



Universidad César Vallejo

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

**La gestión administrativa y satisfacción del cliente en el
Restaurante-Pollería El Paimañito en el distrito de
Paimas, 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración de Empresas

AUTORES:

Calderon Quevedo, Luis Leonardo (orcid.org/0000-0001-6704-8111)

Sandoval Yahuana, Tatiana Lisbeth (orcid.org/0000-0001-9751-9404)

ASESORA:

Dra. Torres Caceres, Fatima del Socorro (orcid.org/0000-0001-5505-7715)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2024

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA ASESORA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, TORRES CACERES FATIMA DEL SOCORRO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "La Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023", cuyos autores son SANDOVAL YAHUANA TATIANA LISBETH, CALDERÓN QUEVEDO LUIS LEONARDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

PIURA, 05 de Agosto del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
TORRES CACERES FATIMA DEL SOCORRO DNI: 10670820 ORCID: 0000-0001-5505-7715	Firmado electrónicamente por: FDTORRESCA el 07- 08-2024 09:51:15

Código documento Trilce: TRI - 0850930



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CALDERON QUEVEDO LUIS LEONARDO, SANDOVAL YAHUANA TATIANA LISBETH estudiantes de la de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "La Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
SANDOVAL YAHUANA TATIANA LISBETH DNI: 74376178 ORCID: 0000-0001-9751-9404	Firmado electrónicamente por: TATIANAYAHUANA el 22-07-2024 10:12:29
CALDERON QUEVEDO LUIS LEONARDO DNI: 75141857 ORCID: 0000-0001-6704-8111	Firmado electrónicamente por: LCALDERONQU798 el 21-07-2024 19:07:54

Código documento Trilce: INV - 1712323

DEDICATORIA

Con todo mi cariño y fe a Dios, con todo mi amor a mi familia quienes siempre me brindaron su apoyo incondicional, su eterno amor y sus sabios consejos, a mi abuelito papá Hortensio, que Dios lo tiene en su gloria y ahora en un ángel en mi vida y sé que se encuentra muy orgulloso de su nieta y desde donde está me bendice.

Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth

A mis padres y a mi familia en general por brindarme su apoyo incondicional y estar siempre conmigo, especialmente a mi abuelita victoria que Dios la tenga en su gloria expresar mi profundo agradecimiento por todo el amor y apoyo que me brindaste, tu espíritu estará presente en cada página de esta tesis y a nuestra asesora que nos guiado en esta presente investigación

Calderon Quevedo Luis Leonardo

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mi familia por siempre apoyarme en mis logros, ya que gracias a ustedes esta meta está cumplida; a mis profesores, por brindarme sus enseñanzas y formarme como profesional durante mi carrera Universitaria. Al restaraurante-polleria por depositar la confianza en nosotros.

Sandoval yahuana, Tatiana Lisbeth

A Dios, a mis padres por apoyarme siempre, a mi familia en general por ser ese soporte clave para avanzar y así cumplir mis objetivos , que a pesar de los obstáculos que se nos presenta no nos rendimos ya que Dios está siempre con nosotros; a nuestra asesora por habernos guiado en este trabajo sino también por darnos el apoyo para desarrollarnos de manera profesional; a nuestra plana docente de la Universidad Cesar Vallejo por brindarnos varias oportunidades y aprender nuevas cosas fortaleciendo nuestro aprendizaje y conocimientos.

Calderon Quevedo Luis leonardo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA ASESORA.....	ii
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES.....	iv
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I.INTRODUCCIÓN	1
II.METODOLOGÍA.....	8
III.RESULTADOS.....	12
IV.DISCUSIÓN.....	19
V.CONCLUSIONES	23
VI.RECOMENDACIONES	24
REFERENCIAS.....	25
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Niveles de la variable gestión administrativa (GA) y sus dimensiones.....	12
Tabla 2	Niveles de la variable SC y sus dimensiones.....	12
Tabla 3	Tablas cruzadas de la variable G.A y S.C.....	13
Tabla 4	Tablas cruzadas de la D1 y S.C.....	13
Tabla 5	Tablas cruzadas de la D2 y S.C.....	14
Tabla 6	Tablas cruzadas de la D3 y S.C.....	14
Tabla 7	Tablas cruzadas de la D4 y S.C.....	15
Tabla 8	Correlación entre la variable G.A y SC.....	16
Tabla 9	Correlación entre la D1 y la SC.....	16
Tabla 10	Correlación entre la D2 y la SC.....	17
Tabla 11	Correlación entre la D3 y la SC.....	18
Tabla 12	Correlación entre la D4 y la SC.....	18
Tabla 13	Tabla de operacionalización de variable o tabla de categorización.....	29
Tabla 14	Matriz de consistencia.....	31
Tabla 15	Prueba de normalidad de las variables.....	57

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente del restaurante-pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023. El estudio aporta al ODS número 8 que enmarca en la producción y consumo responsable promoviendo el trabajo decente y crecimiento económico. Fue una investigación de enfoque cuantitativo, tipo aplicada. La muestra no probabilística fue constituida por 160 clientes del restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas. Se utilizó como técnica de recopilación de datos a la encuesta; trabajando con instrumentos como el cuestionario de 19 ítems a la variable Gestión administrativa y 16 ítems a la variable Satisfacción del cliente. En los resultados se determinó que la variable Gestión administrativa se encuentra en un nivel medio al igual que la variable Satisfacción del Cliente con un 78,6% lo cual, indica una relación directa, ya que, a un nivel medio de gestión administrativa, medio será el nivel de Satisfacción al Cliente; además, Se evidenció un coeficiente de RS de 0,423, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la H_a y rechazando la H_o , concluyendo que existe relación significativa entre ambas variables estudiadas.

Palabras Clave: Gestión Administrativa, Satisfacción del Cliente, Clientes.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship between administrative management and customer satisfaction at the restaurant-pollería el Paimañito in the District of Paimas, 2023. The study contributes to SDG number 8, which frames responsible production and consumption, promoting decent work and economic growth. It was a quantitative approach research, applied type with a quantitative approach. The non-probabilistic sample consisted of 160 customers of the restaurant-pollería el paimañito in the district of Paimas. The survey was used as a data collection technique; working with instruments such as the questionnaire with 19 items for the variable Administrative Management and 16 items for the variable Customer Satisfaction. In the results it was determined that the variable Administrative Management is at a medium level as well as the variable Customer Satisfaction with 78.6% which indicates a direct relationship, since, at a medium level of administrative management, medium will be the level of Customer Satisfaction; in addition, a RS coefficient of 0.423 is evidenced, being positive moderate, where ($p=0.000 \leq 0.05$), accepting the H_a and rejecting the H_o , concluding that there is a significant relationship between both variables studied.

Keywords: Administrative Management, Customer Satisfaction, Customers.

I. INTRODUCCIÓN

El sector restaurantes se ve afectado por los cambios globales, por ello la importancia de dirigir las actividades sobre la Gestión Administrativa para cumplir con las expectativas y así lograr la satisfacción del cliente; por otro lado, se plasma indicadores estratégicos y planificados, adquiriendo nuevas estrategias con la meta de llegar a adquirir crecimiento, reconocimiento y sobre todo mantener a todos sus clientes satisfechos (Aziz et al., 2023).

Además, esta investigación realiza su aporte a los objetivos de desarrollo sostenible que enmarca en la producción y consumo responsable promoviendo el trabajo decente y crecimiento económico, con relación a la ODS número ocho (Cepal, 2018).

A nivel internacional, en Estados Unidos día a día aumenta las organizaciones, que por falta de una mala gestión fracasan por la escasez deficiente, proyecciones que no se logran concretar por no tener una buena Gestión Administrativa, por ende es fundamental tener conocimiento acerca de cómo se maneja; la cantidad de pequeñas compañías que abren es igual a que cierran, esto por la deficiente gestión y pocas anticipaciones administrativas para así lograr tener un buen manejo en la rentabilidad (Alibhai, 2017).

A nivel nacional se tiene un promedio 220 mil negocios dedicados a brindar el servicio de comida, es un gran número que se ha impuesto en la gastronomía del Perú y lo refleja hacia el mundo, llegando así a que empresarios vean como recurso el arte culinario de la comida peruana a nivel internacional existiendo en la actualidad varias empresas que brindan todo tipo de platos representativos para el Perú (Cámara de Comercio, 2018).

En el Perú no sólo deslumbra por sus lugares turísticos, hermosas y paradisíacas playas, sino que también es famosa por su deliciosa y variada gastronomía. En cualquier época del año, gran cantidad de turistas de cualquier parte del mundo llegan a nuestro país para disfrutar de la comida tradicional (Flores-Panduro, 2024).

Asimismo, la cocina piurana tiene combinaciones de sabores, especias e ingredientes únicos que hacen de la región un importante destino gastronómico como lo es el distrito de Paimas con el restaurante-pollería el Paimañito que se encuentra en la calle principal del lugar. Este restaurante tradicional presenta varios problemas como lo es la inadecuada coordinación en el proceso de atención a los clientes y la falta de estrategias para llegar adquirir crecimiento y reconocimiento (Gestión administrativa) además que el cliente no percibe una buena atención incluso para los pedidos que realiza (Satisfacción del cliente) y todo esto a causa del personal que no tiene conocimiento el proceso de atención al cliente el mismo que no ha sido capacitado lo que trae como consecuencia no poder mantener a todos sus clientes satisfechos, desertación de los clientes, así como la reducción de sus ingresos. De continuar esta problemática las consecuencias serían perjudiciales como el cierre del restaurante.

Finalmente lo mencionado llevó a plantear la problemática de nuestra investigación ¿Cómo se relaciona la Gestión Administrativa con la Satisfacción del Cliente en el restaurante-pollerita El Paimañito en el distrito de Paimas, 2023? Preguntas específicas: ¿Cómo se relaciona la planificación con la satisfacción del cliente? ¿Cuál es la relación entre organización con la SC? ¿Cómo se relaciona la dirección con la SC? ¿Cuál es la relación entre el control con la SC?

La justificación practica del presente trabajo radica en analizar los procesos administrativos para progresar y resolver las diversas dificultades detectadas en el restaurante-pollería El Paimañito, ubicado en el distrito de Paimas. Esto permitirá establecer un objetivo claro y ofrecer un mejor servicio al cliente.

La justificación social de la investigación podrá beneficiar al restaurante-pollería El Paimañito en el distrito de Paimas. Además, puede ser útil para otras empresas de servicios gastronómicos u organizaciones con problemas similares, así como para educandos que buscan información respecto a este asunto, ayudando así a cumplir con las demandas del comprador (Velasquez, 2022).

Así mismo precisa como objetivo general del estudio Determinar la relación de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023. Se plantea como objetivos específicos: (1) Establecer la relación de la planificación y SC (2) Identificar relación de la Organización y SC(3) Determinar la relación de la dirección y SC (4) Determinar la relación del control y SC.

