA VISUAL MEDICS.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			<input checked="" type="checkbox"/>	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : DÍAZ JAVICA MARLON

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Mg ECONOMISTA

Firma

Post firma

DNI 17820519

Anexo N° 04: Hoja de vida de los expertos.

HOJA DE VIDA	
DATOS PERSONALES:	
1.	Apellidos : Calderón Yarleque
2.	Nombres: Luis Alberto
3.	N° de DNI: 40097132
4.	Celular: 944454040
5.	Dirección actual: Nicolas Garatea Mz 3 Lt 35
Correo electrónico: luis-calderon@hotmail.com	
FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL	
Grados:	
-	MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
-	DOCTOR EN ESTADISTICA MATEMATICA
Títulos	
-	LICENCIADO EN ESTADISTICA E INFORMATICA
-	
EXPERIENCIA PROFESIONAL:	
1.	INSPECTOR EN EL AREA DE REFINERIA MINERA BARRICK MISKICHILCA
2.	GERENTE DEL AREA DE SISTEMAS DE MUNICIPALIDAD P. SANTA
3.	ADMINISTRATIVO EN EL AREA DE RR. HH. SIDERPERU – GERDAO
4.	ADMINISTRADOR EN EL AREA DE ESTADISTICA E INFORMATICA HOSPITAL REGIONAL DE NUEVO CHIMBOTE.
5.	DICENTE UNIVERSITARIO PRE GRADO Y MAESTRIAS


Calderón Luis
40097132

HOJA DE VIDA	
DATOS PERSONALES:	
1.	Apellidos : Sáenz Rodríguez
2.	Nombres: Rolando Remigio
3.	Nº de DNI: 31600080
4.	Celular: 995602200
5.	Dirección actual: Jr. Fral Martín S/N – Palmira Baja
6.	Correo electrónico: roalancash@hotmail.com
FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL	
Grados:	
-	Maestría de Ciencias Económicas
-	Doctorado en Administración de la Educación
Títulos	
-	Licenciado en Administración
-	Bachillerato en Administración
EXPERIENCIA PROFESIONAL:	
1.	Coordinador de la escuela profesional de administración San Pedro 2012 - 2015
2.	Docente de la universidad San Pedro 2008 - 2016
3.	Docente a tiempo completo en la universidad cesar vallejo 2014 - 2019
4.	Gerente general de empresa ECONSI S.A 2003 – 2010.
5.	Presidente del directorio de la empresa ESMAC S.A




**EMR CONSTRUCTORA Y SERVICIOS
SAN ISIDRO / ECONSI S.A.**
 Dr. Rolando R. Sáenz Rodríguez
 PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

HOJA DE VIDA	
DATOS PERSONALES:	
1.	Apellidos: Díaz Dávila
2.	Nombres: Marlon
3.	N° de DNI: 17820719
4.	Celular: 994546179
5.	Dirección actual: Trujillo
6.	Correo electrónico: marlonbws@gmail.com
FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL	
Grados:	
-	Maestría
-	FINANZAS
Títulos	
-	Economista
-	
EXPERIENCIA PROFESIONAL:	
1.	Director de Desarrollo Económico social de la Región Ancash
2.	Presidente Ejecutivo del Núcleo Departamental de Ancash
3.	Representante zonal de Kallpa sociedad

Anexo N°05: Tabla de especificaciones

TABLA DE ESPECIFICACIONES

Cuestionario de Gestión administrativa y satisfacción a los clientes

I. Datos Informativos:

- Autor : Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo
- Tipo de instrumento : cuestionario - encuesta
- Niveles de aplicación : clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”
- Administración : Individual
- Duración : 15 minutos
- Materiales : Hoja impresa, lapicero.
- Responsable de la aplicación : Autor

II. Descripción y propósito:

El instrumento consta de 24 ítems de opinión con alternativas que miden el grado de aceptación a la afirmación presentada, cuyo propósito es analizar la gestión administrativa y su influencia en la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, con la finalidad de establecer la relación de una variable en otra.