Según los estudios a nivel Internacional, Flores, (2023) mencionó en su investigación, que en México la mejora de las empresas se debe a una buena gestión administrativa con un alto nivel de aprobación por parte de los clientes, esto hace sea eficiente y aumente sus niveles de satisfacción hacia los clientes; asimismo afirmó en su artículo que, para ser una empresa líder, eficiente y con el usuario satisfecho, lo más importante es saber reconocer al cliente, es decir darle la confianza y comodidad desde que entra al restaurante, empresa o servicio.

Bósquez (2023) se propuso investigar cómo se relacionan la planificación y la satisfacción del cliente en las Unidades de Producción en una universidad de Ecuador. Para ello, empleó una metodología cuantitativa y trabajó con una muestra de 11 responsables de estas unidades. Los resultados mostraron un valor de RS de 0,338, lo que sugiere que hay una correlación positiva, aunque débil, asociada a la planificación de servicios y la SC.

Bravo, (2020), en su investigación se propuso examinar cómo afecta la administración en la satisfacción del cliente en restaurantes de la región. Su metodología fue cuantitativa obteniendo una muestra 306 y se aplicó un cuestionario de preguntas. El resultado muestra que el 97% indicaron que ciertamente la Gestión Administrativa es necesaria para incrementar el buen funcionamiento de cada restaurante, permitiendo alcanzar con éxito cada proceso y ofreciendo un excelente servicio, sin embargo, un 3% indicaron lo contrario. Se concluyó mostrando una correlación positiva significativa en la administración y la SC.

Rubio (2019) realizó un estudio con el fin de establecer la conexión entre el control y la GA de una organización de Ecuador. Para ello, aplico un método básico,

cuantitativo, no experimental. Se seleccionó una muestra de 72 colaboradores y se empleó un cuestionario para medir las variables mencionadas. En los resultados del estudio, se demostró que había una relación positiva moderada entre el control interno y la GA, con valores de $RS = 0.669$ y un nivel de significancia de $p = 0.000$.

Estupiñán (2018) llevó a cabo una investigación de la GA en los restaurantes de la ciudad de Tulcán para evaluar el nivel de satisfacción de los consumidores. Utilizó una metodología de enfoque mixto y correlacional. Como muestra, seleccionó 23 restaurantes de la ciudad para diagnosticar y medir la relación con los cuatro elementos de la GA. Concluyó que la planificación, la organización, la dirección y el control tenían una conexión demostrativa con el grado de satisfacción de los consumidores. Destacó que la gestión administrativa mostró una alta correlación positiva, con un RS de $0,754$ y un $p=0.000$, lo cual confirmó la hipótesis de su estudio sobre ambas variables.

En el ámbito nacional se encontró a Torres (2023) se realizó un análisis descriptivo correlacional con la misión de analizar la relación de la dirección y el deleite del cliente en la entidad de suministro de agua potable ASEDAP – PANGO – 2022. La muestra estuvo conformada por 150 participantes. Los resultados afirmaron una relación significativa y positiva entre la dirección y la SC, con un coeficiente de RS $0,673$ y un valor $p=0,000$. Esto indica que una dirección efectiva está asociada con un nivel alto de satisfacción del cliente, y viceversa.

Paredes (2022) determinó la relación entre la planificación estratégica y la SC en una empresa. Para este propósito, se utilizó una metodología cuantitativa y correlacional, teniendo como muestra de 120 consumidores de la organización. Los resultados llevaron al desenlace de que existe una correlación significativa entre las variables estudiadas, con un coeficiente de Rs de 0.572 , indicando ser positiva moderada. Además, se alcanzó un nivel de significancia estadística de 0.000 , lo que respalda la hipótesis alternativa del estudio: que la planificación estratégica tiene un impacto demostrativo en la SC.

Asimismo, Quispe & Urteaga (2022) examinaron la relación de la GA en la satisfacción de una organización. Emplearon una metodología cuantitativa

correlacional, utilizando una muestra de 40 consumidores. Sus hallazgos indicaron una correlación positiva entre ambas variables. Destacaron que la dimensión organizacional tuvo un impacto significativo en la SC ($p = 0.000$), respaldado por un RS de 0.510, lo que indica una relación positiva moderada.

Quijandria (2021) investigó la conexión entre la GA y la SC en una compañía digital. Utilizó una metodología correlacional no experimental y encuestó a 109 consumidores. Los resultados mostraron un coeficiente de Spearman $r = 0,667$, con un $p = 0,000$, lo que llevó a confirmar la hipótesis alternativa. Esto sugiere que existe una correlación positiva alta entre la GA y SC en la compañía de los Olivos, 2021.

Por último, en el ámbito local se encontró a Mitac (2023) realizó una tesis con el propósito de investigar la conexión entre la gestión administrativa y el rendimiento laboral de los empleados de una empresa. Aplicó una metodología básica, correlacional, y cuantitativa, seleccionando una muestra de 20 trabajadores. El estudio señaló una relación significativa y positivamente alta entre la dimensión de control de la variable GA y el rendimiento laboral, obteniendo un valor de RS de 0.858 con $p=0.001$. Los hallazgos condujeron que existe una relación considerable y significativa entre ambas variables analizadas.

La presente tesis, utilizó los siguientes fundamentos teóricos recopilados por autores académicos en relación a las variables Gestión Administrativa y Satisfacción del cliente.

El estudio de las variables de Gestión administrativas se basa en la teoría de Fayol publicada en 1916 citado por Barreno (2022) fundador del enfoque administrativo clásico, considera la administración como un proceso alineado con la organización, planificación, dirección y control para asegurar su orden y funciones. Fayol dimensiona la variable en cuatro ejes fundamentales 1. Operaciones Administrativas (OA), 2. Financieras (OF), 3. Contables (OC) y 4. Comerciales (OM); la realización óptima de cada dimensión permitió alcanzar el objetivo de la empresa.

Para, Sallca & Gamarra, (2022) la Gestión Administrativa se ocupa de todos los

procesos que agilizan el flujo de actividades y de información para una mayor toma de decisiones para el control, desarrollo y gestión estratégica de una organización. Lo mismo, indica Sierra et al. (2022) que la administración es uno de los departamentos o divisiones de cualquier empresa; su finalidad es gestionar los recursos mediante el uso de información empresarial de gestión, transferirla a los tomadores de decisiones y proporcionarles el conocimiento suficiente para mejorar el estado del negocio. Así mismo el Institute of Executive Management (IAM), la Gestión Administrativa se está convirtiendo en la función más importante de cualquier organización porque le permite lograr los objetivos organizacionales organizan eficazmente todos sus recursos. (Aziz et al., 2023). Existen cuatro dimensiones para la variable La Gestión Administrativa: (i) **Planificación:** Aguello et al., (2020), indica que la dimensión planificación, se caracteriza por la determinación precisa de los hitos a alcanzar por la organización y la determinación de que la planificación se realice de acuerdo con las metas a lograr. (ii) **Organización:** Aguello et al., (2020), indica que la organización es la siguiente dimensión mediante la designación y clasificación de los recursos físicos – financieros en un ambiente de trabajo adecuado. (iii) **Dirección:** Chiavenato, (2019), indica que las relaciones interpersonales entre líderes y clientes. Para que los componentes de planificación y organización funcionen, necesitan un liderazgo humano adecuado a través de habilidades de comunicación, motivación y liderazgo. Aguello et al., (2020), indica que la dimensión obtiene respuestas positivas a través de la comunicación, el seguimiento y la estimulación. (iv) **Control:** Permite comprobar la ejecución cuando el plan sea más completo, claro y coherente, y si el plazo de cumplimiento es mayor, el proceso de control será más complejo. El propósito es asegurar que los resultados obtenidos de las estrategias planteadas, políticas y lineamientos, planes de acción y planes tácticos cumplan en la mayor medida posible con objetivos predeterminados (Chiavenato, 2019).

La variable satisfacción del cliente tuvo como referencia la teoría económica, el cual es una de las primeras que indica sobre el comportamiento del consumidor, que afirma que los individuos actúan racionalmente para maximizar los beneficios (satisfacción) al comprar bienes y servicios. Generalmente se considera consumidor a una persona que identifica un deseo o necesidad, compra un producto y dispone de él

en tres fases del proceso de consumo: importación, procesamiento y exportación (Cheah et al.,2015).

Entre las definiciones para la variable Satisfacción del cliente, Brunetta, (2019) indica que el nivel de esfuerzo que posee una persona al ver los resultados obtenidos al adquirir un producto o servicio. Es decir, será la percepción que tiene el consumidor sobre lo que está comprando. De acuerdo a Gil, (2020) los resultados del proceso de evaluación donde consumidores al comparar sus expectativas con su percepción del servicio que recibieron, por lo que se interpreta en torno a la definición del cliente y por tanto necesita ser evaluado. Así mismo, Silva et al. (2021) define la SC como la retención a largo plazo, la repetición de compras y el compromiso de un cliente; además indica que es un énfasis en la satisfacción del cliente y la conexión emocional con la organización; se definen por la forma en que una organización se relaciona con sus consumidores y la sinceridad con la que les atiende. Existen tres dimensiones que se ha tomado en cuenta para la Satisfacción del cliente: (i)**Expectativas del Cliente:** Alban, (2022) indica que las expectativas del cliente “Son todos los deseos y objetivos que tiene el cliente y están orientadas en un futuro, logrando un cambio a las personas que desean obtener algo”. (ii)**Percepción del Cliente:** Alban, (2022) indica que la percepción del Cliente esto se infiere de si los bienes o servicios suministrados son beneficiosos y, en resumen, parecen no calificados, calificados y/o altamente calificados. Se utiliza como "índice de satisfacción" de la experiencia del usuario. Si el producto que buscas es el suyo y quedas satisfecho". (iii)**Capacidad de Respuesta:** Chiavento, (2019) indica que esta dimensión realiza las actividades de una manera objetiva (método de trabajo) optimizando los recursos (personas, máquinas, materias primas, etc.) que se emplee de manera más adecuada.

Se presentó como HG: Existe relación significativa entre la GA y Satisfacción del Cliente en el restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023; del mismo modo se planteó las siguientes Hipótesis específicas Ha: Existe relación significativa entre la Planificación y SC Ha: Existe relación significativa entre organización y SC Ha: Existe relación significativa entre la dirección y la SC Ha: Existe relación significativa entre el control y SC.