III. Tabla de Especificaciones:

Dimensión	Indicador de evaluación	Peso%	Ítems	Puntaje
D1.Planeación	1. Planeación de actividades	12%	1	1 - 4
	2. Toma de decisiones		2	
D2.Organización	3. Reglamento interno	12%	3	1 - 4
	4. Capacitaciones		4	
D3.Dirección	5. Motivación	12%	5	1 - 4
	6. Eficacia y eficiencia de las operaciones		6	
D4.Control	7. Supervisión	12%	7	1 - 4
	8. Control de calidad		8	
D5.Atención al cliente	9. Calidad de servicio	14%	9	1 - 4
			10	
	10. Grado de satisfacción		11	
			12	
D6.Comportamiento del consumidor	11. Expectativas	13%	13	1 - 4
			14	
	12. Necesidades del consumidor		15	
			16	
D7.Formas de entregar el producto	13. Distribución	12%	17	1 - 4
			18	
	14. Conocimiento del producto		19	
			20	
D8.Servicio post venta	15. Comunicación post venta	13%	21	1 - 4
			22	
	16. Solución inmediata		23	
			24	
	TOTAL	100%	24 ítems	24 - 96

IV. Opciones de respuesta:

N° de Ítems	Opción de respuesta	Puntaje
1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16,17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 y 24	- Siempre	4
	- Casi siempre	3
	- A veces	2
	- Nunca	1

V. Niveles de valoración:

Valoración de las variables: Gestión administrativa y Satisfacción a los clientes

VARIABLES	NIVEL	PUNTACIÓN
Gestión administrativa	Malo	6-12
	Regular	13-18
	Bueno	19-24
	Excelente	25-30

VARIABLES	NIVEL	PUNTACIÓN
Satisfacción a los clientes	Pésimo	12-24
	Medio	25-36
	Bueno	37-48
	Muy bueno	49-60

Valoración de la Variable 1: Gestión administrativa

NIVEL	CRITERIOS	Valores
EXCELENTE	<ul style="list-style-type: none"> - Los clientes piensan que la empresa cuenta con una misión clara y sus colaboradores son conscientes de ello. - Los clientes piensan que las personas que laboran en la empresa pasan por un proceso de reclutamiento de personal adecuado. - Los clientes piensan que los colaboradores realizan acciones para alcanzar la visión de la empresa. - Los clientes piensan que los colaboradores de la empresa mantienen una comunicación fluida y cordial. - Los clientes piensan que los colaboradores se encuentran motivados. 	25-30

<p style="text-align: center;">BUENO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los clientes piensan que la empresa tiene buenas intenciones en cumplir con su misión y sus colaboradores son conscientes de ello. - Los clientes piensan que las personas que laboran en la empresa tienen buenas intenciones de aprobar el proceso de reclutamiento. - Los clientes piensan que los colaboradores tienen buenas intenciones de realizar acciones para alcanzar la visión de la empresa. - Los clientes piensan que los colaboradores de la empresa tienen buenas intenciones para una comunicación fluida y cordial. - Los clientes piensan que los colaboradores tienen buenas intenciones de estar motivados por la labor que realizan. 	<p style="text-align: center;">19-24</p>
<p style="text-align: center;">REGULAR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los clientes piensan que la empresa no está segura que la misión está clara y sus colaboradores son conscientes de ello. - Los clientes piensan que las personas que laboran en la empresa no están seguras de pasar por un proceso de reclutamiento. - Los clientes piensan que los colaboradores no están seguros de realizar acciones para alcanzar la visión de la empresa. - Los clientes piensan que los colaboradores de la empresa no están seguros de mantener una comunicación fluida y cordial. - Los clientes piensan que los colaboradores no están seguros de estar motivados. 	<p style="text-align: center;">13-18</p>

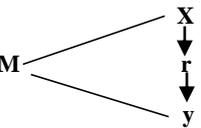
MALO	<ul style="list-style-type: none"> - Los clientes piensan que la empresa no cuenta con una misión clara y sus colaboradores son conscientes de ello. - Los clientes piensan que las personas que laboran en la empresa no pasan por un proceso de reclutamiento de personal adecuado. - Los clientes piensan que los colaboradores no realizan acciones para alcanzar la visión de la empresa. - Los clientes piensan que los colaboradores de la empresa no mantienen una comunicación fluida y cordial. - Los clientes piensan que los colaboradores no se encuentran motivados. 	6-12
-------------	---	------

Valoración de la Variable 2: satisfacción a los clientes

NIVEL	CRITERIOS	Valores
MUY BUENO	<ul style="list-style-type: none"> - El cliente se siente satisfecho con la atención brindada en la óptica visual medics. - El cliente se siente satisfecho con la solución a sus inconvenientes presentados en el servicio recibido. - El cliente se siente satisfecho con la amabilidad ofrecida por los trabajadores de la óptica visual medics. - El cliente se siente satisfecho por los productos que ofrece la óptica visual medics. - El cliente se siente satisfecho porque la óptica mantiene comunicación constante con ellos. 	49-60
BUENO	<ul style="list-style-type: none"> - El cliente piensa que la atención brindada es buena en la óptica visual medics. 	37-48