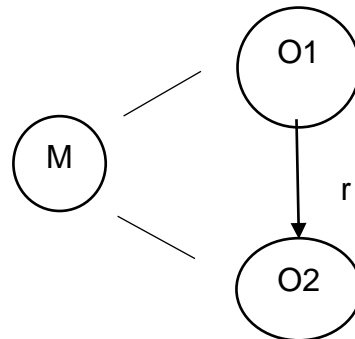
II. METODOLOGÍA

El Tipo de investigación realizada en el proyecto es Aplicada según Muñoz-Cuchca & Solis-Trujillo (2021) afirmaron que se utiliza para análisis y principalmente para investigaciones científicas que contribuyan a resolver obstáculos prácticos. Además, el enfoque de la investigación es cuantitativo, considerando recopilar y analizar la información a fin de responder las preguntas del cuestionario y así verificar las hipótesis creadas en mediciones estadísticas y numéricas, la misma se organiza y se desarrolla linealmente, los datos obtenidos son estándares razonables y confiables (Hurtado-Talavera, 2020).

El estudio utilizó un diseño no experimental de tipo transversal. Ninguna de las variables es manipulada de modo que sólo se consideran para el análisis los eventos observados en un lugar y momento determinados (Mendez-Alvarez, 2020).

Asimismo se realizó un análisis y alcance descriptivo porque se recolectan datos y se da la interpretación de estos ya que se orienta a conocer las propiedades y características de la problemática analizada, Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) implica comprender tendencias (una parte de la estadística) contando los hechos presentados mediante el análisis de un conjunto y/o muestra de datos, valores o puntos obtenidos de dos variables que son resultado de un muestreo o análisis de casos mediante instrumentos. Debido a su amplitud, se establece una relación correlacional para identificar cómo se relacionan las variables de investigación. En este análisis, las variables independientes están presentes y no son susceptibles de ser manipuladas, permitiendo que evolucionen libremente dentro de su entorno (Zamora, 2019).

Diseño de Investigación



Como:

M: Muestra

Obs1: Obs. de la GA

Obs2: Obs. de la SC

R: Relación de las variables

Se determinó como Variable 1, G. A se conceptualiza como objetivo funcional y metódico, como las acciones realizadas por los procedimientos administrativos para lograr los objetivos mencionado por Sánchez (2022). Se emplearon encuestas como método y herramienta para evaluar las variables, utilizando un cuestionario de 19 preguntas en la escala Likert. Se aplicaron formulas estadísticas para analizar los resultados. Los datos obtenidos fueron procesados para evaluar la fiabilidad, comparándola con teorías y estudios previos. Además, se identificaron y definieron las dimensiones del estudio: Planificación, Organización, Dirección y Control.

La Variable 2 Satisfacción del cliente, se considera a la suma de sentimientos de placer o decepción que experimentan los consumidores al comparar las características de un servicio o producto obtenido (Rojas & Sanchez, 2019). presentó la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario de 16 ítems, para las dimensiones expectativas del Cliente, Percepción del Cliente y Capacidad de Respuesta.

Según Walliman, (2018) acerca de la población se refiere al conjunto de elementos que comparten hallazgos comunes y forman parte de un todo que, como se mencionó anteriormente, puede ser observado por el investigador. El restaurante conta de 257 clientes y para fines de la investigación se trabajó con una muestra de 160 clientes fueron calculados mediante la fórmula de una población finita, solamente con personas que visitan y consumen dentro del restaurante-Pollería el Paimeñito en el distrito de Paimas en zona rural, 2023. Se obtuvo un muestreo probabilístico y se determinó como unidad de análisis a los Clientes del restaurante-pollería el Paimeñito en el distrito de Paimas– Ayabaca – Piura – Perú – 2023.

Se consideró a la encuesta como técnica, aplicada a los clientes del restaurante, se desarrolló un cuestionario con un total de 35 ítems, para la variable (G.A) 19 ítems y para la variable (S.C) 16 ítems, ambos en escala Likert ordinaria. Los tres (03) profesionales expertos en la administración fueron los que estuvieron a cargo de la validez de los instrumentos, quienes a su criterio evaluaron cada uno de la descripción de los enunciados del cuestionario.

Según, López et al. (2019) el índice confiabilidad de un instrumento de medición está determinada por la tecnología y es el nivel de desempeño consistente del instrumento. Respecto a Mejía (2018), mencionó que la tabla facilita la creación de conjuntos de trabajo para diseño, cálculo, investigación y es un conjunto de estadísticas que permite el estudio de datos en las ciencias sociales. La fiabilidad se logró de una prueba piloto con 20 comensales mediante el A. Cronbach cuyo rango fue para la variable G.A presento un índice de confiabilidad excelente de 98.1% y para la variable S.C presento un índice de confiabilidad excelente de 94.3%.

El estudio procedió inicialmente con el permiso correspondiente del restaurante, luego de estar autorizados se realizó un análisis investigativo de la situación del problema investigado. Los cuestionarios fueron desarrollados con base en nuestra teoría de variables, dimensiones e indicadores; así como los expertos necesarios validan el instrumento, luego se obtuvo una muestra aplicando una fórmula obteniendo 160 clientes; analizando ambas variables permitiendo la recopilación de datos, se

realizó la discusión con el contexto, y redacción de conclusiones y recomendaciones.

Para el estudio de datos se alcanzó tras la agrupación, filtro de las variables y ordenamiento de datos de acuerdo a los indicadores, se utilizó el programa SPSSV28, donde se procesó la información obteniendo para el análisis descriptivo e inferencial asimismo para realizar e interpretar el procesamiento de datos, se aplicó a los clientes la prueba de normalidad de kolmogorov ya que la nuestra mayor a 50; según los resultados en donde se obtenga una distribución normal o no, lo cual se determinará el coeficiente de correlación siendo R_s o R_p . Ortega (2022) manifiesta un proceso estadístico diseñado para realizar cálculos y probar hipótesis derivadas de un cuestionario de investigación o pregunta formulada.

La originalidad de esta investigación se realizó respetando y poniendo en práctica los principios éticos comprometiéndose a no revelar información confidencial durante el desarrollo y todo el proceso del proyecto de investigación. La cita adecuada respeta la privacidad y confidencialidad comercial y los derechos de autor. Las recomendaciones se basan en los valores y principios aplicados a la recopilación y registro de información, además de la lógica del proyecto, centrándose en los estándares marcados por la UCV. También se basa en la no maleficencia y el respeto a los materiales que la empresa proporciona para la creación del proyecto, respetando las opiniones de todos. Para garantizar la autenticidad y la transparencia de la información, se indican todas las fuentes.

III. RESULTADOS

Tabla 1

Niveles de la variable gestión administrativa (GA) y sus dimensiones

Niveles	GE		D1		D2		D3		D4	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	55	34.4%	140	87.5%	148	92.5%	50	31.3%	141	88%
Medio	90	56.3%	19	11.9%	12	7.5%	93	58.1%	17	11%
Alto	15	9.4%	1	.6%	0	0.0%	17	10.6%	2	1%
TOTAL	160	100%	160	100%	160	100.0%	160	100%	160	100%

Nota. Los resultados evidencian que existe un nivel medio con 56,3% para la gestión administrativa, así mismo, nivel bajo para la dimensión planificación 87,5%; la organización en nivel bajo con 92.5%; la dirección en un nivel medio con 58,1% y el control con 88% en un nivel bajo

Tabla 2

Niveles de la variable SC y sus dimensiones

Niveles	SC		D1		D2		D3	
	f	%	f	%	F	%	F	%
Bajo	12	7.5%	160	100.0%	140	87.5%	154	96.3%
Medio	105	65.6%	0	0.0%	20	12.5%	5	3.1%
Alto	43	26.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	.6%
Total	160	100%	160	100%	160	100%	160	100%

Nota. Los resultados evidencian que existe un nivel medio con 65,6% en la satisfacción del cliente, por otro lado, un nivel bajo para la dimensión expectativa del cliente con 100% así mismo, en mismo nivel percepción del cliente con 87,5% y capacidad de respuesta con 96,3%.

OG: Determinar la relación de la GA en la SC en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023.

Tabla 3

Tablas cruzadas de la variable G.A y S.C

			S.C			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
G.A	MEDIO	n	7	66	11	84
		%	8.3%	78.6%	13.1%	100.0%
	ALTO	n	5	39	32	76
		%	6.6%	51.3%	42.1%	100.0%
Total	n	12	105	43	160	
	%	7.5%	65.6%	26.9%	100.0%	

Nota. La variable GA se encuentra en un nivel medio al igual que la variable SC con un 78,6% lo cual, indica una relación directa, ya que, a un nivel medio de gestión administrativa, medio será el nivel de SC.

OE1: Establecer la relación de la planificación y SC

Tabla 4

Tablas cruzadas de la D1 y S.C

			S.C			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
D1	BAJO	n	105	12	42	159
		%	66.5%	7.5%	26.4%	100.0%
	ALTO	n	0	0	1	1
		%	0.0%	0.0%	0.6%	100.0%
Total	n	12	105	43	160	
	%	7.5%	65.6%	26.9%	100.0%	

Nota. La dimensión planificación se encuentra en un nivel bajo y la variable SC en un nivel bajo con 66,5% lo cual, indica una relación directa, ya que, a un nivel bajo de planificación, bajo será el nivel de SC

OE 2: Identificar relación de la organización y la SC

Tabla 5

Tablas cruzadas de la D2 y S.C

			SC			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
D2	BAJO	n	90	27	43	160
		%	56.3%	16.9%	26.9%	100.0%
Total		n	90	27	43	160
		%	56.3%	16.9%	26.9%	100.0%

Nota. La dimensión 2 se encuentra en un nivel bajo al igual que la variable satisfacción del cliente con un 56.3% lo cual, indica una relación directa, ya que, a un nivel bajo de organización, bajo será el nivel de SC

OE 3: Determinar la relación de la dirección y SC

Tabla 6

Tablas cruzadas de la D3 y S.C

			SC			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
D3	BAJO	n	95	12	36	143
		%	66.4%	8.4%	25.2%	100.0%
	MEDIO	n	0	10	7	17
		%	0.0%	58.8%	41.2%	100.0%
Total		n	12	105	43	160
		%	7.5%	65.6%	26.9%	100.0%

Nota. La dimensión dirección se encuentra en un nivel bajo al igual que la variable SC con un 66,4% lo cual, indica una relación directa, ya que, a un nivel bajo de dirección, bajo será el nivel de SC.

OE 4: Determinar la relación del control y SC

Tabla 7

Tablas cruzadas de la D4 y S.C

			S.C			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
D4	BAJO	n	87	30	41	158
		%	54.4%	18.8%	25.9%	100.0%
	MEDIO	n	0	0	2	2
		%	0.0%	0.0%	1.0%	100.0%
Total	n	12	105	43	160	
	%	7.5%	65.6%	26.9%	100.0%	

Nota. La dimensión 4 se encuentra en un nivel bajo al igual que la variable SC cliente con un 54,4% lo cual, indica una relación directa, ya que, a un nivel bajo de control, bajo será el nivel de SC.