	<ul style="list-style-type: none"> - El cliente piensa que la solución a sus inconvenientes es buena. - El cliente piensa que la amabilidad ofrecida por los trabajadores en buena de la óptica visual medics. - El cliente piensa que los productos que ofrece la óptica visual medics son buenos. - El cliente piensa que la comunicación en buena con ellos. 	
MEDIO	<ul style="list-style-type: none"> - El cliente no está satisfecho con la atención brindada en la óptica visual medics. - El cliente no está satisfecho con la solución a sus inconvenientes presentados en el servicio recibido. - El cliente no está satisfecho con la amabilidad ofrecida por los trabajadores de la óptica visual medics. - El cliente no está satisfecho por los productos que ofrece la óptica visual medics. - El cliente no está satisfecho, porque la óptica no mantiene comunicación constante con ellos. 	25-36
PÉSIMO	<ul style="list-style-type: none"> - El cliente se siente insatisfecha porque la atención brindada es pésima en la óptica visual medics. - El cliente se siente insatisfecho por la pésima solución a sus inconvenientes. - El cliente se siente insatisfecho por la pésima amabilidad ofrecida por los trabajadores de la óptica visual medics. - El cliente se siente insatisfecho por los pésimos productos que ofrece la óptica visual medics. - El cliente se siente insatisfecho por la pésima comunicación que mantienen con ellos. 	12-24

Anexo N°06: Matriz de consistencia.

PROBLEMAS	VARIABLES Y DIMENSIONES	HIPOTESIS	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
<p><u>Problema general</u></p> <p>¿De qué manera la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?</p> <p><u>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</u></p> <p>¿Qué relación existe entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019?</p>	<p><u>Variable Independiente</u></p> <p>X= Gestión administrativa</p> <p>Dimensiones:</p> <p>x-1 Planificación</p> <p>x-2 Organización</p> <p>x-3 Dirección</p> <p>x-4 Control</p> <p><u>Variable Dependiente</u></p> <p>Y=Satisfacción a los clientes</p> <p>DIMENCIONES:</p> <p>Y-1 Atención al cliente</p> <p>Y-2 Comportamiento del consumidor</p> <p>Y-3 formas de entregar el producto</p> <p>Y-4 servicio post venta</p>	<p><u>HIPÓTESIS DE TRABAJO:</u></p> <p>La gestión administrativa se relaciona significativamente con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019</p> <p><u>HIPÓTESIS NULA:</u></p> <p>La gestión administrativa no se relaciona significativamente con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL:</u></p> <p>Analizar si la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, de Huaraz 2019.</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</u></p> <p>Identificar la relación entre la planificación y el comportamiento del consumidor de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.</p> <p>Explicar la relación entre la organización y la atención al cliente de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.</p> <p>Establecer la relación entre la dirección y el servicio post venta de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.</p> <p>Detallar la relación entre el control y la entrega del producto de los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019.</p>	<p><u>Enfoque:</u> Cuantitativo</p> <p><u>Tipo de estudio:</u> Aplicada</p> <p><u>Nivel de Investigación:</u> Correlacional - Descriptivo</p> <p><u>Población:</u> 120 clientes</p> <p><u>Muestra:</u> 92 clientes</p> <p><u>Diseño de Investigación</u></p> <p>No experimental Transaccional o Transversal</p> <p><u>Esquema del diseño:</u></p>  <pre> graph TD M --- X M --- r M --- y style X fill:none,stroke:none style r fill:none,stroke:none style y fill:none,stroke:none </pre> <p><u>DONDE:</u></p> <p>M=92 clientes de la óptica visual medics</p> <p>x= gestión administrativa</p> <p>y= satisfacción a los clientes</p> <p>r= relación entre las variables</p>

Anexo N°07: Confiabilidad del instrumento de recolección de datos

	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem1 2	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	ítem 20	ítem 21	ítem 22	ítem 23	ítem 24	SUMA
E1	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	4	4	4	4	4	2	61
E2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	4	1	1	2	2	51
E3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	4	1	1	2	2	51
E4	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	4	1	1	2	2	42
E5	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	3	4	4	2	1	2	2	49
E6	2	4	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	4	2	4	2	2	3	4	4	1	4	4	4	63
E7	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	4	4	2	2	2	2	48
E8	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	42
E9	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	56
Varianza	0.000	0.750	0.250	0.528	0.278	0.111	0.250	0.528	0.194	0.111	0.250	0.194	0.611	0.194	1.028	0.194	0.194	0.194	1.278	1.000	0.944	1.500	1.000	0.444	55.28

(Varianza de la Población)

12.028

El número de ítems	K:	24	$1 - \frac{24}{23} \times 0.2176 = 0.816$
Sumatoria de las Varianzas de los ítems	$\sum S_i^2$:	12.028	
La Varianza de la suma de los ítems	S_T^2 :	55.28	

Fórmula para el Alfa de Cronbach

81.64%

$$\alpha = \frac{n}{n-1} * \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_x^2} \right]$$

- N es el número de ítems,
- S²_i es la varianza del ítem
- S²_x es la varianza total.

EL INSTRUMENTO SE CONSIDERA CONFIABLE

Anexo N°08: Aspectos administrativos.

Permiso de la empresa donde aplico el estudio



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Huaraz, 22 de Noviembre del 2018

CARTA N° 168- 2018- FCE- CPP- UCV

Señor:

**JUSTINA MATEA CATIRI DAMIAN
ADMINISTRADORA DE LA EMPRESA ÓPTICA VISUAL MEDICS E.I.R.L**

VISUAL MEDICS
Claridad, Elegancia y Modernidad para tus ojos
Recibido 22-11-2018
06816061
Justina CD

Presente. -

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle al joven **TUANAMA MONTELUIS DARLYNN ARNALDO**, identificado con DNI. N° **76393107**, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, quien en el presente semestre académico 2018- II, está cursando el IX ciclo de la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN**, dicho estudiante se encuentra realizando su PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, referente al tema: **GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE** en su empresa, motivo por el cual le solicitamos una carta de aceptación de su persona sobre el trabajo de investigación que viene desarrollando el estudiante desde el 03/09/2018, con el fin de regularizar dicho documento con el docente del curso.

Sin otro en particular y agradeciéndole por su atención a la presente, me despido testimoniándole mi singular deferencia.

Atentamente,



Jaela Peña Romero
Dra. Jaela Peña Romero

DIRECTORA DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CAMPUS HUARAZ
Av. Independencia 1488
Barrio: Palmira Baja,
Independencia - Huaraz
Telf: (043) 483031

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
ucv.edu.pe

Solicitud para la realización de encuesta prueba piloto



SOLICITO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR UNA ENCUESTA A SUS CLIENTES.

Señor (a):

Encargado del área de administración de la empresa “**OPCIÓN ÓPTICA**”

Reciba usted un cálido y afectuoso saludo y al mismo tiempo permíteme exponerme lo siguiente:

Yo, Darlynn Arnaldo Tuanama Monteluis, identificado con DNI N° 763931907, estudiante de la carrera profesional de administración, de la universidad cesar vallejo, por motivos académicos, en el curso de desarrollo de tesis es necesario el desarrollo de una encuesta correspondientes a las variables **Gestión administrativa y satisfacción a los clientes**. Siendo este requisito indispensable para la aprobación del curso.

Por tal motivo he seleccionado a su prestigiosa empresa, para lo cual nos autorice realizar este cuestionario antes mencionado, con el fin de descubrir la gestión administrativa y su influencia en la satisfacción de los clientes.

La fecha y hora sugerida para realizar esta actividad están programada para el día 13 de abril del 2019 desde las 9:00 am.

Por tanto agradeceré a usted acceda a mi solicitud. Teniendo en cuenta que dicha actividad será beneficiosa para los pertenecientes al rubro óptico como para los que realiza esta actividad.

Huaraz, 9 de abril del 2019


76393107

Darlynn Arnaldo Tuanama Monteluis

Carta de aceptación para la realización de encuesta prueba piloto



Carta de Aceptación de la empresa "OPCION OPTICA"

Huaraz, 11 de abril del 2019

Asunto: Respuesta a la solicitud

Joven:

Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo

Estudiante de la carrera de administración de la UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Presente.-

REF: Carta N° 018- 2019-ADM- OPCION OPTICA de fecha 11 de abril del 2019

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que usted **DARLYNN ARNALDO TUANAMA MONTELUIS**, estudiante de la Escuela de **ADMINISTRACIÓN** de la Institución Universitaria que Usted representa, ha sido admitido para realizar sus encuestas a nuestros clientes de nuestra empresa "OPCIÓN OPTICA", teniendo como fecha **13 abril del 2019**

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,


31666359

ROSARIO JUANA MORENO LAZARO

ADMINISTRADORA DE LA EMPRESA OPCION OPTICA

Av. Fitzcarral #368

Solicitud para la realización de encuesta



SOLICITO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR UNA ENCUESTA A SUS CLIENTES.