PRUEBA DE NORMALIDAD

Se empleo la prueba Kolmogórov-Smirnov tomando en cuenta que la muestra es mayor a 50, siendo esta igual a 160 clientes. Por consiguiente, se detalló un nivel Sig. 0.000 para ambas variables, afirmando que presentan una distribución normal; por tanto, se aplica un estadístico no paramétrico como es la prueba de Rho Spearman.

RESULTADOS INFERENCIALES

PRUEBA DE H. GENERAL

Ho: No existe relación significativa entre la GA y SC

Ha: Existe relación significativa entre la GA y SC

Tabla 8*Correlación entre la variable G.A y SC*

			GA	SC
Rho de Spearman	GA	Coeficiente de correlación	1.000	,423**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	160	160
	SC	Coeficiente de correlación	,423**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	160	160

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

Nota. Se evidencia un coeficiente de RS de 0,423, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la H_a y rechazando la H_o , esto indica que existe relación entre ambas variables estudiadas.

PRUEBA DE HE 1

H_o : No existe relación significativa entre la Planificación y la SC

H_a : Existe relación significativa entre la Planificación y la SC

Tabla 9*Correlación entre la D1 y la SC*

			Planificación	S.C
Rho de Spearman	Planificación	Coeficiente de correlación	1.000	,465**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	160	160
	SC	Coeficiente de correlación	,465**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	160	160

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

Nota. Se evidencia un coeficiente de RS de 0,465, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la H_a y rechazando la H_o , esto indica que existe relación significativa entre la planificación y la variable SC.

PRUEBA DE HE 2

Ho: No Existe relación significativa entre organización y la SC

Ha: Existe relación significativa entre organización y la SC

Tabla 10

Correlación entre la D2 y la SC

			Organización	S.C
Rho de Spearman	Organización	Coefficiente de correlación	1.000	,512**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	160	160
	SC	Coefficiente de correlación	,512**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	160	160

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

Nota. Se evidencia un coeficiente de RS de 0,512, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la Ha y rechazando la Ho, esto indica que existe relación significativa entre la organización y la variable SC

PRUEBA DE HE 3

Ho: No Existe relación significativa entre la dirección y la SC

Ha: Existe relación significativa entre la dirección y la SC

Tabla 11*Correlación entre la D3 y la SC*

			Dirección	S.C
Rho de Spearman	Dirección	Coeficiente de correlación	1.000	,460**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	160	160
	SC	Coeficiente de correlación	,460**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	160	160

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

Nota. Se evidencia un coeficiente de RS de 0,460, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la Ha y rechazando la Ho, esto indica que existe relación significativa entre la dirección y la variable SC.

PRUEBA DE HE 4

Ho: No Existe relación significativa entre el control y la SC

Ha: Existe relación significativa entre el control y la SC

Tabla 12*Correlación entre la D4 y la SC*

			Control	S.C
Rho de Spearman	Control	Coeficiente de correlación	1.000	,525**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	160	160
	SC	Coeficiente de correlación	,525**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	160	160

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

Nota. Se evidencia un coeficiente de RS de 0,525, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la Ha y rechazando la Ho, esto indica que existe relación significativa entre el control y la variable SC.

IV. DISCUSIÓN

Con respecto al **O.G.** Los hallazgos demostraron que existe una asociación directa entre la (GA) y la (SC) las cuales alcanzaron un 78.6% significando que, a un nivel medio de gestión administrativa, medio será el nivel de SC. Respecto a la H. general, se evidencia un coeficiente de RS de 0,423, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la H_a , esto indica que existe correlación positiva y significativa entre ambas variables estudiadas.

En coherencia, con Velásquez (2022), en su estudio se señaló una fuerte correlación positiva entre los procesos administrativos y la satisfacción del cliente, con un RS de 0,818 y un valor p de 0.000, lo que demuestra una relación significativa entre ambas variables. De manera similar, Quijandria (2021) en su estudio sobre la GA y SC concluyó que existe una correlación positiva moderada entre estas variables, con un coeficiente de Spearman de 0,667 y un nivel de significancia de 0.000.

En tal sentido, la teoría de Fayol publicada en 1996, afirmó que la GA influye en satisfacción del cliente teniendo como factores predominantes para que se logre este proceso: la planificación, organización dirección y control, Así mismo el Institute of Executive Management (IAM), la Gestión Administrativa se está convirtiendo en la función más importante de cualquier organización porque le permite lograr los objetivos organizacionales organizan eficazmente todos sus recursos. (Aziz et al., 2023). Por otro lado, la teoría de la SC, referenciada a la teoría de la economía afirmó que la satisfacción se refleja con el comportamiento del consumidor identificando deseo o necesidad de comprar un producto teniendo como fases principales la elección del producto o servicio (Douglas, 2021). A través de estas teorías, las empresas deben mejorar la toma de decisiones para fomentar y brindar un mejor servicio de calidad a los comensales, aprovechando en realizar un análisis sistema administrativo para corregir desigualdades o brechas que requieren de mejora.

Para el **OE1**, Los hallazgos demostraron que existe una asociación directa entre la planificación y la (SC) las cuales alcanzaron un 66.5% significando que, a un nivel bajo de planificación, bajo será el nivel de SC. Respecto a la H. específica 1, Se evidencia un coeficiente de RS de 0,465, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq$

0.05), aceptándose la H_a , esto indica que existe correlación positiva y significativa entre la planificación y la SC.

En coherencia, Paredes (2022) encontró un nexo positivo moderada entre la planificación estratégica y la satisfacción del cliente, afirmada por el R_s de 0,572 y un valor de significancia de 0.000. afirmando la relación entre la dimensión 1 y la SC, por el contrario, Bósquez (2023) determino en su investigación una relación positiva débil entre la planificación y la SC, según el R_s de 0,338 y un p valor de 0.000, sin embargo, al ser una positiva débil se afirma la relación entre ambos estudios.

En tal sentido, la dimensión planificación, afirmó que se caracteriza por la determinación y la precisión de los hitos que realiza una empresa para lograr los estándares de calidad, objetivos o metas, con la finalidad de que el producto final sea satisfacer las necesidades de los consumidores. (Aguello et al.,2020). A través de este concepto teórico, las empresas deben preocuparse por planificar mejor sus metas, ya que este punto la planificación, es el inicio de todo el proceso al cual quiere llegar o alcanzar la empresa.

Para el **OE2**, Los hallazgos demostraron que coexiste una asociación directa entre la organización y la (SC) las cuales alcanzaron un 56.3% significando que, a un nivel bajo de organización, bajo será el nivel de SC. Respecto a la H. específica 2, Se evidencia un coeficiente de R_s de 0,512, siendo positiva moderada, $p=0.000 \leq 0.05$, aceptándose la H_a , esto indica que existe relación positiva y significativa entre la organización y la SC.

En coherencia, Quispe & Urteaga (2022) demostró una correlación positiva modera entre la GA y la SC, así mismo, dentro de la investigación analizo la dimensión organización con la SC, donde manifestó una correlación positiva moderada, afirmada por el coeficiente de R_s de 0,510 y un p de 0.000, demostrando que existe relación entre la organización y la SC, así mismo, Estupiñan (2018) afirmó en su investigación una conexión positiva alta entre la SA y SC, analizando los 4 elementos de la administración: demostrando un Rho de spearman de 0,754y un p de 0.000 demostrando correlación y significancia entre ambas variables.

En tal sentido, la dimensión organización, Aguillo et al., (2020) afirmó que la organización se emplea constante mente la designación de roles y la clasificación de

recursos tanto físicos como financieros para lograr un ambiente de trabajo adecuado, teniendo en cuenta el concepto teórico se estima que para lograr una alta satisfacción es necesario que la organización este bien distribuida dentro de una organización la cual la parte de todos haga un trabajo final que logre satisfacer al consumidor, ya que se demostrado que actúan de forma directa.

Para el **OE3**, Los hallazgos demostraron que existe una asociación directa entre la dirección y la (SC) las cuales alcanzaron un 66.4% significando que, a un nivel bajo de dirección, bajo será el nivel de SC. Respecto a la H. especifica 3, Se evidencia un RS de 0,460, siendo positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$), aceptándose la Ha, esto indica que existe asociación positiva y significativa entre la dirección y la SC.

En coherencia, Torres (2023) hay una correlación moderada y positiva entre la calidad de la dirección y la SC. Este hallazgo se respalda con un coeficiente de correlación de 0,673 y un valor p de 0,000, lo que indica una relación bastante fuerte. En resumen, esto significa que cuando la dirección es eficaz, el nivel de SC tiende a aumentar y viceversa. Por otro lado, Bravo (2020), señaló en su investigación una correlación positiva entre los procesos de la administración, destacando el proceso de dirección el cual es uno de los factores importante ya que va de la mano con la motivación y el liderazgo el cual hacen que el cliente logre sentirse satisfecho, para el cual afirmó un coeficiente de RS de 0,632 y un nivel de significancia p (0.000) indicando una correlación positiva media o moderada.

En tal sentido, la dimensión dirección, Chiavenato, (2019), afirmó que para que se logre desarrollar de manera eficiente este parte del proceso administrativo es indispensable las relaciones interpersonales entre lideres y clientes, por ello es necesario estableces una relación positiva directa entre ambos factores y así mismo, efectuando con eficiencia los procesos de planificación y dirección, es por ello que para que se logre mejorar la dirección y la SC, según los resultado de esta investigación es necesario el uso de liderazgo humano adecuado y que logren desarrollar habilidades de comunicación, motivación para así lograr obtener la satisfacción del consumidor o cliente, por otro lado, en su concepto teórico Aguello et al., (2020), indica que la dimensión obtiene respuestas positivas a través de la comunicación, el seguimiento y la estimulación.

Para el **OE4**, Los hallazgos demostraron que existe una asociación directa entre el control y la satisfacción del cliente (SC) las cuales alcanzaron un 54.4% significando que, a un nivel bajo de dirección, bajo será el nivel de SC. Respecto a la H. específica 4, Se evidencia un coeficiente de Rs de 0,525, siendo positiva moderada, $p=0.000$, aceptándose la H_a , esto indica que existe relación positiva y significativa entre el control y la SC.

En coherencia, Rubio (2019) demostró una relación positiva moderada entre el control interno y la GA, demostrada por un coeficiente de RS de 0,669 y un $p=0.000$ indicando tener una relación significativa y positiva moderada, Por lo cual se puede afirmar que el control interno es un indicador importante en la gestión administrativa, ya que si el control es eficiente la gestión administrativa lo será, Así mismo, Mitac (2023) afirmó una existencia positiva alta entre la gestión administrativa y el rendimiento laboral, también, dentro de la investigación analizó la dimensión control para la cual obtuvo una correlación de spearman de 0.858 con $p=0.001$, demostrando que existe relación alta y significativa entre ambas variables de estudio.

En tal sentido, la dimensión control, Chiavenato (2019) afirmó que la dirección permite comprobar la ejecución de un plan de una manera más directa, clara y coherente y si el plazo de cumplimiento es mayor, el proceso de control será más complejo. El propósito es asegurar que los resultados obtenidos de las estrategias planteadas, políticas y lineamientos, planes de acción y planes tácticos cumplan en la mayor medida posible con objetivos predeterminados, así mismo, como se afirma en esta investigación si se logra obtener un mejor control de la GA y sobre este proceso mejores serán los resultados de satisfacción que necesita la empresa en estudio.

V. CONCLUSIONES

Se determinó que la (GA) se relacionan con la satisfacción de cliente (SC) de manera directa al 78.6% en el nivel medio; además, se probó una relación positiva moderada con $R_s=0,423$ y significativa con un p valor =0,000 que es $< 0,05$; por tanto, se rechazó la H_0 concluyendo que existe relación entre las variables del estudio.

Se estableció que la planificación se relaciona de manera directa con la SC al 66.5% en el nivel bajo y se probó una relación positiva moderada con $R_s=0,462$ y significativa con un p valor =0,000 que es $< 0,05$; por tanto, se rechazó la H_0 concluyendo que existe relación entre la D1 y la SC.

Se identificó que la organización se relaciona de manera directa con la SC al 56.3.% en el nivel bajo y se probó una relación positiva moderada con $R_s=0,512$ y significativa con un p valor =0,000 que es $< 0,05$; por tanto, concluyendo que existe relación entre la D2 y la SC.

Se determinó que la dirección se relaciona de manera directa con la SC al 66.4% en el nivel bajo y se probó una relación positiva moderada con $R_s=0,460$ y significativa con un p valor =0,000 que es $< 0,05$; por tanto, concluyendo que existe relación entre la D3 y la SC.

Se determinó que el Control se relaciona de manera directa con la SC al 54.4% en el nivel bajo y se probó una relación positiva moderada con $R_s=0,525$ y significativa con un p valor =0,000 que es $< 0,05$; por tanto, se concluyendo que existe relación entre la D4 y la SC.

VI. RECOMENDACIONES

Mejorar la gestión administrativa, así mismo, como lograr implementar acciones o estrategias que ayuden a mejorar la visión del negocio integrando los procesos administrativos, ya que eso se verá reflejado en la acogida de los clientes y clientes potenciales lo cual hará que se lleven una buena satisfacción de la atención y calidad que brinda la empresa.

Promover la misión y valores de la empresa, ya que serán una guía para cumplir con los objetivos que tiene planteados para la empresa, logrando que se involucren los clientes y comenzar a generar una cultura organizacional que dará rumbo de crecimiento a la empresa.

Crear estrategias para organizar un mejor trabajo en equipo, lo cual sería beneficioso para la empresa ya que existirá un control interno de las actividades que realiza cada colaborador para que de esa forma se logren cumplir todas las actividades y se brinde un buen servicio que demuestre calidad y en los clientes satisfacción.

Trabajar en sus habilidades de liderazgo ya que será una pieza fundamental en la dirección de la empresa, para ello es necesario que empodere, motive y comunique sus ideas a todo su personal logrando que ellos realicen un mejor trabajo y se brinde un mejor servicio.

Realizar un mejor control de los procesos que se realizan para lograr brindar el mejor servicio para lo cual es importante que posea un programa logístico que ayude y controle todas las actividades para una mejor y adecuada gestión administrativa.

REFERENCIAS

- Aguello, A. M., Llumiguano, M. E., Gavillanez, C. V., & Torres, L. H. (2020). *Administración de Empresa*. Pons Publishing House Pons Absl
<https://fs.unm.edu/Administracion-de-Empresas.pdf>
- Alban, H. I. (2022). *Gestión administrativa y satisfacción de los usuarios de una Municipalidad Distrital de Piura, 2021*. [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la universidad César Vallejo. DOI
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/111794>
- Aziz, G., Sarwar, S., Nawaz, K., Waheed, R., & Khan, M. S. (2023). Influence of tech-industry, natural resources, renewable energy and urbanization towards environment footprints: A fresh evidence of Saudi Arabia. In *Resources Policy* (Vol. 83). <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.103553>
- Barreno Salinas, M. M. (2019). La Universidad Estatal de Milagro vista desde el enfoque de la teoría clásica de la administración. *Conrado*, 15(66), 59-64.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000100059&script=sci_arttext&lng=en
- Bravo, B. (2020). *La Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción al cliente de los restaurantes de la parroquia San Lorenzo–Manta*. [Tesis para titulación, Universidad Estatal del Sur de Manabí UNESUM]. Repositorio institucional de la UNESUM. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2807>
- Bosquez Cabezas, J. J. (2023). *Planificación y satisfacción del cliente: Sistema de Gestión de Calidad en Unidades de Producción*. [Tesis de pregrado, Universidad de Ambato]. Repositorio de la universidad técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/39400>
- Brunetta, H. (2019). *From marketing to CRM*.
https://www.academia.edu/36905309/Libro_Hugo_Brunetta
- Camara-Comercio. (2018). Crecimiento del 2018 sería de 3,9%. *Revista de La CCL*.
https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion808/edicion_808.pd
- Chiavento, I. (2019). Teoría neoclásica de la administración. Definición del papel de administrador. In *Introducción a la teoría general de la administración*.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato

- Idalverto. Introducción a la teoría general de la Administración.pdf
- Cheah, I., Phau, I. and Liang, J. (2015), "Factors influencing consumers' attitudes and purchase intentions of e-deals", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 33 No. 5, pp. 763-783. <https://doi.org/10.1108/MIP-05-2014-0081>
- ENDERED. (2023). *Procesos de gestión administrativa: qué son y para qué sirven*. <https://www.edenred.mx/blog/procesos-de-gestion-administrativa-que-son-y-para-que-sirven>
- Estupiñan Igua, E. M. (2018). *La Gestión Administrativa en los restaurantes de la Ciudad de Tulcán y la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018* [Tesis de posgrado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. Repositorio de la universidad de Carchi. <http://181.198.77.137:8080/jspui/handle/123456789/751>
- Fayol, H. (1916). Teoría clásica de la Administración. *Francia*. <https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC129738>.
- Fernández, R. L., Martínez, R. A., Urquiza, D. E. P., Gálvez, S. S., & Álvarez, M. Q. (2019). Validation of instruments as a guarantee of credibility in scientific research. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 48(S1), 441-450. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenl.cgi?IDARTICULO=97385>
- Flores-Panduro, K. (2024). *Gastronomía peruana y su trascendental contribución al turismo*. <https://www.ucv.edu.pe/noticias/gastronomia-peruana-y-su-trascendental-contribucion-al-turismo>
- Flores, A. (2023). *Gestión de la satisfacción del cliente: La clave del liderazgo sostenido de la marca*. <https://blog.wiser.com/es/customer-satisfaction-management-the-key-to-sustained-brand-leadership/>
- Gil, J. V. (2020). *COMT004PO Customer Service Fundamentals*. https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza-Torres, C. P. (2019). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hurtado, F. (2020). Methodological Foundations of Research: The Genesis of New Knowledge. *Revista Científica*, 5(16), 99-119.
- Mendez-Alvarez, C. E. (2020).

Metodología de la investigación: Diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.5.99-119>

Mitac Alama, R. D. L. M. (2023). *Gestión administrativa y rendimiento laboral de los trabajadores de la empresa Yecar MA Sullana 2023*. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/138157>

Muñoz Cuchca, E., & Solís Trujillo, B. P. (2021). Qualitative and Quantitative Approach to Formative Evaluation. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 6(3), 1-16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5512591>.

Ortega, C. (2022). *Análisis estadístico: Qué es, usos y cómo realizarlo*. <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-estadistico/>

Paredes Aquino, J. Y. (2022). *Planificación estratégica y satisfacción del cliente de la empresa SI ACEPTO EIRL Chincha, Ica–2022*. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/104647>

Quijandria Martínez, A. L. (2021). *Gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec SAC, Los Olivos, 2021*. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/79151>

Quispe Farfan, G., & Urteaga Paz, M. I. (2022). *Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Dimarclass SAC, Lima–2022*. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/107892>

Rojas, N. P., & Sánchez, S. V. (2019). *Niveles de satisfacción del cliente de la empresa Mapfre - Cajamarca 2018 bajo los modelos Servqual y de Kotler y Keller* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/21299>

Rubio Cabezas, W. M. (2019). *Control Interno en la Gestión Administrativa de la Vicepresidencia de la República del Ecuador 2017* [Tesis de posgrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio institucional de la universidad central de Ecuador

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/23989>

- Gamarra Huertas, R., Sallca Alvarado, M. y Miranda Chávez, H. (2023). Ética profesional y gestión administrativa municipal según la percepción de estudiantes universitarios. *Searching de Ciencias Humanas y Sociales*, 4(1), 81-92. <https://doi.org/10.46363/searching.v4i1.6>
- Sanchez, D. (2022). *Gestión administrativa y calidad de atención a los usuarios de la municipalidad distrital San Juan de Cutervo*. [Tesis de pregrado, Universidad de san Martín de porras]. Repositorio academico USMP <https://hdl.handle.net/20.500.12727/10351>
- Soledispa, X., Pionce, J., & Sierra, M. (2022). Administrative management, is a key factor for the productivity and competitiveness of micro-enterprises. *Revista Dominio de las ciencias*, 8(1), 280-294. <https://dominodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2571/html>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). The relationship between service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: A case study of a trading company in Mexico. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Torres Montalvo, J. (2023). *La dirección y la satisfacción del cliente en la Asociación de Servicios de Agua Potable ASEDAP-PANGOYA-2022*. [Tesis de posgrado, Universidad Peruana Los Andes]. Repositorio de la universidad peruanas de los andes. <https://hdl.handle.net/20.500.12848/7036>
- Villacis, R. (2018). *Quality Of Service And Customer Satisfaction: Key Binomial In Travel Agencies In Ecuador*. 142–155. DOI:10.15308/Sitcon-2016-203-208

ANEXOS

ANEXO 1 : TABLA DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tabla 13 *Tabla de operacionalización de variable o tabla de categorización*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión administrativa	Es un objetivo funcional y metódico definido como las acciones realizadas por los procedimientos administrativos para lograr los objetivos (Sánchez, 2022)	La encuesta se utilizará como técnica y como herramienta para medir las variables se utilizará un cuestionario de 19 ítems, se utilizará una escala Likert. Utilizaremos estadística descriptiva e inferencial para analizar los resultados, cuyos datos serán procesados en Excel para obtener la confiabilidad, comparar con la teoría y trabajos anteriores. En base a la variable Gestión administrativa sus dimensiones son Planificación, Organización, Dirección, Control	Planificación	Misión	Escala Likert (ordinal) (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo Nivel -Rango Bajo [19-44] Medio [45-69] Alto [70-95]
				Visión	
				Objetivos	
			Organización	División de Trabajo	
				Responsabilidades	
				Clima Organizativo	
			Dirección	Motivación	
				Comunicación	
				Liderazgo	
			Control	Monitoreo de Procesos	
				Supervisión de Personal	
				Acción Correctiva	

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Satisfacción del cliente	sentimientos de placer o decepción que experimentan los consumidores al comparar las características de un servicio o producto obtenido. (Rojas & Sánchez, 2019).	Se utilizará una técnica de encuesta y como instrumento para medir las variables se utilizará un cuestionario de 16 ítems, se utilizará una escala Likert. Utilizaremos estadística descriptiva e inferencial para analizar los resultados, cuyos datos serán procesados en excel para obtener la confiabilidad, comparar con la teoría y trabajos anteriores, cuyas dimensiones a considerar son Expectativas del Cliente, Percepción del Cliente y Capacidad de Respuesta.	Expectativas del Cliente	Fiabilidad	Escala Likert (ordinal) (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo Nivel -Rango Bajo [16-37] Medio [38-58] Alto [59-80]
				Experiencia	
				Recomendación	
			Percepción del Cliente	Apreciación del Cliente	
				Seguridad	
				Tolerancia	
			Capacidad de Respuesta	Rapidez	
				Eficiencia	
				Reclamos	

Nota. Elaboración propia de los autores

Tabla 14 *Matriz de consistencia*

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis de la investigación	
¿Cómo se relaciona la gestión administrativa con la satisfacción del cliente en el restaurante-pollería El Paimañito en el distrito de Paimas, 2023?	Determinar la relación de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente del restaurante-pollería El Paimañito en el distrito de Paimas, 2023	Ha: Existe relación significativa entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en el restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023. Ho: No existe relación significativa entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en el restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023.	ENFOQUE Cuantitativo
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	TIPO Aplicada
¿Cómo se relaciona la Planificación con la satisfacción de los clientes en el restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023?	Establecer la relación de la Planificación y la Satisfacción del Cliente en el restaurante-pollería El Paimañito en el distrito de Paimas, 2023.	Ha: Existe relación significativa entre la planificación y la Satisfacción del cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023	ALCANCE Descriptivo Correlacional
¿Cuál es la relación entre Organización con la satisfacción de los clientes en el restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023?	Identificar la relación de la Organización y Satisfacción del Cliente en el restaurante-pollería El Paimañito en el distrito de Paimas, 2023.	Ha: Existe relación significativa entre la organización y la Satisfacción del cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023	
¿Cómo se relaciona la Dirección con la satisfacción de los clientes en el restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023?	Determinar la relación de la Dirección y la Satisfacción del Cliente en el restaurante-pollería El Paimañito en el distrito de Paimas, 2023.	Ha: Existe relación significativa entre la dirección y la Satisfacción del cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023	DISEÑO No Experimental transversal
			POBLACIÓN 257 MUESTRA: 160
			TÉCNICA Encuesta
			INSTRUMENTO Cuestionario
¿Cuál es la relación entre el Control con la satisfacción de los clientes en el restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas, 2023?	Determinar la relación del Control y la Satisfacción del Cliente en el restaurante-pollería El Paimañito en el distrito de Paimas, 2023.	Ha: Existe relación significativa entre el control y la Satisfacción del cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023	ESCALA Ordinal tipo Likert (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo

FUENTE: Elaboración propia

ANEXO 2: Instrumentos de recolección de datos

Instrumento de recolección de datos de la investigación
<p>Estimado(a) Participante: Esta es una investigación llevada a cabo por estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo; los datos recopilados serán anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por lo tanto de forma voluntaria; SI(X) NO() doy mi consentimiento para participar en la investigación que tiene como titulo: Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimenito en el Distrito de Paimas, 2023. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen manteniendo mi anonimato.</p> <p>Marque su respuesta de acuerdo a lo que crea conveniente, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificación</p>

TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
5	4	3	2	1

Items	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
	5	4	3	2	1
GESTIÓN ADMINISTRATIVA					
1. La empresa muestra una misión clara y sus colaboradores son conscientes de ello					
2. Creé usted que la empresa cuenta con una visión clara y concisa					
3. La empresa cuenta con una adecuada planificación para el logro de sus objetivos					
4. Considera que los objetivos del restaurante permitan dar un buen servicio					
5. La Empresa muestra una buena organización y división de trabajo dentro del restaurante					
6. Cada colaborador mantiene un procedimiento para realizar las labores diarias					

7. Considera que la organización mantiene un buen ambiente laboral					
8. Percibe que los colaboradores cuentan con experiencia y se desempeñan de forma eficiente					
9. La Organización Brinda reconocimientos acertados					
10. Los colaboradores están motivados al momento de brindar el servicio					
11. Percibe una buena comunicación entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante					
12. Percibe empatía entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante					
13. Considera usted que el jefe inmediato cumple la función de un buen líder ante sus colaboradores					
14. La organización brinda apoyo en conjunto para obtener alternativas de solución frente a limitaciones					
15. Considera usted que se aplica el correcto proceso del servicio					
16. El supervisor de grupo cumple su función					
17. Es necesaria la aplicación de un tipo de control dentro del restaurante					
18. La empresa se muestra dispuesto a dar solución a los inconvenientes que se le presentan a sus clientes					
19. Considera usted qué se ejecuta la acción correctiva a los problemas identificados al momento del servicio					
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE					
20. Considera que los productos y servicios brindados por la empresa cumplen con las expectativas del consumidor					
21. Considera que el servicio brindado cumple con los estándares dadas por la empresa					
22. La atención realizada por la empresa le genera una buena experiencia					

23. La experiencia generada por la empresa amerita ser recomendada					
24. Los colaboradores de la empresa se esfuerzan por brindar un servicio de calidad					
25. Considera que la calidad de los productos brindados por la empresa es satisfactoria					
26. Los productos que ofrece la empresa le generan confianza y seguridad al cliente					
27. Se Siente seguro con la atención brindada para satisfacer al cliente					
28. Considera usted que la empresa cumple oportunamente con la entrega de los pedidos					
29. Considera usted que la empresa cumple oportunamente con el desglose de su cuenta					
30. Considera usted que la empresa cumple oportunamente con diferentes formas de pago					
31. La empresa tiene la capacidad de ofrecer un servicio rápido a sus clientes					
32. El servicio que se brinda es personalizado, con la capacidad de respuesta a la necesidad del cliente					
33. Los colaboradores muestran eficiencia en sus labores					
34. Los colaboradores se esfuerzan de manera eficiente por satisfacer al cliente					
35. La empresa brinda soluciones rápidas y satisfactorias a los reclamos del cliente					

ANEXO 3: FICHAS DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Evaluación por juicio de expertos

Respetado evaluador: usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: "Cuestionario aplicado a los clientes del Restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente, aportando al quehacer profesional. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del evaluador

Nombres y apellidos:	JOSÉ MARTIN LAZO SÁNCHEZ
Número de documento de identidad:	DNI 02778943
Grado profesional:	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL
Área de experiencia profesional:	ORGANIZACIONAL
Institución laboral:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
Tiempo de experiencia profesional:	15 AÑOS
Experiencia en investigación:	ASESOR Y JURADO DE TESIS

2. Propósito de la evaluación

Validar el contenido según los criterios del punto 5.

3. Datos de la escala

Nombre de la prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Calderón Quevedo Luis Leonardo Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth
Procedencia:	Piura
Administración:	Asistida () Autoaplicable ()
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Paimas-Piura
Significación:	Está compuesta por dos variables La primera variable contiene 4 dimensiones, de 12 indicadores y 19 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables. La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 16 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables. Escala de Likert ordinal: (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo

4. Soporte teórico

Señalar el aporte teórico y autor que sostiene el dimensionamiento de la variable de estudio en el instrumento.

Instrumento	Dimensiones	Definición
La Gestión Administrativa	Planificación Organización Dirección Control	Gonzales (2020) Es un objetivo funcional y metódico definido como las acciones realizadas por los procedimientos administrativos para lograr los objetivos de planificación, organización, dirección y control.
Satisfacción del Cliente	Atención al cliente Expectativa del cliente Capacidad de respuesta	Keller (2018) Se considera a la suma de sentimientos de placer o decepción que experimentan los consumidores al comparar las características de un producto o servicio con las expectativas.

5. Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento el instrumento dirigido aplicado a los clientes del Restaurante-Pollería el Paimeñito en el Distrito de Paimas-Piura elaborado por Calderón Quevedo Luis Leonardo y Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los siguientes ítems, según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
Claridad El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
Coherencia El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene una relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la

		dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que se está midiendo.
Relevancia El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala del 1 al 4 su valoración; asimismo, brinde sus observaciones, en caso de considerar necesario.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable: La Gestión Administrativa

Dimensiones del instrumento

Primera dimensión: Planificación

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión Planificación del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Misión	La empresa muestra una misión clara y sus colaboradores son conscientes de ello.	4	4	4	
Visión	Creé usted que la empresa cuenta con una visión clara y concisa.	4	4	4	
Objetivos	La empresa cuenta con una adecuada planificación para el logro de sus objetivos.	4	4	4	

	Considera que los objetivos del restaurante permitan dar un buen servicio	4	4	4	
--	---	---	---	---	--

Segunda dimensión: organización

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión organización del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
División de trabajo	La Empresa muestra una buena organización y división de trabajo dentro del restaurante.	4	4	4	
Responsabilidades	Cada colaborador mantiene un procedimiento para realizar las labores diarias	4	4	4	
Clima organizativo	Considera que la organización mantiene un buen ambiente laboral.	4	4	4	
	Percibe que los colaboradores cuentan con experiencia y se desempeñan de forma eficiente	4	4	4	

Tercera dimensión: Dirección

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión dirección del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Motivación	La Organización Brinda reconocimientos acertados.	4	4	4	
	Los colaboradores están motivados al momento de brindarle el servicio	4	4	4	
Comunicación	Percibe una buena comunicación entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante.	4	4	4	
	Percibe empatía entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante.	4	4	4	
Liderazgo	Considera usted que el jefe inmediato cumple la función de un buen líder ante sus colaboradores	4	4	4	
	La organización brinda apoyo en conjunto para obtener alternativas de solución frente a limitaciones	4	4	4	

Cuarta dimensión: Control

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión control del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Monitoreo de Procesos	Considera usted que se aplica el correcto proceso del servicio.				
Supervisión de Personal	El supervisor de grupo cumple su función.	4	4	4	
	Es necesaria la aplicación de un tipo de control dentro del restaurante.				
Acción correctiva	La empresa se muestra dispuesto a dar solución a los inconvenientes que se le presentan a sus clientes	4	4	4	
	Considera usted qué se ejecuta la acción correctiva a los problemas identificados al momento del servicio	4	4	4	

Variable: Satisfacción del cliente

Dimensiones del instrumento

Primera dimensión: Expectativas del cliente

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión expectativas del cliente del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Fiabilidad	Considera que los productos y servicios brindados por la empresa cumplen con las expectativas del consumidor.	4	4	4	
	Considera que el servicio brindado cumple con los estándares dados por la empresa	4	4	4	
Experiencia	La atención realizada por la empresa le genera una buena experiencia	4	4	4	
Recomendación	La experiencia generada por la empresa amerita ser recomendada.	4	4	4	

Segunda dimensión: Percepción del cliente

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión atención del cliente del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Apreciación del cliente	Los colaboradores de la empresa se esfuerzan por brindar un servicio de calidad	4	4	4	
	Considera que la calidad de los productos brindados por la empresa es satisfactoria	4	4	4	
Seguridad	Los productos que ofrece la empresa le generan confianza y seguridad al cliente	4	4	4	
	Se Siente seguro con la atención brindada para satisfacer al cliente	4	4	4	
Tolerancia	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con la entrega de los pedidos.	4	4	4	
	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con el desglose de su cuenta.	4	4	4	
	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con diferentes formas de pago.	4	4	4	

Tercera dimensión: capacidad de respuesta

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión capacidad de respuesta del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Rapidez	La empresa tiene la capacidad de ofrecer un servicio rápido a sus clientes	4	4	4	
	El servicio que se brinda es personalizado, con la capacidad de respuesta a la necesidad del cliente	4	4	4	
Eficiencia	Los colaboradores muestran eficiencia en sus labores	4	4	4	
	Los colaboradores se esfuerzan de manera eficiente por satisfacer al cliente	4	4	4	
Reclamos	La empresa brinda soluciones rápidas y satisfactorias a los reclamos del cliente	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI 02778943

Evaluación por juicio de expertos

Respetado evaluador: usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: "Cuestionario aplicado a los clientes del Restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente, aportando al quehacer profesional. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del evaluador

Nombres y apellidos:	Cecilia Gómez Zúñiga
Número de documento de identidad:	03490490
Grado profesional:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Área de experiencia profesional:	GESTIÓN DE ORGANIZACIONES
Institución laboral:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en investigación:	

2. Propósito de la evaluación

Validar el contenido según los criterios del punto 5.

3. Datos de la escala

Nombre de la prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Calderón Quevedo Luis Leonardo Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth
Procedencia:	Piura
Administración:	Asistida () Autoaplicable ()
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Paimas-Piura
Significación:	Está compuesta por dos variables La primera variable contiene 4 dimensiones, de 12 indicadores y 19 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables. La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 16 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables. Escala de Likert ordinal: (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo

4. Soporte teórico

Señalar el aporte teórico y autor que sostiene el dimensionamiento de la variable de estudio en el instrumento.

Instrumento	Dimensiones	Definición
La Gestión Administrativa	Planificación Organización Dirección Control	Gonzales (2020) Es un objetivo funcional y metódico definido como las acciones realizadas por los procedimientos administrativos para lograr los objetivos de planificación, organización, dirección y control.
Satisfacción del Cliente	Atención al cliente Expectativa del cliente Capacidad de respuesta	Keller (2018) Se considera a la suma de sentimientos de placer o decepción que experimentan los consumidores al comparar las características de un producto o servicio con las expectativas.

5. Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento el instrumento dirigido aplicado a los clientes del Restaurante-Pollería el Paimeñito en el Distrito de Paimas-Piura elaborado por Calderón Quevedo Luis Leonardo y Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los siguientes ítems, según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
Claridad El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	5. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	6. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	7. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	8. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
Coherencia El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	6. No cumple con el criterio	El ítem no tiene una relación lógica con la dimensión.
	5. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la

		dimensión.
	6. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	7. Alto nivel	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que se está midiendo.
Relevancia El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	5. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	6. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	7. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	8. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala del 1 al 4 su valoración; asimismo, brinde sus observaciones, en caso de considerar necesario.

7. No cumple con el criterio
8. Bajo nivel
9. Moderado nivel
10. Alto nivel

Variable: La Gestión Administrativa

Dimensiones del instrumento

Primera dimensión: Planificación

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión Planificación del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Misión	La empresa muestra una misión clara y sus colaboradores son conscientes de ello.	4	4	4	
Visión	Creé usted que la empresa cuenta con una visión clara y concisa.	4	4	4	
Objetivos	La empresa cuenta con una adecuada planificación para el logro de sus objetivos.	4	4	4	

	Considera que los objetivos del restaurante permitan dar un buen servicio	4	4	4	
--	---	---	---	---	--

Segunda dimensión: organización

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión organización del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
División de trabajo	La Empresa muestra una buena organización y división de trabajo dentro del restaurante.	4	4	4	
Responsabilidades	Cada colaborador mantiene un procedimiento para realizar las labores diarias	4	4	4	
Clima organizativo	Considera que la organización mantiene un buen ambiente laboral.	4	4	4	
	Percibe que los colaboradores cuentan con experiencia y se desempeñan de forma eficiente	4	4	4	

Tercera dimensión: Dirección

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión dirección del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Motivación	La Organización Brinda reconocimientos acertados.	4	4	4	
	Los colaboradores están motivados al momento de brindarle el servicio	4	4	4	
Comunicación	Percibe una buena comunicación entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante.	4	4	4	
	Percibe empatía entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante.	4	4	4	
Liderazgo	Considera usted que el jefe inmediato cumple la función de un buen líder ante sus colaboradores	4	4	4	
	La organización brinda apoyo en conjunto para obtener alternativas de solución frente a limitaciones	4	4	4	

Cuarta dimensión: Control

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión control del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Monitoreo de Procesos	Considera usted que se aplica el correcto proceso del servicio.				
Supervisión de Personal	El supervisor de grupo cumple su función.	4	4	4	
	Es necesaria la aplicación de un tipo de control dentro del restaurante.				
Acción correctiva	La empresa se muestra dispuesto a dar solución a los inconvenientes que se le presentan a sus clientes	4	4	4	
	Considera usted qué se ejecuta la acción correctiva a los problemas identificados al momento del servicio	4	4	4	

Variable: Satisfacción del cliente

Dimensiones del instrumento

Primera dimensión: Expectativas del cliente

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión expectativas del cliente del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Fiabilidad	Considera que los productos y servicios brindados por la empresa cumplen con las expectativas del consumidor.	4	4	4	
	Considera que el servicio brindado cumple con los estándares dadas por la empresa	4	4	4	
Experiencia	La atención realizada por la empresa le genera una buena experiencia	4	4	4	
Recomendación	La experiencia generada por la empresa amerita ser recomendada.	4	4	4	

Segunda dimensión: Percepción del cliente


Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión atención del cliente del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Apreciación del cliente	Los colaboradores de la empresa se esfuerzan por brindar un servicio de calidad	4	4	4	
	Considera que la calidad de los productos brindados por la empresa es satisfactoria	4	4	4	
Seguridad	Los productos que ofrece la empresa le generan confianza y seguridad al cliente	4	4	4	
	Se Siente seguro con la atención brindada para satisfacer al cliente	4	4	4	
Tolerancia	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con la entrega de los pedidos.	4	4	4	
	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con el desglose de su cuenta.	4	4	4	
	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con diferentes formas de pago.	4	4	4	

Tercera dimensión: capacidad de respuesta

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión capacidad de respuesta del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Rapidez	La empresa tiene la capacidad de ofrecer un servicio rápido a sus clientes	4	4	4	
	El servicio que se brinda es personalizado, con la capacidad de respuesta a la necesidad del cliente	4	4	4	
Eficiencia	Los colaboradores muestran eficiencia en sus labores	4	4	4	
	Los colaboradores se esfuerzan de manera eficiente por satisfacer al cliente	4	4	4	
Reclamos	La empresa brinda soluciones rápidas y satisfactorias a los reclamos del cliente	4	4	4	


 Mgtr. Cecilia Gomez Zuniga
 CIAD. 15718

Evaluación por juicio de expertos

Respetado evaluador: usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: "Cuestionario aplicado a los clientes del Restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente, aportando al quehacer profesional. Agradecemos su valiosa colaboración.

1- Datos generales del evaluador

Nombres y apellidos:	GUSTAVO ALFONSO ZURITA RAMOS
Número de documento de identidad:	Maestría (X) Doctor ()
Grado profesional:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Área de experiencia profesional:	GESTIÓN DE ORGANIZACIONES
Institución laboral:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en investigación:	No corresponde

2. Propósito de la evaluación

Validar el contenido según los criterios del punto 5.

3. Datos de la escala

Nombre de la prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Calderón Quevedo Luis Leonardo Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth
Procedencia:	Piura
Administración:	Asistida () Autoaplicable ()
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Paimas-Piura
Significación:	Está compuesta por dos variables La primera variable contiene 4 dimensiones, de 12 indicadores y 19 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables. La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 16 ítems en total. El objetivo es medir la relación de las variables. Escala de Likert ordinal: (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Indeciso - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo

4. Soporte teórico

Señalar el aporte teórico y autor que sostiene el dimensionamiento de la variable de estudio en el instrumento.

Instrumento	Dimensiones	Definición
La Gestión Administrativa	Planificación Organización Dirección Control	Gonzales (2020) Es un objetivo funcional y metódico definido como las acciones realizadas por los procedimientos administrativos para lograr los objetivos de planificación, organización, dirección y control.
Satisfacción del Cliente	Atención al cliente Expectativa del cliente Capacidad de respuesta	Keller (2018) Se considera a la suma de sentimientos de placer o decepción que experimentan los consumidores al comparar las características de un producto o servicio con las expectativas.

5. presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento el instrumento dirigido aplicado a los clientes del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas-Piura elaborado por Calderón Quevedo Luis Leonardo y Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los siguientes ítems, según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
Claridad El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	9. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	10. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	11. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	12. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
Coherencia El ítem tiene relación	5. No cumple con el criterio	El ítem no tiene una relación lógica con la dimensión.

lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	8. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	9. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	10. Alto nivel	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que se está midiendo.
Relevancia El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	9. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	10. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	11. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	12. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala del 1 al 4 su valoración; asimismo, brinde sus observaciones, en caso de considerar necesario.

6. No cumple con el criterio
7. Bajo nivel
8. Moderado nivel
9. Alto nivel

Variable: La Gestión Administrativa

Dimensiones del instrumento

Primera dimensión: Planificación

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión Planificación del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Misión	La empresa muestra una misión clara y sus colaboradores son conscientes de ello.	4	4	4	
Visión	Creé usted que la empresa cuenta con una visión clara y concisa.	4	4	4	

Objetivos	La empresa cuenta con una adecuada planificación para el logro de sus objetivos.	4	4	4	
	Considera que los objetivos del restaurante permitan dar un buen servicio	4	4	4	

Segunda dimensión: organización

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión organización del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
División de trabajo	La Empresa muestra una buena organización y división de trabajo dentro del restaurante.	4	4	4	
Responsabilidades	Cada colaborador mantiene un procedimiento para realizar las labores diarias	4	4	4	
Clima organizativo	Considera que la organización mantiene un buen ambiente laboral.	4	4	4	
	Percibe que los colaboradores cuentan con experiencia y se desempeñan de forma eficiente	4	4	4	

Tercera dimensión: Dirección

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión dirección del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Motivación	La Organización Brinda reconocimientos acertados.	4	4	4	
	Los colaboradores están motivados al momento de brindarle el servicio	4	4	4	
Comunicación	Percibe una buena comunicación entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante.	4	4	4	
	Percibe empatía entre los colaboradores para realizar el servicio dentro del restaurante.	4	4	4	
Liderazgo	Considera usted que el jefe inmediato cumple la función de un buen líder ante sus colaboradores	4	4	4	
	La organización brinda apoyo en conjunto para obtener alternativas de solución frente a limitaciones	4	4	4	

Cuarta dimensión: Control

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión control del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Monitoreo de Procesos	Considera usted que se aplica el correcto proceso del servicio.				
Supervisión de Personal	El supervisor de grupo cumple su función.	4	4	4	
	Es necesaria la aplicación de un tipo de control dentro del restaurante.				
Acción correctiva	La empresa se muestra dispuesto a dar solución a los inconvenientes que se le presentan a sus clientes	4	4	4	
	Considera usted qué se ejecuta la acción correctiva a los problemas identificados al momento del servicio	4	4	4	

Variable: Satisfacción del cliente

Dimensiones del instrumento

Primera dimensión: Expectativas del cliente

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión expectativas del cliente del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Fiabilidad	Considera que los productos y servicios brindados por la empresa cumplen con las expectativas del consumidor.	4	4	4	
	Considera que el servicio brindado cumple con los estándares dadas por la empresa	4	4	4	
Experiencia	La atención realizada por la empresa le genera una buena experiencia	4	4	4	
Recomendación	La experiencia generada por la empresa amerita ser recomendada.	4	4	4	

Segunda dimensión: Percepción del cliente

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión atención del cliente del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Apreciación del cliente	Los colaboradores de la empresa se esfuerzan por brindar un servicio de calidad	4	4	4	
	Considera que la calidad de los productos brindados por la empresa es satisfactoria	4	4	4	
Seguridad	Los productos que ofrece la empresa le generan confianza y seguridad al cliente	4	4	4	
	Se Siente seguro con la atención brindada para satisfacer al cliente	4	4	4	
Tolerancia	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con la entrega de los pedidos.	4	4	4	
	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con el desglose de su cuenta.	4	4	4	
	Considera usted que la empresa cumple oportunamente con diferentes formas de pago.	4	4	4	

Tercera dimensión: capacidad de respuesta

Objetivos de la dimensión: Medir los indicadores de la dimensión capacidad de respuesta del Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas 2023.

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Rapidez	La empresa tiene la capacidad de ofrecer un servicio rápido a sus clientes	4	4	4	
	El servicio que se brinda es personalizado, con la capacidad de respuesta a la necesidad del cliente	4	4	4	
Eficiencia	Los colaboradores muestran eficiencia en sus labores	4	4	4	
	Los colaboradores se esfuerzan de manera eficiente por satisfacer al cliente	4	4	4	
Reclamos	La empresa brinda soluciones rápidas y satisfactorias a los reclamos del cliente	4	4	4	


 Lic. Adm. GUSTAVO A. ZURITA RAMOS
 REG. UNIC. COLEG. N° 05861
 RUC N° 10036649441

ANEXO 4. : CONSENTIMIENTO O ASENTAMIENTO INFORMADO UCV

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 10473660666
Nombre del Titular o Representante legal: Jaime Enrique Ramos Valle	
Nombres y Apellidos: Jaime Enrique Ramos Valle	DNI:47366066

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo [x], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autor: Calderón Quevedo Luis Leonardo, Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth	DNI: 75141857 74376178

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

Paimas, 25/10/2023

Firma y sello:

Restarante-Pollera "El Paimañito"


Jaime Enrique Ramos Valle
Jefe legal

(Titular o Representante legal de la Institución)

() Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal “c” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.*

ANEXO 05. REPORTE DE SIMILITUD EN SOFTWARE TURNITIN

Resultado de Turnitin

feedback studio TATIANA LISBETH SANDOVAL YAHUANA | La Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimenhito en el Distrito de Paimas, ... /100 5 de 66

Universidad César Vallejo
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimenhito en el Distrito de Paimas, 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado(a) en Administración

AUTORES:
Calderon Quevedo, Luis Leonardo (orcid.org/0000-0001-6704-8111)
Sandoval Yahuana, Tatiana Lisbeth (orcid.org/0000-0001-9751-9404)

ASESORA:
Dra. Torres Caceres, Fatima del Socorro (orcid.org/0000-0001-5505-7715)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Desarrollo Económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERU

2024

Resumen de coincidencias

18 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	12 %
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
4	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
5	www.sctelo.org.mx Fuente de Internet	<1 %
6	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
7	onepetto.org Fuente de Internet	<1 %
8	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
9	www.ific.org Fuente de Internet	<1 %
10	negocioonline.net Fuente de Internet	<1 %
11	buscador.una.edu.ni Fuente de Internet	<1 %

ANEXO 06. ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

CALCULO DE LA MUESTRA

Para determinar la muestra teniendo en cuenta una variable cuantitativa y una población finita se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

‘n’: es el “tamaño de la muestra”

‘Z’: es el “nivel de confianza” = 1.96 = 0.95 = P(-1.96 < Z < 1.96) = 0.95

‘p’: es la “variabilidad positiva” = 0.5

‘q’: es la “variabilidad negativa” = 0.5

‘E’: es la “precisión o error” = 0.05

‘N’: es el “tamaño de la población” = 272

Reemplazando los valores

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(272)}{(272)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{261.2288}{0.68 + 0.9604}$$

$$n = \frac{261.2288}{1.6404}$$

$$n = 159.47 \approx 160$$

Fuente: Elaboración Propia

PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 15 Prueba de normalidad de las variables

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión administrativa	.353	160	.000	.636	160	.000
Satisfacción del cliente	.368	160	.000	.726	160	.000

Figura 1

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.

Valor de ρ	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Bisquerra, 2009.

CALCULO DE CONFIABILIDAD

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Calderón Quevedo Luis Leonardo Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	La Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023
1.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach. (x)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	10/11/2023
1.7. MUESTRA APLICADA :	20 clientes

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.981
------------------------------------	--------------

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

El instrumento del cuestionario de la variable Gestión Administrativa tiene un índice de confiabilidad excelente de 98.1%.

Estudiante: Sandoval Yahuana Tatiana
DNI : 74376178

Estudiante: Calderón Quevedo Luis
DNI : 75141857

NOELIA PATRICIA RODRIGUEZ PAREDES
INGENIERO ESTADISTICO
COESPE 1144

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Calderón Quevedo Luis Leonardo Sandoval Yahuana Tatiana Lisbeth
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	La Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el Restaurante-Pollería el Paimañito en el Distrito de Paimas, 2023
1.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach. (x)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	10/11/2023
1.7. MUESTRA APLICADA :	20 clientes

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.943
------------------------------------	--------------

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

El instrumento del cuestionario de la variable Satisfacción del Cliente tiene un índice de confiabilidad excelente de 94.3%.

Estudiante: Sandoval Yahuana Tatiana
DNI : 74376178

Estudiante: Calderón Quevedo Luis
DNI : 75141857

NOELIA PATRICIA RODRIGUEZ PAREDES
INGENIERO ESTADISTICO
COESPE 1144

ANEXO 07. AUTORIZACION PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo, Jaime Enrique Ramos Valle, identificado con DNI 47366066, en mi calidad de jefe legal de la empresa Restaurante-Pollería El Paimañito, con RUC N° 10473660666, ubicado en el distrito de Paimas Provincia de Ayabaca y Departamento de Piura.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor(es) Luis Leonardo Calderón Quevedo y Tatiana Lisbeth Sandoval Yahuana

Identificado(s) con DNI N°75141857 y 74376178 de la Carrera profesional de Administración, para que utilice la siguiente información de la empresa: Data de los clientes para aplicar el cuestionario, con la finalidad de que pueda desarrollar su () Informe estadístico, (x) Trabajo de Investigación, () Tesis para optar el Título Profesional.

(x) Publique los resultados de la investigación en el repositorio institucional de la UCV.

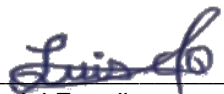
Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.


(x) Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

() Mencionar el nombre de la empresa.


Restarante-Pollería "El Paimañito"
F
DI
Jaime Enrique Ramos Valle
Jefe legal

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


Firma del Estudiante
DNI: 75141857


Firma del Estudiante
DNI: 74376178

ANEXO 08 OTRAS EVIDENCIAS.

Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°155-2023-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: La gestión administrativa y satisfacción del cliente en el Restaurante-pollería el Paimañito en el distrito de Paimas 2023.

Autor(es): Luis Leonardo Calderón Quevedo

Especialidad del autor principal del proyecto: Gestión de Organizaciones

Programa: Administración

Otro(s) autor(es) del proyecto: Tatiana Lisbeth Sandoval Yahuana

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Paimas-Piura. Perú






Código de revisión del proyecto: 2023-2_SUBE_PL_PIU_B1_10

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor: enaucat@ucvvirtual.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.	X		
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.	X		
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.	X		
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.	X		
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.	X		
II. Criterios éticos				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.			X
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.	X		
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.	X		
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.	X		

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.

Lima, 16 de noviembre de 2023


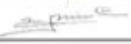



Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la EP de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “La gestión administrativa y satisfacción del cliente en el Restaurante pollería el Paimañito en el distrito de Paimas 2023”, presentado por los autores Luis Leonardo Calderón Quevedo, Tatiana Lisbeth Sandoval Yahuana ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 30 de noviembre de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:

(X)favorable () observado () desfavorable.

Lima, 16 de noviembre de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

144	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
145	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	
148	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
149	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1
150	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	
151	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
152	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	2	3	
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
154	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	2
155	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	3
156	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	
157	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	2	
158	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	2	2	
159	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	2	
160	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	

Nota. Datos obtenidos del cuestionario virtual aplicado a los clientes de la empresa el Paimenito.