Señor (a):

Administradora de la óptica "VISUAL MEDICS"

Reciba usted un cálido y afectuoso saludo y al mismo tiempo permíteme exponerme lo siguiente:

Yo, Darlynn Arnaldo Tuanama Monteluis, identificado con DNI N° 763931907, estudiante de la carrera profesional de administración, de la universidad cesar vallejo, por motivos académicos, en el curso de desarrollo de tesis es necesario el desarrollo de una encuesta correspondientes a las variables gestión administrativa y satisfacción a los clientes. Siendo este requisito indispensable para la aprobación del curso.

Por tal motivo he seleccionado a su prestigiosa empresa, para lo cual nos autorice realizar este cuestionario antes mencionado, con el fin de descubrir la gestión administrativa y su influencia en la satisfacción de los clientes.

La fecha y hora sugerida para realizar esta actividad están programada para el día 23, 24 Y 25 de abril del 2019 desde las 9:00 am.

Por tanto agradeceré a usted acceda a mi solicitud. Teniendo en cuenta que dicha actividad será beneficiosa para los pertenecientes al rubro óptico como para los que realiza esta actividad.

Huaraz, 18 de abril del 2019


76393107

Darlynn Arnaldo Tuanama Monteluis

Carta de aceptación para la realización de encuesta



Carta de Aceptación de la óptica "VISUAL MEDICS":

Huaraz, 21 de abril del 2019

Asunto: Respuesta a la solicitud

Joven:

Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo

Estudiante de la carrera de administración de la UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Presente.-

REF: Carta N° 018- 2019-ADM-VISUAL MEDICS de fecha 21 de abril del 2019

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que usted **DARLYNN ARNALDO TUANAMA MONTELUIS**, estudiante de la Escuela de **ADMINISTRACIÓN** de la Institución Universitaria que Usted representa, ha sido admitido para realizar sus encuestas a nuestros clientes de nuestra empresa "VISUAL MEDICS", teniendo como fecha de inicio **23 de abril del 2019** y como fecha de culminación **25 de abril del 2019**.

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,

VISUAL MEDICS
Claridad, Elegancia y Modernidad para sus ojos

Justina Matea Catiri Damian
06816061

JUSTINA MATEA CATIRI DAMIAN

ADMINISTRADORA DE LA EMPRESA OPTICA "VISUAL MEDICS"

AV FITZCARRALD #394
AL COSTADO DE TABARIZ

Cientes encuestados





Documento de similitud

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=1222243927&u=1074084108&lang=es&student_user=1&s=

feedback studio Darlynn Arnaldo TUANAMA MONTELUIS "Gestión Administrativa y la satisfacción a los clientes de la óptica "VISUAL MEDICS", Huaraz 2019"

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión Administrativa y la satisfacción a los clientes de la óptica "VISUAL MEDICS",
Huaraz 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en administración

AUTOR:
Tuanama Monteluis, Darlynn Arnaldo (ORCID: 0000-0002-3591-0026)

ASESOR:
Dr. Bustamante cabello, Julio Cesar (ORCID: 0000-0002-8717-4411)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de organizaciones
Huaraz - Perú
2019

Resumen de coincidencias

25 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	18 %	>
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5 %	>
3	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %	>
5	repositorio.unasam.ed... Fuente de Internet	1 %	>
6	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %	>
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %	>

Página: 1 de 36 Número de palabras: 8248 Text-only Report | High Resolution Activado

10:22 p.m. 26/11/2019

Acta de aprobación de originalidad de tesis

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, JULIO CESAR BUSTAMANTE CABELLO, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Huaraz, revisor (a) de la tesis titulada:

"GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE LA ÓPTICA "VISUAL MEDICS", HUARAZ 2019", del (de la) estudiante TUANAMA MONTELUIS DARLYNN ARNALDO constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Huaraz, 26 de Noviembre del 2019



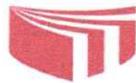
Firma

BUSTAMANTE CABELLO JULIO CESAR

DNI: 31662476

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"**

**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS**

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo
D.N.I. : 76393107
Domicilio : PRL.MCAL TORIBIO DE LUZURIAGA 1322 BARRIO VILLON BAJO
Teléfono : Fijo : 043-222578 Móvil : 947861940
E-mail : darlin-spor@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Administración
Carrera : Administración
Título : Licenciado en Administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Tuanama Monteluis Darlynn Arnaldo

Título de la tesis:

Gestión Administrativa y la satisfacción a los clientes de la
óptica "VISUAL MEDICA", Huaraz 2019

Año de publicación : 2019

**4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN
ELECTRÓNICA:**

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha: 09-07-19

Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

TUANAMA MONTELUIS DARLYNN ARNALDO

INFORME TÍTULADO:

“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DE
LA ÓPTICA "VISUAL MEDICS", HUARAZ 2019”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 9/07/2019

NOTA O MENCIÓN: DIECISÉIS (16)




FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN