



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE
DE LA BARBERIA ROGELIO BARBER SHOP, SAN MARTIN DE
PORRES 2018.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO

ASESOR

Dr. ARCE ÁLVAREZ, EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

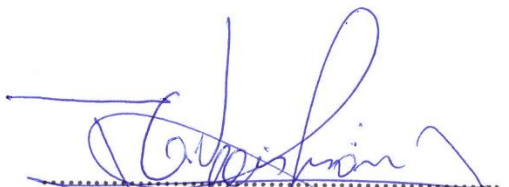
LIMA-PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO cuyo título es:
**"CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERIA
ROGELIO BARBER SHOP, SAN MARTIN DE PORRES 2018"**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el
estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (QUINCE)

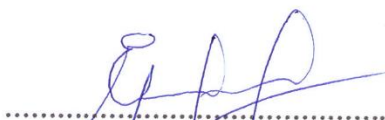
Lima, 28 de Noviembre del 2018



.....
Dr. Walter Jacobo Gutierrez Vaisman
PRESIDENTE



.....
Dr. Pedro Costilla Castillo
SECRETARIO



.....
VOCAL
Dr. Edwin Arce Alvarez

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

DEDICATORIA

Mi tesis va dedicada a mi madre Lic. Aurelia Tutusima Rios y a mi padre Ricardo Augusto Velez Saldaña por siempre apostar por mí y a mi adorable hijo Joaquin Aaron Velez Rojas.

AGRADECIMIENTO

A mis asesores Dr. Iván Tantalean y Dr. Edwin Arce por su paciencia é patrocínio.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Aaron Ricardo Velez Tutusima** con DNI N° **42695576**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que la tesis titulada “**Control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería ROGELIO BARBER SHOP, San Martin de Porres, 2018**”, y toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 DE NOVIEMBRE DEL 2018



AARON RICARDO VELEZ TUTUSIMA

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “**Control Organizacional en la Satisfacción del cliente de la BARBERIA ROGELIO BARBER SHOP, San Martín de Porres, 2018**” la misma que someto a su consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Aaron Ricardo Velez Tutusima

INDICE

ACTA DE APROBACION DE TESIS.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	iv
PRESENTACIÓN	v
RESUMEN	xii
I.- INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad Problemática.....	2
1.2. Trabajos Previos.....	3
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	12
1.3.1. Variable Independiente: Control organizacional.....	12
1.3.2 Variable Independiente: Satisfacción de cliente.....	13
1.4. Formulación del problema	13
1.4.1. Problema General	13
1.4.2. Problemas Específicos.....	13
1.5. Justificación del estudio	14
1.6. Planteamiento de Hipótesis	15
1.6.1. Hipótesis General	15
1.6.2. Hipótesis Especificas	15
1.7. Objetivos	15
II.- METODOLOGIA	16
2.1 Método de la Investigación.....	16

2.2. Tipo, diseño y nivel de la investigación.....	17
2.1.1. Tipo de la investigación.....	17
2.1.2. Diseño de la investigación	17
2.1.3. Nivel de la investigación.....	18
2.2. Variable de Operacionalización.....	18
2.2.1. Variable Independiente: Control organizacional	18
2.2.1.1. Dimensión Interrelación de habilidades	20
2.2.1.2. Dimensión Toma de decisiones.....	21
2.2.1.3. Dimensión: Comportamiento de las personas.	22
2.2.1.4. Dimensión Cumplimiento de Objetivos.....	23
2.2.2. Variable dependiente: Satisfacción del cliente.....	23
2.2.2.1. Dimensión Comunicación – precio.....	24
2.2.2.2. Dimensión Transparencia.....	26
2.2.2.3. Dimensión expectativa.....	26
2.2 Población y muestra.....	29
2.3.1. Población.....	29
2.3.2. Muestra.....	29
2.4. Técnicas de recolección de datos.....	29
2.4.1. Técnica.....	29
2.4.2. Instrumento.....	30
2.4.3. Validez.....	30
2.4.4. Confiabilidad del instrumento.....	31
2.5.2. Análisis ligado a la Hipótesis	33
2.6 Aspecto Éticos.....	33
III.- RESULTADOS.....	34
3.1. Análisis descriptivo de los Datos.....	34

3.2. Análisis inferencial de los Datos.....	41
3.2.1. Prueba de Hipótesis.....	41
3.3. Prueba de Regresión lineal.	48
IV.- DISCUSIÓN	59
V.- CONCLUSIONES.....	62
VI.- RECOMENDACIONES	63
PROPUESTA	64
VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	65
ANEXOS	67

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1: <i>Matriz de variable de Operacionalización</i>	28
Tabla 2: <i>Tabla de validación</i>	30
Tabla 3: <i>Criterios de Confiabilidad</i>	31
Tabla 4: <i>Resumen de procesamiento de casos</i>	31
Tabla 5: <i>Estadística de fiabilidad</i>	32
Tabla 6: <i>Interrelación de Habilidades - Control Organizacional</i>	34
Tabla 7: <i>Toma de decisiones - Control Organizacional</i>	35
Tabla 8: <i>Comportamiento de las personas - Control Organizacional</i>	36
Tabla 9: <i>Cumplimiento de Objetivo - Control Organizacional</i>	37
Tabla 10: <i>Comunicación - Precio - Satisfacción del cliente</i>	38
Tabla 11: <i>Transparencia - Satisfacción del cliente</i>	39
Tabla 12: <i>Expectativas - Satisfacción del cliente</i>	40
Tabla 13: <i>Niveles de correlación dependiendo del coeficiente Rho</i>	41
Tabla 14: <i>Análisis de correlación - Control Organizacional y satisfacción del cliente</i> ...	42
Tabla 15: <i>Análisis de correlación - Interrelación de habilidades y Satisfacción del cliente</i>	44
Tabla 16: <i>Análisis de correlación - El comportamiento de las personas y Satisfacción del cliente</i>	45
Tabla 17: <i>Análisis de correlación - El cumplimiento de Objetivos y satisfacción del cliente.</i>	47
Tabla 18: <i>Resumen del control organizacional y Satisfacción del cliente (agrupado).</i>	48
Tabla 19: <i>Porcentajes estandarizados.</i>	49
Tabla 20: <i>Anova de Control Organizacional y Satisfacción al cliente (agrupado).</i>	49
Tabla 21: <i>Coficiente del Control Organizacional y Satisfacción al cliente (agrupada).</i>	50
Tabla 22: <i>Resumen de Interrelación de habilidades y Satisfacción del cliente.</i>	51
Tabla 23: <i>Anova de Interpretación de Habilidades y satisfacción del cliente (agrupada)</i>	52
Tabla 24: <i>Coficiente de Interpretación de habilidades y satisfacción del cliente.</i> <i>(Agrupada)</i>	52
Tabla 25: <i>Resumen de Comportamiento de las personas y Satisfacción del cliente.</i>	54

Tabla 26: Anova de Comportamiento de las Personas y satisfacción del cliente (agrupada)	54
Tabla 27: Coeficiente de Comportamiento de las Personas y satisfacción al cliente	55
Tabla 28: Resumen de El cumplimiento de Objetivos y Satisfacción del cliente	56
Tabla 29: Anova de Cumplimiento de Objetivos y satisfacción del cliente (agrupada) ...	57
Tabla 30: Coeficiente de Cumplimiento de Objetivos y satisfacción al cliente	57

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Interpretación de Habilidades - Control organizacional</i>	34
<i>Figura 2: Toma de decisiones - Control Organizacional</i>	35
<i>Figura 3: Comportamiento de las peronas - Control Organizacional.....</i>	36
<i>Figura 4: Cumplimiento de Objetivo - Control Organizacional</i>	37
<i>Figura 5: Comunicación - Precio - Satisfacción del cliente</i>	38
<i>Figura 6: Transparencia - Satisfacción del cliente.....</i>	39
<i>Figura 7: Expectativas - Satisfacción del cliente.....</i>	40

RESUMEN

La investigación mantuvo como propósito general, especificar el control organizacional que predomine en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del circunscripto de San Martín de Porres.

En cuanto al nivel de estudio es Aplicada, con un plan de corte transversal, no experimental, la población de estudio fue censal porque se recurrió a 50 clientes frecuentes de la barbería para recolectar datos mediante una entrevista vía virtual y personal, donde llenaron un sondeo de 30 preguntas en una escala modelo Likert que se tomó como instrumento de la investigación.

Se empleó una estadística descriptiva e inferencial en relación al análisis de la tesis, para concretar la confiabilidad del alfa Cronbach y la influencia de las variables con el R^2 de Pearson se recurrió al programa estadístico del Spss v.24.

Conforme con el cotejo de la hipótesis se tomó como finalidad al control organizacional influyese en la satisfacción del cliente dado a un coeficiente de determinación ajustado.

Palabras claves: Control organizacional, satisfacción de clientes, toma de decisiones, confianza, cumplimiento de objetivo.

ABSTRAC

The research maintained as a general purpose, to specify the organizational control that predominates in the customer satisfaction of the barber shop "Rogelio Barber Shop" of the San Martin de Porres district.

Regarding the level of study is applied, with a cross-sectional plan, not experimental, the study population was census because 50 frequent clients of the barbershop were used to collect data through a virtual and personal interview, where they filled a survey of 30 questions on a Likert scale that was taken as an instrument of the investigation.

A descriptive and inferential statistic was used in relation to the analysis of the thesis, in order to determine the reliability of the Cronbach alpha and the influence of the variables with Pearson's R^2 , the statistical program of the Spss v.24 was used.

According to the comparison of the hypothesis, the purpose of organizational control was to influence the satisfaction of the client given an adjusted coefficient of determination

Key words: Organizational control, customer satisfaction, decision making, trust, objective compliance.

I.- INTRODUCCIÓN

La indagación fue nombrada “Control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería ROGELIO BARBER SHOP, San Martín de Porres, 2018”. El estudio determina que el control organizacional es empleado en la barbería, acaparando un protagonismo esencial para alcanzar los objetivos de influir en la satisfacción de los clientes.

La argumentación tomo como propósito principal la determinación del control organizacional influya en la satisfacción del cliente, como propósitos genéricos la determinación de la interrelación de habilidades influye en la satisfacción del cliente, también como la determinación del cumplimiento de objetivos influye en la satisfacción del cliente y por último la determinación del comportamiento de las personas influye en la satisfacción del cliente.

Seis episodios se formularon en la tesis, donde nos ayudó lograr los propósitos sugeridos, el cual se avanzó de la siguiente manera.

La problemática, los trabajos previos, teorías relacionadas y la formulación del problema que se usó en la investigación, conforman el primer episodio; la metodología, el tipo, diseño, nivel de la investigación que se dio en la tesis, como las variables a indagar y la operacionalización, también la descripción de la población técnicas e herramientas de recolección de información, donde usaremos programas estadísticos, que nos mostraran la confiabilidad de nuestro instrumentos, porque con sus métodos tendremos un enfoque integro a nuestra investigación, conforman el segundo episodio; la explicación de las pruebas de normalidad, el estudio de las hipótesis, la interpretación de los gráficos, corresponde al tercer episodio; las discusiones de los objetivos generales y específicos, relación de los resultados sobre la influencia de las variables, corresponden al cuarto episodio; las conclusiones con sus determinaciones, corresponde al quinto episodio. La recomendación y la propuesta para la barbería corresponden al sexto episodio. Las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación corresponden al séptimo episodio.

1.1. Realidad Problemática.

A nivel mundial, se está viviendo la novedad de la estética facial varonil denominado “Barbería”, es un centro de belleza que brinda servicios entre estos: cortes de cabello clásico, moderno y/o diseño, también tratamiento al cabello como: laceados, pintados, trenzados o recurrir a un tratamiento de rostro como las cejas, barbas e bigotes

Las barberías están en un crecimiento en el mercado varonil, comenzó a resurgir después de su aplazamiento en los años 60’ por la segmentación femenina (peluquerías), muchas de ellos de modo informal sin control administrativo, solo con la práctica de saber cortar el cabello para poder financiar el negocio, donde tienen un conocimiento impreciso de su rentabilidad, por lo tanto se ha creado una expectativa sobre la satisfacción de los clientes que frecuentan a estas barberías, el cual está invadido de informalidad y un desapercibido control.

En nuestro país las barberías es una oportunidad de trabajo para jóvenes donde tiene una cogida masiva en las escuelas de barberías, para poder establecer su propio local y obtener un financiamiento independiente, por lo tanto la competencia se ha vuelto muy disputado, también las peluquerías Unisex se están especializando en este rubro, para no perder sus clientes y captar nuevos clientes, por lo tanto el precio es el manifiesto de cumplir la satisfacción del cliente, pero no se denota un control organizacional en estos centros de bellezas.

A nivel local, las barberías del distrito de San Martín de Porres son masivas, para obtener clientes es muy reñido, donde se tiene que recurrir a estrategias internas para la satisfacción de clientes. Muchos de ellos no tienen una administración formalizada con un control organizacional planteado es por eso que muchos no saben a qué dirección ir en su toma de decisiones, solo viven de obtener clientes sin saber si son frecuentes o potenciales.

Rogelio Barber Shop es una barbería de tipo clásico moderno, donde es atendido personalmente por Héctor Rogelio Ibarra Otero, uno de los pioneros de este tipo de peluquerías, cuando todos apostaban por los centros de bellezas (Unisex y Spa’s), en el 2005 comenzó hacer cortes solo a varones con la idea de renacer las antiguas barberías, se inició haciendo trenzados para varones, impactando su estilo propio, muchos comenzaron a copiar su trabajo y aprender de él, cuando el mercado de trenzado comenzó a tener demanda,

Rogelio crea su barbería en la Urbanización San German del distrito de San Martin de Porres, donde el cliente se va sentir en completo agrado y confort dedicado a su imagen personal, 13 años de fundado lo acreditan su cartera de clientes que logro en base de marketing boca a boca, por lo tanto no se sabe si hay un influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería de Rogelio.

Se observa en el contexto específico una delimitada Interpretación de habilidades, una baja efectividad de tomas decisiones, una inexistente comportamiento de las personas y cumplimiento de objetivos; esta situación influye en inadecuada comunicación como precios, una transparencia en vano una expectativa delimitante.

1.2.Trabajos Previos

Antecedentes Internacionales

Reyes (2014) en su tesis “*Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango*” de la facultad de ciencias administrativas para su grado de licenciatura en administración de la Universidad Rafael Landívar de Quetzaltenango – México.

Reyes nos indica que el cliente tenga una sensación positiva, incrementara la satisfacción al cliente, debemos tener una mejora continua que involucre la organización para poder dar un trabajo de calidad y el cliente nos vea como parte de su vida, y se formara una gran cartera de clientes que serán la base financiamiento de la empresa; ya que cada día la competencia es trascendental y estar siempre con nivel competitivo y se debe crear mejorar para la calidad de servicio, por que el cliente cada día es exigente. Reyes en su investigación ha dado como problemática, si la calidad de servicio está en crecimiento la satisfacción de la asociación Share? En sus objetivos comprobó sus variables calidad de servicio y satisfacción. Uso de metodología fue experimental, donde utilizo una encuesta dirigida al personal y clientes. Su población fue de 1,100 clientes y forma una encuesta 100 personas y su población de la asociación entrevisto 11. Tomaron como instrumento una encuesta. Dando de resultado que la satisfacción al cliente es positivo con la calidad de servicio por lo tanto hay un crecimiento notable en la fidelización de los clientes, la asociación tiene capacitaciones de la calidad de servicio cada semestre donde se ve buenos resultados. Se da una inversión en mantener clientes complacidos como cumplir sus necesidades como asesorías sin costo

alguno, concesión de créditos y celebrar los onomásticos de ellos, para que el cliente siempre los tenga en cuenta como primer proveedor.

Aguirre (2013) con su tesis “*Control de Gestión en una organización de sector público*”. Del decanato de la especialización en desarrollo organizacional para su grado de Especialista en Desarrollo organizacional de la Universidad Simón Bolívar de la ciudad Caracas – Venezuela.

Aguirre nos quieren indicar en su tesis, por nuestras necesidades se forman organizaciones para un beneficio propio, el cual Teniendo una buena estructura organizacional bien diseñada se muestra una herramienta segura para toma de decisiones; diseñó un sistema de control organizacional a un departamento perteneciendo a una organización de sector público en el país de Venezuela, el cual le permitió mejorar los resultados del trabajo diario, donde logro dar buenos resultados tanto en el buen uso de los recursos como una actividad interna equilibrado; Su objetivo es apoyar el desarrollo de las tareas planificadas en el plan operativo anual del departamento de cobranzas, a fin de mejorar resultados de cumplimiento. Utilizando las siguientes metodologías: marco conceptual referencia y organizacional, elaborar un examen de situación, dar una propuesta para ser implementada mediante el trabajo en equipo que permita fortalecer el desarrollo en el éxito del proyecto institucional, evaluación de la propuesta y del proceso de trabajo especial de grado. Presenta fundamentos conceptuales básicos como: organización, planificación, investigación, contratos psicológicos, eficiencia, efectividad, etc. Sondeo una entrevista entre el gerente, jefe, coordinadores y empleados, para saber sus opiniones sobre sus sentimientos hacia su trabajo, la organización, estabilidad laboral, incentivos, para saber si el problema obedecía a un origen emocional o profesional. Los resultados de la tesis sobre esta entrevista, se constató que existían un manual de normas y procedimiento; también disposición de cargos y de funciones a desempeñar por los empleados sin embargo los mismos estaba anticuados; el plan de desarrollo por el personal no se efectuaba de acuerdo a las necesidades del plan operativo anual; se manifestó fallas de coordinación contradictoria y la tardanza de entregas de resultados para cotejar lo establecido en el manual y el plan de cobranzas; se encontró incumplimiento de actividades establecida, el cual personal no se dio conocer y por ende no completa los indicadores de gestión para medida de las acción del plan operativos

anual, el personal tiene conocimientos de sus áreas de trabajo y cuenta con áreas iluminadas y confortables; el clima organizacional es tranquilo, cuenta con incentivos al personal según su cargo y antigüedad. Aguirre ante los resultados propuso una estimulación de trabajar en equipo y ser efectivo, formación del personal en la construcción de los indicadores de gestión y desarrollo del sistema del control gestión. Lo resultados por la estrategia implementada, se fundamentó en desarrollar un esfuerzo de equipo cooperativo hacia una disposición efectiva y productiva, el cual las entrevistas finales con el equipo arrojaron como resultado mantener el trabajo en equipo hacia los otros departamento de la gerencia hacia el desarrollo profesional y personal, recomendaron hacer un control periódica (trimestral) para ayudar a la entidad; el patrón y de los indicadores de control gestión deben ser consideración como punto de partida de un programa de cambio mediante el cual se promueve el desarrollo del personal en forma personalizada.

Rangel (2015) de su tesis “*Factibilidad del proyecto de peluquería para hombres de estratos 5 y 6 en la ciudad de Medellín*” de la facultad de ciencias empresariales para obtener el grado de Magister en Administración (MBA) de la Universidad EAFIT de Medellín del país de Colombia.

Rangel mantuvo como problemática ¿Cómo es el nivel de posibilidad de una peluquería para varones de estratos 5 y 6 en Medellín? su objetivo fue formular un estudio de factibilidad de una peluquería para hombre en la ciudad de Medellín. Optando una investigación descriptiva tomando una investigación profunda y fundamentada, utilizando de fuentes como encuestas, asesores, bases de datos, libros y entrevista, el cual tuvo que recurrir de especialista de estética de Medellín, también de profesionales de ingeniería civil y arquitectura para proceder el diseño de la peluquería según los espacios de las normativas. Donde la población su población de investigación es 76705 hombre dentro de 15 a 60 años de los estratos 5 y 6, donde su muestra de encuestas a 111 hombre para obtener un precisión de 5% de su investigación. Donde la conclusión de su tesis fue que los hombre ve como beneficio el cuidar su imagen en procesos estéticos, el cual sigue reinando las peluquerías informales el cual no hay un informe económico de su avance de estos, el cual los hombre no se siente complacidos en las peluquerías ya que están dispuestos a pagar un adicional por

el servicios propuesto y el trato que le pueda dar el barbero, el cual dar una barbería en esta ciudad de Medellín se ve como un proyecto innovador.

Espinoza (2013) de su tesis *“Prácticas y Narrativas de Peluquería en la Alborada”* de la facultad de comunicación Mónica Herrera para obtener su licenciatura de periodismo de la Universidad Casa Grande de la ciudad de Guayaquil del país Ecuador.,

El autor fomento como problemática de su investigación ¿Cómo es la promoción de los peluqueros de la Alborada? Teniendo como objetivo la relación que existen entre la población que intervienen en las peluquerías, ya que su tesis tiene un enfoque cualitativo teniendo un análisis de carácter subjetivo y algunas informaciones que lo pudo media cuantitativamente. Su diseño de investigación es de modo entrevista y percepción, donde tuvo una muestra de 18 peluqueros en la ciudad de la Alborada, donde les consulta sobre sus servicios y estrategias de obtención de clientes, por los mismo que es una calle llena de peluquerías, obtiene un resultado de ganar clientes es la promoción de boca a boca y la práctica del regateo en los precios, por lo mismo que existe competencia directa, el cual esta atentos a la expectativas del cliente se sienta en zona de confort en el local como siempre estar dispuesto de poner música, películas o también dar variedad de bebidas como aguas, jugos y cervezas, el cual puedan satisfacer al cliente. Rogelio Hector Ibarra Otero dueño de la barbería “Rogelio Barber Shop”, tiene más de una década en funcionamiento el cual no ha tenido mucha publicidad gráfica tanto televisiva e radial, teniendo una competencia de un grupo de peluquerías en la Av. San German que está a 3 cuadras de su local, donde solo uso la promoción de boca a boca o recomendación.

Toniut (2013) en sus tesis *“la medición de la satisfacción del cliente en supermercados de Mar del Plata”*. Para su grado de maestro en administración de negocios de la facultad de ciencias sociales y económicas de la Universidad de Mar de plata – Argentina.

Su problemática fue ¿Cómo se puede medir la satisfacción de los cliente en el supermercado de Mar de plata?, su principal propósito es plantear una formulación para deducir la satisfacción de los cliente de un supermercado, donde utilizo metodología cuantitativo y cualitativo, ya que se usó instrumentos estadísticos y entrevistas profundas con los pobladores, donde su muestra fue de 330 personas en la vía pública que suelen salir de los supermercados del Mar del Palta; teniendo como resultado el 67.27 de las personas

encuestados prefieren comprar alimentos, productos de limpieza y fiambres en los supermercados, el cual recomendó que se crear una evaluación conjunto y monitoreada para saber la realidad de lo que solicita, también recomendó que se haga un estudio de las exceptivas al momento de sus ejecución el cual les dará un indicador real del grado de importancia que tiene los clientes en su elección.

Antecedentes Nacionales

Ñahuirima (2015) en su tesis “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región de Apurímac- 2015*”. De la facultad de ciencias administrativas, para su Licenciamiento en administración de la Universidad José María Arguedas de Andahuaylas – Perú.

El autor en sus tesis nos informa que dar una buena atención, nos concede a tener clientes fieles que volverán a comer en las pollería, ya que en la ciudad de Andahuaylas ahí un crecimiento de competencia en el sector de “Pollerías” donde estas empresas deben dar mucho énfasis en la atención de clientes, como dar una capacitación a su personal en el trato de cliente e innovar el trato del cliente, servicio como registrar a los clientes mediante una gestión de clientes por un software de CRM (Customer Relationship Management). Su problemática fue como es la calidad del servicio en relación a la satisfacción de los clientes de las pollerías de Andahuaylas, su principal propósito fue determinar la relación de ambas variables. Su metodología fue cuantitativo, con una investigación no experimental, tomando un diseño correlacionar, ya que tiene relación sus variables de satisfacción al cliente y calidad de servicios. Tomo como muestra a 348 personas como referencia al cuestionario para su tesis, teniendo un perfil de cliente de 25 años y más, de ambos sexo. Obteniendo resultados que hay una relación positiva del servicio del personal de las pollerías y satisfacción del cliente, donde es importante la empatía, por lo mismo queden satisfechos los clientes, también la capacidad de repuestas ágil, rápidas y oportunas; ya que el personal anda en constante capacitación en atención al cliente. Tuvo de resultados de Rho Spearman sobre correlación es de 0.084, por lo es positivamente alta entre las variables de satisfacción de los clientes y calidad de servicio. Ñahaurima recomendó dar un trato personalizado entrelazados con tener amabilidad , cordialidad, tanto en hacerlo sentir especial al cliente; también innovar

con estrategias que cumplan la necesidad del cliente, tomar en cuenta la fiabilidad mientras más rápida es la atención mejor es la satisfacción y la fidelidad, tener buen comentarios.

Chuquipoma (2017) en sus tesis "*Control organizacional y gestión Administrativa en los trabajadores de la oficina de participación ciudadana del congreso de la república, Lima-2016*" para su grado de Maestra de Gestión Pública en la Universidad Cesar Vallejo, Lima – Perú.

Chuquipoma identifico su problemática como la afinidad del control organizacional está en la gestión? Donde el objetivo fue determinar la relación de sus variables, usando una metodología hipotética deductiva donde los comprobó en diversas acciones y permitió desarrollar la certeza de las proposiciones., con un tipo de estudio sustantiva descriptiva y explicativa donde prescribe la realidad mediante las leyes y principios, uso el diseño no experimental de corte transversal donde uso las variables para su interrelación, analizo a 40 empleado que es su población que es su totalidad, usando cuestionarios con su escala de medición likerts, dando por resultado que su grado Rho de spearman es 0,846 significativo que existió un relación positivamente fuerte entre las variables de control organizacional y gestión administrativa.

Segura, Arrascue (2016) nombro su investigación "*Gestión de calidad y su influencia en las satisfacción del cliente del cliente en la clínica de fertilidad del norte "Clinifer" Chiclayo – Perú*". Para su licenciamiento en administración de empresas, de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Señor de Sipan, Chiclayo – Peru.

El autor nos muestra que su problemática de su investigación como es la gestión de calidad que existen en influir al satisfacer al cliente, su principal propósito fue determinar la existencia de influencias entre las variables, fue descriptivo correlacional el tipo, y transversal no experimental fue el diseño del argumento, tomo para su investigación el muestreo no probabilístico, donde su población es 41 clientes , por lo tanto el técnica fue encuesta a rellenar un cuestionario, opto como método de investigación el inductivo deductivo, dando resultado su Rho es 0.890 demostrando que hay un alto grado de influencia entre las variables.

Breña, Godoy (2015) en su argumento *“La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la marisquera “El peje” – Huancayo”*. Obtuvo el grado de licenciado en administración de la facultad de ciencias empresariales en la Universidad Nacional del centro del Perú, Huancayo – Perú.

El autor no indica que su problemática, Cómo incide la calidad del servicio en satisfacer a los clientes, su principal propósito es la incidencia de ambas variables, tomando como metodología la deducción- inducción, uso la no experimenta, transversal y para su diseño de investigación utilizo la descriptiva y explicativa, donde su población fue 532 clientes frecuentes de la marisquería “El peje” por lo tanto su muestra fue de 228, que fueron sometidos a un cuestionario en forma de encuesta de 18 preguntas, donde le dio por resultado que hay una incidencia de ambas variables de 0.907 según correlación de Pearson.

Roncal (2017) en su argumento *“El control interno y su influencia en la calidad del servicio de la zona registral N° V, sede Trujillo. 2016”*. De la escuela de ciencias empresariales donde opto por su grado de contador público, de la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú.

El autor tuvo como problemática, como incide el control interno con la calidad del servicio, donde su propósito principal fue determinar la existencia de la influencia entre las variables, descriptivo correlacional se tomó diseño, donde su metodología fue transversal, correlacional y casual. Donde su población fueron los 225 trabajadores de la Sunarp sede V de Trujillo, el cual su muestra fue de 154 trabajadores el cual le va dar un resultado asertividad de 95%, la encuesta tipo cuestionario de 34 preguntas que fueron sus instrumentos de obtener datos, donde los resultados fue que su correlación de Pearson de 0,674 nos refiere que la influencia es altamente positiva sobre las variables de control interno y calidad de servicio.

Libros

Freemon E. Katz, James E. Rosenzweig (2007). *Administración en las organizaciones* (2d° ED). Estados Unidos: Washintog.

Los autores nos ofrecen tomar un estudio muy complejo sobre las organizaciones, como también la administración con su función. El libro nos ayuda a comprender las teorías

generales de la administración, ambos desarrollaron el modelo sistemático de las organizaciones más completos que hasta ahora se haya conocido, esto no quiere decir que hayan ha aportado conceptos o elementos nuevos en este modelo. Nos dan la visión de

En resumen nos otorga una percepción de la organización en lo general, en su ámbito como definir la interacción de lo interior de la plantilla, con la concurrencia de las doctrina de la organización y administración. En tanto la organización es un método amplio entre procesos, salidas, entradas y de retroalimentación que da resultados del ambiente de la administración.

José Antonio Pérez (1994).Calidad en los servicios y atención al cliente: Calidad total. Esic editorial. España: Madrid.

El autor propuso como objetivo conseguir una satisfacción total y continua mediante nuevas pautas de comportamiento de todos los colaboradores y redefiniendo la estructura organizacional de la empresa como también se planteó la calidad no solo como un origen de beneficio para la organización sino también muchas veces como una necesidad para posicionarse y continuar con la competitividad de los mercados, por lo tanto los servicios y productos están en el mercado son más difíciles de distinguir cual es el más adecuado para cumplir con nuestra necesidades ya que la diferenciación, el precio y la fidelización tienen una importancia en la competencia entre las empresas. El propósito de este libro fue que expone lo que se debe hacer para lograr la calidad en cada una de sus fases, el fin de este libro fue profundizar en la necesidad de gestionar la calidad de servicio como un planteamiento mediante una innovación de todas las actividades y recursos empresariales. Las metodologías que se presentaron fueron de plena aplicación tanto para las empresas de industria como para que aquellos del sector de servicios. En conclusión las particularidades de cada empresa como la forma de organización, tamaño y diseño ha de ser de tomadas en cuenta para el diseño de gestión de calidad a corto plazo pero con una proyección a medio y largo.

Salvador Ferrer Carmen María (2008) Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor .Madrid. España: Escobar Impresiones S.L.

El propósito de este libro según el autor fue el desarrollo de determinadas habilidades para hacer crecer su negocio usando métodos y herramientas que se han demostrado que funcionan como garantía de calidad, su fin es que su lectura sea de fácil comprensión para las personas que lo lean conozcan, cuales son los aspectos más demandados en los distintos servicios y que aprenda estrategias y herramientas para hacer un uso efectivo de la calidad.

En los resultados esperamos que se comprenda las últimas tendencias respecto al comportamiento de los consumidores para que así puedan brindar un buen servicio ya que todo va cambiando día a día y debemos de satisfacer e incluso en algunos casos exceder las expectativas y aspiraciones de los clientes para que nuestra entidad pueda brindar una adecuada calidad de servicio.

Sthepen P. Robbins (2004) Comportamiento de las organizaciones (10ª. Ed). Naucalpan de Juárez: México.

Nos define el autor, mediante las igualdades de los conceptos de los comportamientos de las organizaciones, tiene una intersección de personas y las empresas, por lo tanto es un campo de indagación, se fundamenta los conocimientos. Se manejan para un crecimiento de resultados eficientes en la empresa. Por último los conceptos y observaciones en propios principios, teniendo en cuenta que el tema es práctico en la indagación. La definición de control de la organización es tener en cuenta al individuo en una organización, el cual la diferencia es son los objetivos que se trazan, hay que destacar que el control de organización es emplear las teorías para una mejora y crecimiento de la empresa. Ya que sus influencias tanto internas y externas depende del individuo a su comportamiento, otorgando un fenómeno multidimensional.

Anthony P. Raia (2008) Administración por objetivos (3er. Ed). México D.F: México.

El autor proporciona una comprensión de los conceptos y herramientas fundamentales que se requieren para diseñar e instrumentar un sistema de administración por objetivo, el cual se basa en las teorías en investigación y experiencias que existen a la fecha. De la misma manera, refleja mi punto de vista cuando el estado actual, tanto de la ciencia como la del estado del arte de la administración por objetivo. Este libro describe un panorama amplio

para desarrollar un acercamiento sistemático a la administración por objetivo y mostrar a estudiantes y profesionales como utilizar este acercamiento en la administración.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

Las argumentaciones que se tomaron para la investigación, están a continuación.

1.3.1. Variable Independiente: Control organizacional.

Katz, Rosenzweig (2007) nos define el control organizacional.

“El control organizacional es entrecruzado con la planeación. Donde la proporción nos conlleva a un escenario de alusiones se aplica el proceso de planeación. La retroalimentación del ciclo del control señala el apuro de nuevos objetivos. Específicamente comportamiento individual y organizacional responsabiliza a un proceso continua de ciclos de planeación-implantación-control.” Los autores nos indica que el control organización es una herramienta fundamental para toma decisión y ver nuestra realidad los objetivos o metas trazados, ya que esta paralelo con la planeación; se debe estar en constante retroalimentación de información ya que con ello podremos identificar la necesidad de nuevas decisiones a beneficio de lograr los objetivos. (p.536)

Arango (2007) Nos dice que “El control organizacional toma la calidad de producción, la satisfacción del cliente, el buen ambiente laboral, también las obligaciones que se cumplan satisfactoriamente y las negociación con los proveedores, también efectuar con la obligaciones legales y crecimiento de las social.” El autor nos indica que el control organizacional es muy importante efectuarlo ya que abarca a muchas dimensiones donde se pueda tener un éxito contundente si el seguimiento y compromiso es efectivo, por cumplir los objetivos propuesto. (p.82)

Ayala (2007) nos dice que “El control organizacional es un canal que debe influir en las personas para que sus para que las personas sean que en sus funciones y disposición sean consecuente con la intención de la organización”, del control organizacional se considera un medio adecuado a influenciar en el pensamiento de los empleados para lograr los objetivos. (p.3366)

1.3.2 Variable Independiente: Satisfacción de cliente.

Kotler, Armstrong (2004) nos indica que la satisfacción del cliente es someter al cliente a una sensación de cumplir sus necesidades mediante un producto en nuestro caso el servicio de barbería hasta llegar a un nivel de confort, mediante una experiencia que le otorgue beneficios. El resultado es positivo será de la satisfecho y encantado si esta experiencia pasa los niveles de expectativa y si es negativo será de insatisfecho asta perdida de cliente. (p.14)

Balletero (2005), nos enlaza que la satisfacción al cliente en la actualidad se toma como un deseo del consumidor a su necesidades que cumpla sus expectativas, por lo tanto el capital disponible del cliente no es ilimitado, por la cual es una inversión a su experiencia al consumir un producto. Para las empresas es importante la satisfacción del cliente, ya que al tener un clientes con expectativas positivas será un activo para la compañía porque hay una probabilidad de que vuelva a usar el servicio, por lo tanto causa un incremento en los ingresos de la empresa. (p.17)

Carmona, lavado, Leal (1998) El satisfacer el cliente es saber la insatisfacción del cliente, para saber sus dimensiones y poder tomar estrategias en hacer sentir satisfecho en sus necesidades al cliente mediante nuestros servicios; tener en cuenta que minimizar la insatisfacción no será lo mismo que maximizar la satisfacción.(p.54)

1.4. Formulación del problema

La tesis se aplicó al distrito de San Martin de Porres, 2018, donde se analizó: “El control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería ROGELIO BARBER SHOP, San Martin de Porres, 2018” a continuación se va formular las interrogantes.

1.4.1. Problema General

¿Cuál es la influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, 2018?

1.4.2. Problemas Específicos

¿Cómo influye la interpretación de habilidades en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018?

¿Cómo influye el comportamiento de las personas en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018?

¿Cómo influye el cumplimiento de objetivos en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018?

1.5. Justificación del estudio

El argumento se desarrolló con investigación de actualidad y hechos recientes, el cual se justifica mediante las siguientes relevancias.

Pertinencia:

La intención de la tesis radica en brindar una adecuada solución al problema efectuado el control organizacional en la satisfacción del cliente en la barbería ROGELIO BARBER SHOP.

Relevancia Social:

La investigación servirá de apoyo a estudiantes y empresas que plantea una investigación similar, para profundizar la materia en estudios.

Implicaciones prácticas:

Mediante los resultados otorgados en cumplimiento de los objetivos nos permitirá tomar decisiones sobre el control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop”. Donde se pudo hacer una estrategia para que la relación de las variables pueda funcionar, nos permitió hacer un plan de objetivos y de metas para tomar decisiones a favor del negocio. Tuvo como propósito solucionar la problemática, identificando y buscar la influencia de las variables donde se analizó el control organizacional y satisfacción de los clientes, para obtener la satisfacción total de los clientes.

Valor teórico:

La tesis tomando conceptos, aplicación y teorías básicas de satisfacción de clientes y de control organizacional, vamos a adquirir el nivel de las influencias de las variables en cuestión, tomando relevancia y consideración la participación de los clientes de la Barbería “Rogelio Barber Shop”, donde nos permitió ver si la metodología propuesta es la correcta.

Utilidad Metodológica:

La tesis es de Investigación Aplicado, No experimental – transversal es el diseño, d descriptivo y explicativo es el tipo de estudio, se usó un instrumento de cuestionario y el SPSS 24 software estadísticos, para obtener los indicadores que van ser parte fundamental en la toma de decisiones.

Viabilidad:

La investigación, el tema planteado fue factible, puesto que el desarrollo del tema cuenta con la información necesaria con el fin de mejorar el conocimiento científico, también porque cuenta con recursos económicos, humanos y materiales.

1.6.Planteamiento de Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

Existe influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito San Martin de Porres, Lima 2018.

1.6.2. Hipótesis Especificas

La interrelación de habilidades influye en el control organizacional de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

El comportamiento de las personas influye en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

El cumplimiento de objetivos influye en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

1.7.Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar el control organizacional que influye en la satisfacer a los clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” de San Martin de Porres 2018”

1.7.2. Objetivos Específicos

Determinar cómo influye la interrelación de habilidades en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

Determinar cómo influye el comportamiento de las personas en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

Determinar cómo influye el cumplimiento de objetivos en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

II.- METODOLOGIA

2.1 Método de la Investigación.

La investigación se desarrolló con el método hipotético- deductivo, porque la investigación que se planteó fue de lo general a lo específico.

Según la opinión de Cerda (1991), El método es un camino que guía al investigador a la construcción teórica del estudio en el campo social y económico, comprobando y deduciendo la hipótesis determinada consiguiendo resultados exitosos. (p.38)

Por otra parte, Bernal (2010), Nos indica que es un estudio mediante el tiempo se analiza la información, por lo tanto son investigados retiradamente los datos referentes a la hipótesis, por lo tanto se desvincula o contesta las hipótesis, donde indica los hechos que queremos dominar. (p. 60)

Se tomó el Hipotético Deductivo como método, donde nos permitirá responder las hipótesis, del control organizacional y la satisfacción del cliente de la barbería Rogelio Barber Shop, de donde se va conocer si es verdad o falsa.

2.2. Tipo, diseño y nivel de la investigación

2.1.1. Tipo de la investigación

La investigación se desarrolló bajo el esquema metodológico del tipo aplicada, por lo tanto se frecuentó a datos científicos con teorías de cada variable: el control organizacional y satisfacción del cliente, dando resultado al problema del estudio.

Aplicada.

Según Murillo citado por Vargas (2009), éste tipo de investigación, es una forma de conocer la realidad de manera rigurosa, organizada y sistematizada; ya que, lo que pretende es llevar los conocimientos a la práctica; es decir, comparar la teoría con la realidad para resolver para generar nuevos conocimientos posteriormente (p.159).

Sampiere (2006) nos indica que su principal propósito de la investigación aplicada, es la solución de incógnitas habituales o prácticas, por lo tanto otorga soluciones concretas.

2.1.2. Diseño de la investigación

Corte transversal y no experimental es el diseño que se tomó para la investigación, por lo tanto se manipulo libremente las variables, el cual se recolectaron referencias en tiempo específico.

Carrasco (2005) indica que “la indagación que tenga diseño no experimental, no determina aleatoriamente, sin ser manejado a las variables no es un control experiemntal, se indaga a los hechos y fenómenos de un hecho” (p.71)

Gómez (2006), definió “como la indagación que se efectúa sin manejar las variables; lo que hacemos es abrir los ojos en su contexto natural los fenómenos tal y como se realiza, para examinarlos” (p.102).

Gómez (2006), mencionó “que las indagaciones transversales recogen documentos en un período determinado; su mira es definir variables y examinar su suceso y relación en un período entregado” (p.102).

2.1.3. Nivel de la investigación

La argumentación es de nivel descriptivo, porque se menciona las particularidades en las variables de la investigación.

También es causal, ya que se plantea los motivos de los acontecimientos de la situación de la problemática de la argumentación.

Es causal porque plantea los hechos como la problemática de la indagación.

La opinión de Fidias, (2012), La investigación causal, determina las características de un fenómeno hecho grupos o individuos y establece una estructura para la utilización y aplicación de los conocimientos adquiridos después sistematizar e implementar la practica basada en el estudio de una forma muy rigurosa de conocer la realidad. (p.24)

Para Kotler, (2004), La investigación causal prueba la hipótesis del estudio ya que el objetivo principal consiste obtener la evidencia concerniente las relacione entre las variables causales y el efecto se va a pronosticar. (p. 10)

2.2. Variable de Operacionalización.

La investigación mantuvo las variables siguientes: la variable independiente “Control organizacional” y la variable dependiente “Satisfacción de los cliente” donde se tomó en cuenta de la manera siguiente.

2.2.1. Variable Independiente: Control organizacional

Definición teórica.

Arango (2007) Define al control organizacional de la siguiente manera: “El control organizacional es un sistema que se ocupa de la interrelación de las habilidades, tomas de decisiones, estructuras, y dispositivo utilizados para medir, ordenar y evaluar el comportamiento de las personas y el uso que ellas hacen de los recurso con el fin de garantizar el cumplimiento de objetivos. (p.81)

De igual forma Katz, Rosenzweig (2007) indica que: “El control organizacional es entrecruzado con la planeación. Donde la proporción nos conlleva a un escenario de alusiones se aplica el proceso de planeación. La retroalimentación del ciclo del control señala el apuro

de nuevos objetivos. Específicamente comportamiento individual y organizacional responsabiliza a un proceso continua de ciclos de planeación-implantación-control.” Los autores nos indica que el control organización es una herramienta fundamental para toma decisión y ver nuestra realidad los objetivos o metas trazados, ya que esta paralelo con la planeación; se debe estar en constante retroalimentación de información ya que con ello podremos identificar la necesidad de nuevas decisiones a beneficio de lograr los objetivos. (p.536)

Por otra parte Ayala (2007) planteo que: “El control organizacional es un canal que debe influir en las personas para que sus para que las personas sean que en sus funciones y disposición sean consecuente con la intención de la organización”, del control organizacional se considera un medio adecuado a influenciar en el pensamiento de los empleados para lograr los objetivos. (p.3366)

Definición Conceptual

El control organizacional es primordial en todas las empresas, ya que influye en las personas para la consecución de objetivos en las empresas y organizaciones, es entrelazado con la planeación y un efectivo seguimiento podemos garantizar aciertos en la decisiones; nos ayuda a prever a las malas decisiones que nos lleva a una desviación de los objetivos propuesto por la organización, ya que es un instrumento eficaz por que abarca a muchas dimensiones de la empresa y se puede prever ante una mala acción, que pueda ser negativa en los objetivos.

Definición operacional

El control organizacional se define a través de cuatro dimensiones: Interrelación de habilidades, tomas de decisiones, comportamiento de las personas y cumplimiento de los objetivos, ya que los ítems será descifrado mediante la escala de Likert. Por lo tanto se va usar el instrumento aplicable es el cuestionario y consta de 15 preguntas, el cual permitió medir las dimensión en los niveles ordinarios, por lo tanto se aplicó una encuesta que fue procesado al software estadísticos Spss 24v.

2.2.1.1. Dimensión Interrelación de habilidades

Arango (2007) indica que la interrelación de habilidades que es la “Estandarización de las mismas o de los conocimientos solicitados para la realización del trabajo, mediante diversas actividades técnicas” p.88

Katz (1974) identifico diversas habilidades directivas que son básicas para toda administración. Desarrollándose en tres categorías.

Indicador 1: Habilidades técnicas.

Su objetivo es impulsar competencias en algo específico, donde la experiencia laboral obtenida se pondrá en práctica.

Indicador 2: Habilidades conceptuales

Chuquipoma (2017) “Mediante diversas habilidades conceptuales permiten evaluar los distintos problemas que pasa en el día a día en la organización, tanto externos como internos y de forma sistemática, así mismo describe la capacidad para analizar y pronosticar situaciones de rango complejo, esta función va en aumento a medida que se logren los niveles más altos del organigrama de la institución” (p.26)

Indicador 3: Habilidades humanas

Chuquipoma (2007) “Se enfocan en las habilidades sociales que permiten al administrativo, funcionario o directivo realizar vínculos con otras personas, implicando el desarrollo de la capacidad para trabajar con los demás, y al mismo tiempo poder ser capaz de motivar y guiar los logros que se van obteniendo tanto grupales como individuales, se dice que esta habilidad es de vital importancia ya que permite que las relaciones interpersonales sean consecutivas para un directivo, poniéndose en práctica conjuntamente con las habilidades de comunicación”. (p.26)

Robbins (2004) “El individuo tiene capacidad para la realización de actividades que le otorgan en su empleo, por lo tanto es una actualización de valorización que uno puede hacer. (p.40).

2.2.1.2. Dimensión Toma de decisiones.

Arango (2007) “Se considera que es la capacidad que cuentan los directivos, funcionarios o líderes de un organización a fin de posicionarse a la organización tomando decisiones al menor riesgo posible considerando la experiencia, la programación, el criterio el cual se aplica la decisión y el impacto que tenga esta decisión en la organización”. (p.89)

Oskar Mofgenstern (1944), clasifico a la toma decisiones en las siguientes: Conocimiento de resultado, programabilidad, criterio para la toma decisiones, impacto en las definiciones. (p.44)

Indicador 1: Conocimiento de resultado

Chuquipoma (2017) indica que conocimiento de resultado “Es lo que va definir mediante el resultado, lo que puede ocurrir si se determina por una alternativa u otra, o una acción que se puede suscitar en particular, estas decisiones pueden estar basadas en la certeza o el conocimiento exacto de las consecuencias sin embargo en toda decisión existe un riesgo o incertidumbre” (p.27)

Indicador 2: Programabilidad

Chuquipoma (2017) indica que la programabilidad “en cualquier momento de una decisión estas pueden ser programadas o no, es así que las decisiones que son programadas se enfocan en un conjunto de procedimientos de decisión y pueden implicar una toma de decisiones bajo un certeza, es decir los resultados conocidos con anticipación, por otro lado las decisiones no programadas no tienen procedimiento programados ni establecidos, tanto así que no se pueden formular parámetros o reglas de decisión”. (p.27)

Indicador 3: Criterio para la toma de decisiones

Chuquipoma (2017) indica que el criterio para la toma decisiones “se determinar mediante un modelo descriptivo o normativo, pues asume una completa coherencia respecto a las alternativas o la optimización de los resultados esperados tanto como metas u objetivos” (p.27).

Indicador 4: Impacto de las decisiones.

Chuquipoma (2017) no quiere decir que el impacto de las decisiones “la toma decisiones en la organizaciones pueden atribuirse ya sea por la disminución de los conflictos por el orden secuencial de las metas o por la evasión de la incertidumbre, lo que se busca es evitar el menor riesgo posible, también se puede dar por el método mediante la búsqueda de problemas o por el aprendizaje organizacional” (p.27)

2.2.1.3. Dimensión: Comportamiento de las personas.

Arango (2007) “el comportamiento de las personas y la relación que existe entre ellas, permite garantizar la eficacia y eficiencia de las labores que le han sido encomendadas y que son importantes para la ejecución de los objetivos en las organizaciones” (p.90)

Indicador 1: Cultura organizacional

Romero, Saavedra, Vásquez (2017) en su investigación indica que “la cultura organizacional complementa el estudio cómo se comportan las organizaciones, centrándose en las creencias y valores que los integrantes comparten y experimentan” (P.29)

Indicador 2: Valores de las personas

Cota (2002, p.22)” Nos indica que los valores de las personas son inculcadas de la base de la sociedad que es la familia, por lo tanto es importante tener en cuenta los valores que se forman en nuestro hogar, ya que se logra un impacto social, mediante costumbres, tradiciones y cultura; el cual los valores son generadas en las normas que las personas otorgan a la sociedad”. (P.22)

Indicador 3: Actitudes.

Pareja, Sánchez (2016) “Es el comportamiento que se impulsan favorablemente o desfavorable en los individuos, donde es un conjunto de creencias, conductas, sentimientos el cual se combinan entre estos. El cual se mantiene siempre acorde al tiempo, donde debemos darle un dirección a las metas o planes, como suele ser individualmente, por lo tanto se toma en cuenta tener mayor simpatía en los grupos y se sienta comprometido con los fine de la organización”. (p.40)

2.2.1.4. Dimensión Cumplimiento de Objetivos.

Arango (2007, p.82) “para avalar el desarrollo de los objetivos en las organización se requiere de un control interno mediante la utilización de procesos y actividades relacionada con la evaluación de las acciones o hechos que se suscitan en la organización y que permiten el logro de las metas o actividades planeadas

Indicador 1: Verificación de metas.

Raia (2008, p.35) nos indica en su libro nos menciona la verificación de metas como Revisar el progreso de los objetivos lo siguiente “La revisión de desempeño individual facilitara la revisión desempeño organizacional y esto debe ser una actividad cotidiana, como habitual deber ser la motivación en los empleados. El saber que su función es importante para la consagración de los objetivos de la empresa, lo tomaran con más responsabilidad”.

Indicador 2: Objetivos.

Raia (2008) “Un objetivo ha sido definido como un estado o un logro deseado, un resultado especifico y deseado para que sea logrado en un periodo dado. Significa progreso, una ganancia sobre los logros anteriores, y una mejora tangible sobre la condiciones existentes”. (p.78)

2.2.2. Variable dependiente: Satisfacción del cliente.

Definición Teórica:

Kotler, Armstrong (2004) nos indica que la satisfacción del cliente es someter al cliente a una sensación de cumplir sus necesidades mediante un producto en nuestro caso el servicio de barbería hasta llegar a un nivel de confort, mediante una experiencia que le otorgue beneficios. El resultado es positivo será de la satisfecho y encantado si esta experiencia pasa los niveles de expectativa y si es negativo será de insatisfecho asta perdida de cliente. (p.14)

Ballesteros (2005), nos enlaza que la satisfacción al cliente en la actualidad se toma como un deseo del consumidor a su necesidades que cumpla sus expectativas, por lo tanto el capital disponible del cliente no es ilimitado, por la cual es una inversión a su experiencia al consumir un producto. Para las empresas es importante la satisfacción del cliente, ya que al tener un clientes con expectativas positivas será un activo para la compañía porque hay una

probabilidad de que vuelva a usar el servicio, por lo tanto causa un incremento en los ingresos de la empresa. (p.17)

Carmona, lavado, Leal (1998) El satisfacer el cliente es saber la insatisfacción del cliente, para saber sus dimensiones y poder tomar estrategias en hacer sentir satisfecho en sus necesidades al cliente mediante nuestros servicios; tener en cuenta que minimizar la insatisfacción no será lo mismo que maximizar la satisfacción.(p.54)

Definición Conceptual:

La satisfacción al cliente, es el objetivo de toda empresa que desea tener un como resultado una disconformidad positiva, donde llegue a tener una experiencia más de los esperado, con la posibilidad de volver y convertirse en un activo de la empresa, mediante su regreso, por lo tanto tener en cuenta que la minimizar la insatisfacción no será lo mismo que maximizar la satisfacción, ya que al minimizar la insatisfacción es no lograr nada positivo referente a que se minimice la satisfacción por que podemos perder un cliente y el cual puede ser grave, ya que el cliente comenta su experiencia.

Definición Operacional:

Por lo tanto en nuestra investigación tomaremos tres dimensiones: Comunicación – precio, Transparencia y Expectativas; ya que los ítems será decifrados mediante la escala de Likert (Nunca = 1, casi nunca = 2, a veces = 3, casi siempre = 4, siempre = 5). Por lo tanto se va usar el instrumento aplicable es el cuestionario y consta de 15 preguntas, el cual permitió medir las dimensión en los niveles ordinarios, por lo tanto se aplicó una encuesta que fue procesado al software estadísticos Spss 24v.

2.2.2.1. Dimensión Comunicación – precio.

Ñahuirima (2015) “La comunicación es clave para el fortalecimiento de competencia en la organización, ya que en el post venta incide en la satisfacción o cumplir con la necesidad solicitada por el consumidor, si la calidad es éxito junto con la comunicación efectiva tendremos intención de recomendación positiva y de recompra. (p.33)

Indicador 1: Grado de precio y servicio.

Kotler, Armstrong (2004) “el precio es referente a un valor monetario de un servicio o producto, que el consumidor debe pagar para cumplir su deseo de comprar o adquirir un servicio. (p. G-8)

Kotler, Armstrong (2004) “Los servicio son adquirido en base de una necesidad de la persona que desea adquirirlo, por la tanto cumple su satisfacción” (p. G-9)

Indicador 2: Recomendación y permanencia.

La real Academia Española (RAE) recomendar es “Aconsejar algo a alguien para bien suyo”

García, Gil (2015) “La recomendación es una hilera de actividades que se relacionan con la experiencia de un consumidor ante un servicio, donde su expectativa sea positiva le estará publicando hacia otras personas, donde entender su buena experiencia” (p.2)

La real Academia española (RAE) la permanencia es Duración firme, constancia, perseverancia estabilidad, inmutabilidad.

Mejia (1997) “la permanencia se refiere a eludir que el consumidor sea impregnable hacia nuestra competencia, por la tanto queremos que se vuelvan fidelizados por la experiencia vivida del servicio a un grado positivo” (p.1)

Indicador 3: Comunicación Post – venta.

Valenzuela, Torres (2008) “servicio pos venta es una gestión después de una compra obtenida por el consumidor, donde el proveedor adapta una relación personalizada con una visión de vaor y rentabilidad, por lo tanto forma un relación entre el cliente y la empresa, donde se vuelve fundamental para tener un ventaja competitiva mediante la confianza que tiene cliente ante el proveedor.” (p.67)

Escudero (2016) nos indica que “El servicio post venta es importante como la calidad del productos o servicio, porque así teniendo un excelente producto puede arruinarlo con un servicio post venta mediocre” (p.182)

Abascal (2002) “el servicio post venta abarca todas la actividades, es fundamental para un crecimiento de la satisfacción del cliente”. (p.75)

Staton, Etzel, Waker (2007) “Nos refiere que el servicio post venta es reduce la disonancia cognostiva del cliente, es decir de buscar otro proveedores para conseguir el servicio o producto solicitado, porque ya tiene la experiencia y el cual hacer un seguimiento constante al comprador será un punto a favor. (p.540)

2.2.2.2. Dimensión Transparencia.

Ñahuirima (2015) “es el gado que el consumidos tiene de información oculta, por la tanto partimos de ganarnos la confianza, ya que se vuelve más accesible la relación de cliente y proveedor. (p.33)

Indicador 1: Grado de veracidad

Hanverkate (2012) en su artículo nos indica que “el grado de veracidad se utiliza cuando el consumidor es testigo de un acto, donde el anuncio no corresponde a la visión, por lo tanto se recurre a otras orígenes, se encuentra que el acto es manifestado por otros tipo de método como el tocar, por lo tanto el grado de veracidad de la visión crece (p.23)

Indicador 2: Confianza

San Martin (2005) en su artículo nos refiere que “La confianza que tiene un consumidor en las marcas de cierto distribuidor (la imagen del establecimiento se encuentra implícita en la calidad de esa marca que lleva su nombre) es transferida a la confianza en el establecimiento considerado desde un punto de vista global” (p.204)

2.2.2.3. Dimensión expectativa.

Ñahuirima (2015) “Es el deseo del consumidor por cumplir su necesidad, por la tanto espera más del producto o servicio que solicite, como beneficios”. (p.33)

Indicador 1: Experiencia de las atenciones anteriores.

Cano, Giraldo, Forero (2014) en su investigación nos indica que “Las experiencias de atención son distintas según etapas de proceso, por lo tanto depende la calidad al servicio le den a los usuarios; se tiene en cuenta que lo consumidores toman el trato humeado, la responsabilidad, la ética, como indicadores importantes para su evaluación en su atención. (p.48)

Indicador 2: Opiniones de amistad y familiares.

Adell, Cavalle, Garcia, Caballero, Soler (2004) en sus articulo nos indica, el juicio del consumidor es un elemento relevante, se debe tomar en cuenta su participación y sus opinión, de este modo se influencia con la satisfacción al cliente, por lo tanto se debe esperar y analizar los cuestionamiento de ellos, no estemos atendiendo de buena manera y no sabemos si el cliente está satisfecho, por lo tanto hay que recibir siempre opiniones de nuestras atenciones para estar afinados en la calidad de atención. (p.55)

Tabla 1: Matriz de variable de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA DE INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICION			
Variables Independiente CONTROL ORGANIZACION AL	Arango (2007) “el control organizacional es un sistema que se ocupa de la interrelación de las habilidades , tomas de decisiones, estructuras y dispositivos utilizados para medir, ordenar y evaluar el comportamiento de las personas y el uso que ellas hacen de los recursos con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos”. P.81	El control organizacional se define a través de cuatro dimensiones: Interrelación de habilidades, tomas de decisiones, comportamiento de las personas y cumplimiento de los objetivos, ya que los ítems será descifrado mediante la escala de Likert. Por lo tanto se va usar el instrumento aplicable es el cuestionario y consta de 15 preguntas, el cual permitió medir las dimensión en los niveles ordinarios, por lo tanto se aplicó una encuesta que fue procesado al software estadísticos Spss 24v.	Interpretación de habilidades	Habilidades Técnicas	1,2	La técnica utilizado es de encuesta con instrumento un cuestionario tipo Likert	Ordinal			
				Habilidades Conceptuales	3					
				Habilidades Humanas	4,5					
			Toma de decisiones	Conocimiento de resultado	6					
				Programabilidad	7					
				Criterio para la toma de decisiones	8					
				Impacto de la decisiones	9					
			Comportamiento de las personas	cultura organizacional	10,11					
				valores personales	12					
				Actitudes	13					
			Cumplimientos de Objetivos	verificación de metas	14					
				Objetivos	15					
			Variable Dependiente SATISFACCION DEL CLIENTE	Amnstrong, Kotler (2004 nos indica que la satisfacción del cliente es someter al cliente a una sensación de cumplir sus necesidades mediante un producto en nuestro caso el servicio de barbería hasta llegar a un nivel de confort, mediante una experiencia que le otorgue beneficios. El resultado es positivo será de la satisfecho y encantado si esta experiencia pasa los niveles de expectativa y si es negativo será de insatisfecho asta perdida de cliente. (p.14)	Por lo tanto en nuestra investigación tomamos tres dimensiones: Comunicación – precio, Transparencia y Expectativas; ya que los ítems será decifrados mediante la escala de Likert. Por lo tanto se va usar el instrumento aplicable es el cuestionario y consta de 15 preguntas, el cual permitió medir las dimensión en los niveles ordinarios, por lo tanto se aplicó una encuesta que fue procesado al software estadísticos Spss 24v.			Comunicación precio	grado del precio y servicio	16,17
									Recomendación y permanencia.	18,19
									comunicación post venta	20,21
transparencia	grado de veracidad	22,23,24								
	Confianza	25,26								
Expectativas	experiencia de las atenciones anteriores	27,28								
	opiniones de amistad y familiares	29,30								

Fuente: Elaboración propia,

2.2 Población y muestra.

2.3.1. Población.

La investigación se realizó en la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, utilizamos a la cartera de clientes frecuentes, en esta investigación frecuentamos cincuenta (50) clientes siendo, por lo tanto la población se ha considerado censal. Chuquipoma (2017) no define “La población es censal, porque se seleccionó toda la población, por lo tanto se considera un número accesibles de individuos, es decir todas las unidades de investigación se han considerado como muestra (universo, población y muestra)” (p.46)

2.3.2. Muestra

Bernal (2010) nos indica que la muestra es una parte de la población, el cual se eligió para dar resultado y de ello otorga una información que será derivada para el avance del estudio (p. 161)

Por lo tanto la población no llega a 125 individuos que es la mínima por lo tanto se aplicará el método censal.

2.4. Técnicas de recolección de datos.

La tesis usó como instrumento para las consultas, el cuestionario, como mencionan los investigadores anteriormente, es una técnica, muy confiable también sencilla. Ello nos permitirá recolectar la información necesaria de la “Barbería Rogelio Barber Shop” de San Martín de Porres con facilidad. Resalto que la investigación se adquirió una escala presentando cinco opciones de respuesta: Nunca, Casi Nunca, A Veces, Casi Siempre y Siempre, 30 ítems se presentó al cuestionario.

2.4.1. Técnica.

La argumentación, tomo la encuesta como técnica por lo tanto los datos obtenidos es mediante el uso de procedimientos estandarizados, Carrasco (2005) La encuesta es un método para la investigación y de recopilación de información debido a su versatilidad, objetividad y sencillez de los información que se obtiene de diversas personas. (p.314)

2.4.2. Instrumento.

Para recolectar datos se empleó el cuestionario como instrumento de la argumentación, donde se fomentó 15 preguntas para cada variables (Independiente: Control organizacional y dependiente: satisfacción del cliente) el cual nos tomaremos como información de importante para poder observar el nivel de satisfacción en general, el cuestionario va ser dirigido a los clientes frecuentes de la barbería Rogelio Barber Shop del distrito de San Martin de Porres.

2.4.3. Validez.

Para establecer la autenticación del cuestionario de la tesis se tomó a cabo, la revisión de los expertos.

Hernández, Baptista y Fernández, (2006), Para una investigación es importante el juicio de expertos y la revisión es necesaria para mayor relevancia con la opinión de dichos expertos en la materia. (p.566).

La investigación empleó la técnica validación con las opiniones relevantes de los expertos en el área gestión de organizaciones con el grado académico doctor que laboran en la Escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, la validación se dio por los siguientes:

Tabla 2: *Tabla de validación*

Experto	Calificación del Instrumento
Dr. Tantalean Tapia, Ivan	Aplicable
Dr. Costilla Castillo, Pedro	Aplicable
Dr. Cardenas Saavedra, Abraham	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

Cada experto dio su punto de vista y aprobación, otorgado su signatura a los documentos de validez que se le otorgó a cada uno.

2.4.4. Confiabilidad del instrumento

Esta herramienta mide el grado de confiabilidad durante la aplicación de los resultados

Tabla 3: Criterios de Confiabilidad

ESCALA DE VALORES PARA DETERMINA LA CONFIABILIDAD	
-Coeficiente alfa >.9 es excelente	FIABLE y CONSISTENTE
- Coeficiente alfa >.8 es bueno	
-Coeficiente alfa >.7 es aceptable	
- Coeficiente alfa >.6 es cuestionable	INCONSISTENTE, INESTABLE
- Coeficiente alfa >.5 es pobre.	
-Coeficiente alfa <.5 es inaceptable	
-Coeficiente alfa de 01. A 0.49 baja confiabilidad	NO CONFIABLE.
-Coeficiente alfa 0 es No confiable	

Fuente: George y Mallery (2003, p.231); Leyenda: > mayor a; < menor a

Tabla 4: Resumen de procesamiento de casos

<i>Resumen de procesamiento de casos</i>			
		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: Podemos observar en la tabla N° 4 que tenemos a N que representa al número de personas encuestadas en este caso 50 clientes frecuentes de la Barbería Rogelio Barber Shop, por lo tanto el software Spss v24 ha validado el total de las personas que respondieron al cuestionario que representa el 100%, teniendo 0% de exclusión.

Tabla 5: Estadística de fiabilidad

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,970	,961	30

Fuente: Elaboración propia

Según Sampieri (2006) teniendo un > 0.80 en el alfa de cronbach, indicaremos que la instrumento está altamente confiable. (p. 221)

Interpretacion: Observamos en la tabla N°5, nos evidencia los resultados que nos otorga el software Spss V.24, con un indicado de confiabilidad a un 0.970, paralelamente observamos la tabla N°3, acatamos a uno comparación de resultados, entonces nuestro indicador de confiabilidad de nuestro es instrumento es considerado como Fiable y consistente, tomando el criterio de sampiere a nuestro resultado es altamente confiable. Por lo tanto nuestro instrumento esta correlacionado a nuestras variables mediante las preguntas del cuestionario otorgado, dado que se pretendió resolver.

2.5 Métodos de análisis de datos.

Según Baptista, Fernandez, Hernández, (2006), El software SPSS 24v es el programa informativo estadístico y muy usado en las ciencias sociales también aplicadas, tiene una cobertura de ejercer con bases de referencias inmensa de una manera más sencilla y eficaz para dicho análisis. (p.410)

Alfa de CronBach fue creada por Cronbach J. L, está prueba usa una sola gestión del instrumento produciendo valores como 0 a 1. Su ventaja reside en la aplicación de su totalidad del instrumento sin tener que dividirlos los ítems simplemente se calcula la medición del coeficiente. (Hernández, et al., 2003).

Descriptivo.

La investigación es de modo cuantitativo, porque manejo la estadística descriptiva a un conglomerado de métodos y procesos, como lo siguientes: la distribución de frecuencia, donde su esencia es la interpretación y requerimiento de información con vinculación a un conjunto de personas, adaptando prototipo matemáticos a la realidad con una demostración deductivo e inductivo.

Inferencial.

Es inferencial porque permite probar las hipótesis, también calcular la estadística poblacional más conocido como parámetros, los mismos que fueron inferidos ya que se recolecta datos del total poblacional (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.299) la Argumentación infiere o estima conclusiones ya que vamos a prueba las afirmaciones que se hacen acerca de mi población.

2.5.2. Análisis ligado a la Hipótesis

Se basó la tesis a una razón de hipótesis general ya que se acepta (hipótesis alterna) o rechaza (hipótesis nula) las afirmaciones acerca de las variables proporcionadas en el estudio, en base a la correlación de Pearson.

2.6 Aspecto Éticos.

La información recaudada para la pesquisa no se va adulterar, ya que los datos va han se auténticos y de absoluta confiabilidad.

Los resultados obtenidos serán reservados, donde tendrá solo de uso académico.

Las referencias obtenidas son para fines demográficos y honrados a la verdad según norma y uso de la Universidad Cesar Vallejo

III.- RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo de los Datos.

Barra de la dimensión Interpretación de Habilidades – Control Organizacional.

Tabla 6: *Interrelación de Habilidades - Control Organizacional*

INTERRELACIÓN DE HABILIDADES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	5	10,0	10,0	10,0
	Siempre	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

¿Sientes que tu barbero está capacitado para tu atención?

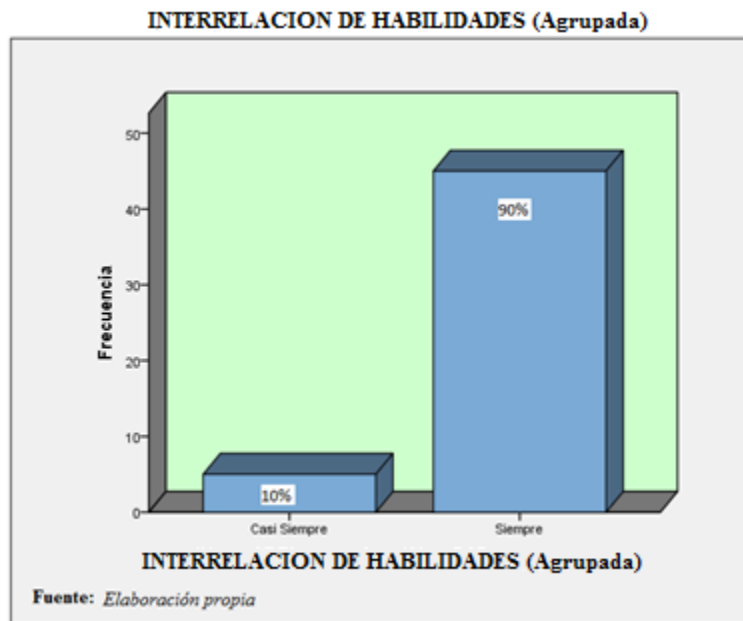


Figura 1: *Interpretación de Habilidades - Control organizacional*

Interpretación: según grafica Nro. 1, los clientes frecuentes represan a 50 personas, según resultado 45 clientes representa el 90% de los clientes frecuentes de la barbería, por lo tanto optaron por la opción “SIEMPRE” sienten que su barbero está capacitado para su atención, por lo tanto 5 individuos representa el 10% de los clientes frecuentes de la barbería donde optaron por la opción “CASI SIEMPRE” en la dimensión Interpretación de habilidad de la Barbería Rogelio Barber Shop.

Barra de dimensión Toma de decisiones – Control Organizacional.

Tabla 7: Toma de decisiones - Control Organizacional

TOMA DE DESICIONES (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	3	6,0	6,0	6,0
	Siempre	47	94,0	94,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuentes: Elaboración propia.

¿Tomas con buen ánimo las decisiones de la Barbería Rogelio Barber Shop?

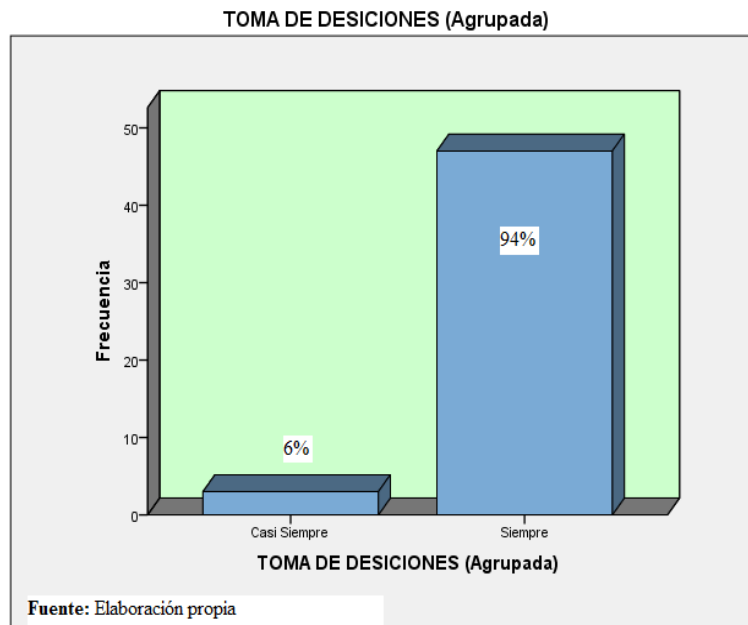


Figura 2: Toma de decisiones - Control Organizacional

Interpretación: según grafica Nro. 2, los clientes frecuentes represan a 50 personas, según resultado 47 clientes representa el 94% de los clientes frecuentes de la barbería, por lo tanto optaron por la opción “SIEMPRE” sienten que su barbero está capacitado para su atención, por lo tanto 3 individuos representa el 6% de los clientes frecuentes de la barbería donde optaron por la opción “CASI SIEMPRE” en la dimensión toma de decisiones de la Barbería Rogelio Barber Shop.

Barra de dimensión Comportamiento de las personas – Control Organizacional

Tabla 8: Comportamiento de las personas - Control Organizacional

COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	5	10,0	10,0
	Siempre	45	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

¿Tu Barbero muestra educación y respeto en tu atención?

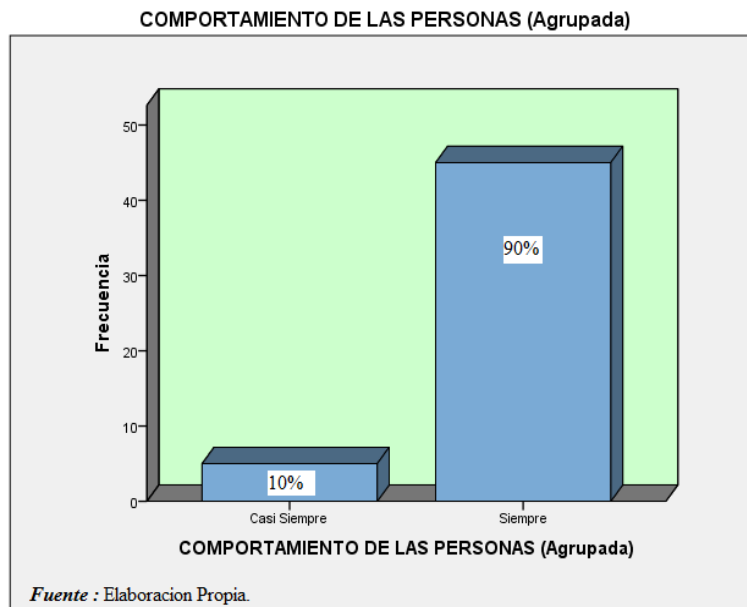


Figura 3: Comportamiento de las personas - Control Organizacional

Interpretación: según grafica Nro. 3, los clientes frecuentes represan a 50 personas, según resultado 45 clientes representa el 90% de los clientes frecuentes de la barbería, por lo tanto optaron por la opción “SIEMPRE” siente que su barbero está capacitado para su atención, por lo tanto 5 individuos representa el 10% de los clientes frecuentes de la barbería donde optaron por la opción “CASI SIEMPRE” en la dimensión Comportamiento de las personas de la Barbería Rogelio Barber Shop.

Barra de dimensión Cumplimiento de Objetivos.

Tabla 9: Cumplimiento de Objetivo - Control Organizacional

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	6	12,0	12,0	12,0
	Siempre	44	88,0	88,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

¿El personal de la barbería Rogelio Barber Shop cumple con experiencia idóneo para tu atención?

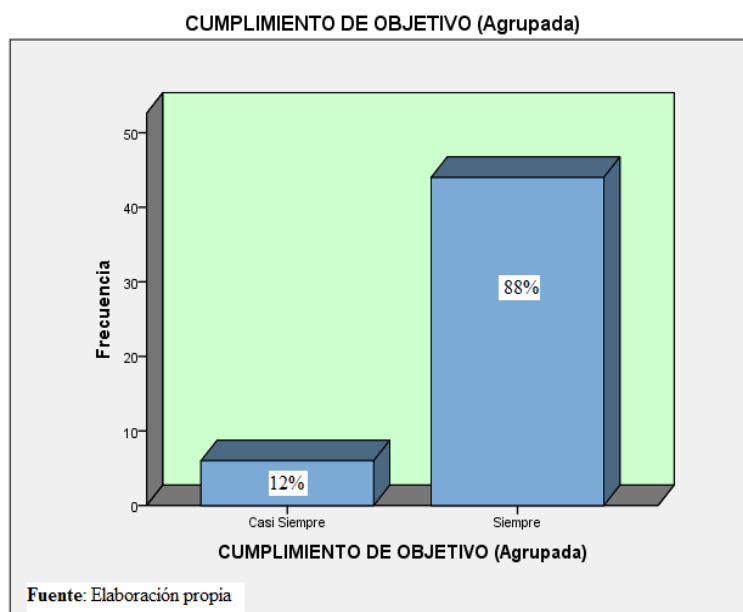


Figura 4: Cumplimiento de Objetivo - Control Organizacional

Interpretación: según grafica Nro. 4, los clientes frecuentes represan a 50 personas, según resultado 44 clientes representa el 88% de los clientes frecuentes de la barbería, por lo tanto optaron por la opción “SIEMPRE” sienten que su barbero está capacitado para su atención, por lo tanto 6 individuos representa 12% de los clientes frecuentes de la barbería donde optaron por la opción “CASI SIEMPRE” en la dimensión de cumplimiento de objetivo de la Barbería Rogelio Barber Shop.

Barra dimensión Comunicación – Precio – Satisfacción del cliente.

Tabla 10: Comunicación - Precio - Satisfacción del cliente

COMUNICACION - PRECIO (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	4	8,0	8,0	8,0
Casi Siempre	14	28,0	28,0	36,0
Siempre	32	64,0	64,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

¿El precio de la atención de la barbería Rogelio Barber Shop, está acorde con el servicio blindado?

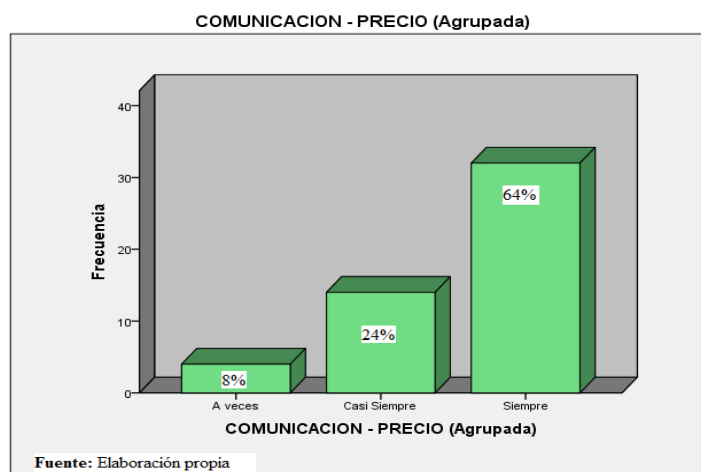


Figura 5: Comunicación - Precio - Satisfacción del cliente

Interpretación: según grafica Nro. 5, los clientes frecuentes represan a 50 personas, según resultado 32 clientes representa el 64% de los clientes frecuentes de la barbería, por lo tanto optaron por la opción “SIEMPRE” sienten que su barbero está capacitado para su atención, por lo tanto 14 individuos representa el 28% de los clientes frecuentes de la barbería donde optaron por la opción “CASI SIEMPRE” , por lo tanto 4 personas representa el 8% indica “A veces” a la dimensión Comunicación –precio de la Barbería Rogelio Barber Shop.

Barra dimensión Transparencia – Satisfacción del cliente.

Tabla 11: Transparencia - Satisfacción del cliente

TRANSPARENCIA (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	10	20,0	20,0	20,0
	Siempre	40	80,0	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

¿La barbería Rogelio Barber Shop cumple con la atención solicitada?

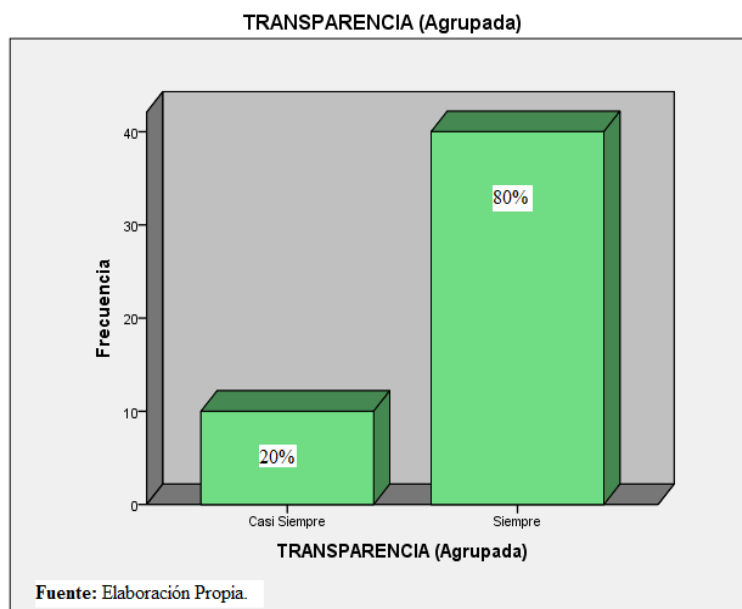


Figura 6: Transparencia - Satisfacción del cliente

Interpretación: según grafica Nro. 6, los clientes frecuentes represan a 50 personas, según resultado 40 clientes representa el 80% de los clientes frecuentes de la barbería, por lo tanto optaron por la opción “SIEMPRE” sienten que su barbero está capacitado para su atención, por lo tanto 10 individuos representa el 20% de los clientes frecuentes de la barbería donde optaron por la opción “CASI SIEMPRE” en la dimensión de Transparencia de la Barbería Rogelio Barber Shop.

Barra dimensión Expectativas – Satisfacción al cliente.

Tabla 12: Expectativas - Satisfacción del cliente

<i>EXPECTATIVA (Agrupada)</i>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	7	14,0	14,0	14,0
	Siempre	43	86,0	86,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

¿La atención del servicio fue mejor de lo esperado?

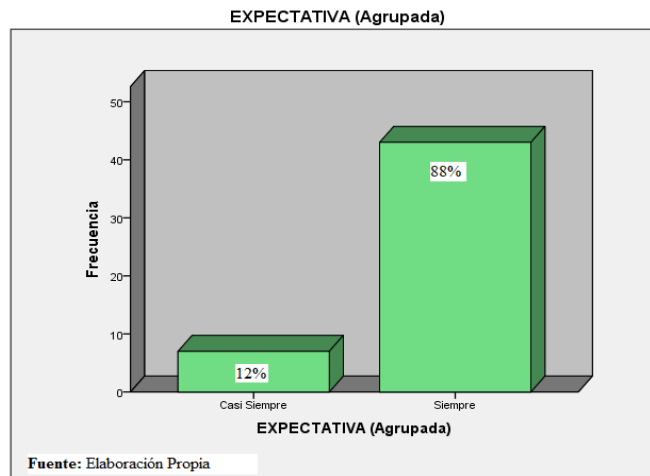


Figura 7: Expectativas - Satisfacción del cliente

Interpretación: según grafica Nro. 7, los clientes frecuentes represan a 50 personas, según resultado 44 clientes representa el 88% de los clientes frecuentes de la barbería, por lo tanto

optaron por la opción “SIEMPRE” sienten que su barbero está capacitado para su atención, por lo tanto 6 individuos representan el 12% de los clientes frecuentes de la barbería donde optaron por la opción “CASI SIEMPRE” en la dimensión de Expectativa de la Barbería Rogelio Barber Shop.

3.2. Análisis inferencial de los Datos.

3.2.1. Prueba de Hipótesis.

Dado el cotejo se procedió a las hipótesis a su corroboración, donde nos va especificar la autenticidad del análisis fomentado en la población, en este caso fue censal, es donde se aplicaron las no paramétricas como pruebas correspondientes. La “R” de Pearson fue la prueba que se aplicó para este hecho de las hipótesis. Ya que Bernal (2010) “nos confirma si la correlación es un procedimiento estadístico, donde se utiliza para suputar las conexiones entre las variables de dos a más y nos otorga su grado de ello” (p. 216)

Tabla 13: Niveles de correlación dependiendo del coeficiente Rho

Coeficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa grande o perfecta
-0.90	Correlación negativa muy alta o muy fuerte
-0.75	Correlación negativa alta o considerable
-0.50	Correlación negativa moderada o media
-0.25	Correlación negativa baja o débil
-0.10	Correlación negativa muy baja o muy débil
0.00	No existe Correlación alguna entre las variables o es nula
+0.10	Correlación positiva muy baja o muy débil
+0.25	Correlación positiva baja o débil
+0.50	Correlación positiva moderada o media
+0.75	Correlación positiva alta o considerable
+0.90	Correlación positiva muy alta o muy fuerte
+1.00	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández, S. y Fernández, C. y baptista, P. 2010, p.238

a) Prueba de Hipótesis de relación variable agrupada.

Hipótesis General.

HG: Existe influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito San Martin de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H0: El control organizacional no influye en la satisfacción de clientes de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

Ha: El control organizacional si influye en la satisfacción de clientes de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, Z=1.96

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H0** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H a** (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 14: Análisis de correlación - Control Organizacional y satisfacción del cliente

<i>Correlaciones</i>		CONTROL ORGANIZACIONAL (Agrupada)	SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)
CONTROL ORGANIZACIONAL (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,612**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)	Correlación de Pearson	,612**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Podemos Observar la Tabla Nro.17, N= 50 clientes frecuentes que representa a la totalidad de la población, nuestro argumento no es paramétrica, por lo mismo que no se expanden la probabilidad específica de cierta forma, donde concluimos que la razón de correlación en Pearson 0.612, verificando los niveles de la tabla 13, da un resultado de correlación positiva moderada o media, apreciamos 0.000 es la significancia que es menor al nivel de significativo 0.05($0.00 < 0.05$; 95%; $Z=1.96$), por lo tanto indicamos que la hipótesis nula se descarta y se acepta la hipótesis alterna, porque se comprobó que existe una significativa relación entre las variables del control organizacional con la satisfacción de los clientes de la barbería Rogelio Barber Shop del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

b) Prueba de Hipótesis de Relación por dimensiones Agrupadas.

Prueba de Hipótesis Específica 1

H1: La interpretación de habilidades influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H0: La interpretación de habilidades no influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

Ha: La interpretación de habilidades si influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, $Z=1.96$

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H₀** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H_a** (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 15: Análisis de correlación - Interrelación de habilidades y Satisfacción del cliente

Correlaciones

		INTERRELACION DE HABILIDADES (Agrupada)	SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)
INTERPRETACION DE HABILIDADES (Agrupada)	Correlación	1	,778**
	de Pearson		
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)	Correlación	,778**	1
	de Pearson		
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Podemos Observar la Tabla Nro.15, N= 50 clientes frecuentes que representa a la totalidad de la población, nuestro argumento no es paramétrica, por lo mismo que no se expanden la probabilidad específica de cierta forma, donde concluimos que la razón de correlación en Pearson 0.778, verificando los niveles de la tabla 13, da un resultado de correlación positiva alta considerable, apreciamos 0.000 es la significancia que es menor al nivel de significativo 0.05 ($0.00 < 0.05$; 95%; $Z=1.96$), por lo tanto indicamos que la hipótesis nula se descarta y se acepta la hipótesis alterna, porque se comprobó que existe una significativa relación entre las variables del control organizacional con la satisfacción de los clientes de la barbería Rogelio Barber Shop del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

Prueba de Hipótesis Específica 2

H2: El comportamiento de las personas influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H₀: El comportamiento de las personas no influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

H_a: El comportamiento de las personas sí influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, Z=1.96

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H₀** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H_a** (Hipótesis Alternativa)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 16: Análisis de correlación - El comportamiento de las personas y Satisfacción del cliente

<i>Correlaciones</i>			
		COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS (Agrupada)	SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)
COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,778**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)	Correlación de Pearson	,778**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Podemos Observar la Tabla Nro.16, N= 50 clientes frecuentes que representa a la totalidad de la población, nuestro argumento no es paramétrica, por lo mismo que no se expanden la probabilidad específica de cierta forma, donde concluimos que la

razón de correlación en Pearson 0.778, verificando los niveles de la tabla 13, da un resultado de correlación positiva alta o considerable, apreciamos 0.000 es la significancia que es menor al nivel de significativo 0.05 ($0.00 < 0.05$; 95%; $Z=1.96$), por lo tanto indicamos que la hipótesis nula se descarta y se acepta la hipótesis alterna, porque se comprobó que existe una significativa relación entre las variables del control organizacional con la satisfacción de los clientes de la barbería Rogelio Barber Shop del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

Prueba de Hipótesis Específica 3

H3: El Cumplimiento de Objetivos influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H0: El Cumplimiento de objetivos no influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

Ha: El Cumplimiento de Objetivos si influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T = 0.05, nivel de aceptación = 95%, $Z=1.96$

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H0** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H a** (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 17: Análisis de correlación - El cumplimiento de Objetivos y satisfacción del cliente.

Correlaciones

		CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO (Agrupada)	SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)
CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,698**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)	Correlación de Pearson	,698**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Podemos Observar la Tabla Nro.17, N= 50 clientes frecuentes que representa a la totalidad de la población, nuestro argumento no es paramétrica, por lo mismo que no se expanden la probabilidad especifica de cierta forma, donde concluimos que la razón de correlación en Pearson 0.698, verificando los niveles de la tabla 13, da un resultado de correlación positiva moderada o media, apreciamos 0.000 es la significancia que es menor al nivel de significativo 0.05($0.00 < 0.05$; 95%; $Z=1.96$), por lo tanto indicamos que la hipótesis nula se descarta y se acepta la hipótesis alterna, porque se comprobó que existe una significativa relación entre las variables del control organizacional con la satisfacción de los clientes de la barbería Rogelio Barber Shop del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

3.3. Prueba de Regresión lineal.

a) Prueba de regresión lineal por variables agrupada.

Hipótesis General.

HG: Existe influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito San Martin de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H0: El control organizacional no influye en la satisfacción de clientes de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

Ha: El control organizacional si influye en la satisfacción de clientes de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, Z=1.96

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H0** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H a** (Hipótesis Alternativa)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 18: Resumen del control organizacional y Satisfacción del cliente (agrupado)

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,625 ^a	,390	,377	,239	,390	30,692	1	48	,000

a. Predictores: (Constante), CONTROL ORGANIZACIONAL

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Observamos tabla N° 18, R= 0.625, donde R es el coeficiente de Pearson, por lo tanto R^2 es el chi cuadrado, que dio por resultado a 0.377, por lo tanto nos refiere que la variable Satisfacción del cliente está evolucionando en un 37.7% por cada sucesos de la

variable control organizacional, comparando con la tabla N° 19, la variación de estandarización es baja.

Tabla 19: Porcentajes estandarizados.

Porcentaje estandarizado	
PORCENTAJE	TENDENCIA
1% - 20%	Muy baja
21% - 40%	Baja
41% - 60%	Moderada
61% - 80%	Alta
81% - 100%	Muy alta

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 20: Anova de Control Organizacional y Satisfacción al cliente (agrupado).

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,755	1	1,755	30,692	,000 ^b
	Residuo	2,745	48	,057		
	Total	4,500	49			

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), CONTROL ORGANIZACIONAL

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación. Observamos la tabla N°20 nos refiere al análisis ANOVA, observamos el grado de libertad 49, también el valor de Fisher ($f=30.692$), dándome un tanteo positivo, porque a la derecha se encuentra el valor critico ($Z=1.92$), se descarta la hipótesis nula y el 0.00 es la significancia encontrada donde es menos que la significancia de la argumentación que es 0.05 (sig. T=0.05) ($0.000 < 0.05$, aceptación 0=95%, $Z=1.96$), dado la regla se decide que el control organizacional influye en la satisfacción del cliente de la barbería Rogelio Barber Shop, San Martin de Porres, 2018.

Tabla 21: Coeficiente del Control Organizacional y Satisfacción al cliente (agrupada).

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	1,958	,532		3,679	,001
	CONTROL ORGANIZACIONAL	,630	,114	,625	5,540	,000

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Observamos la tabla N° 21, T- student ($t=3.679$) que es el coeficiente, tuvimos en cuenta el valor crítico de la argumentación, el $B_0=1.958$, en el sistema de coordenada el B_0 es el eje vertical por lo tanto tendrá una intersección con el $B_1=0.630$ corresponde al número de unidades que crecerá en la variable de la satisfacción del cliente, entonces por cada unidad que crecerá la variable control organizacional. Por lo tanto nos afirma las variables tiene relación directa y positiva, con una pendiente 0.630. Entonces los valores $\text{sig} = 0.000$ es menor que la significancia (0.05), afirmamos que el 95% del control organizacional influye en la satisfacción del cliente en la barbería Rogelio Barber Shop, San Martin de Porres, 2018.

- Ecuación de regresión lineal

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X$$

Usamos los coeficientes β y lo resumimos en la anterior ecuación.

$$Y = 1.958 + 0.630 X$$

$$Y = 1.328$$

Interpretación: observamos los resultado de la ecuación de regresión lineal, concluimos que un 63.0% aporta la variable del control organizacional en la variable de la satisfacción del cliente, por lo tanto la intersección a la satisfacción del cliente es su valor 1.328.

c) **Prueba de regresión línea por dimensiones agrupadas.**

Prueba de Hipótesis Especifica 1

H1: La interpretación de habilidades influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H0: La interpretación de habilidades no influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

Ha: La interpretación de habilidades si influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, Z=1.96

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H0** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H a** (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 22: Resumen de Interrelación de habilidades y Satisfacción del cliente.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,666 ^a	,443	,431	,228	,443	38,188	1	48	,000

a. Predictores: (Constante), INTERRELACION DE HABILIDADES

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Observamos tabla N° 18, R= 0.666, donde R es el coeficiente de Pearson, por lo tanto R^2 es el chi cuadrado ajustado, que dio por resultado a 0.431, por lo tanto nos refiere que la variable Satisfacción del cliente está evolucionando en un 43.1% por cada

sucesos de la variable control organizacional, comparando con la tabla N° 19, la variación de estandarización es moderada

Tabla 23: Anova de Interpretación de Habilidades y satisfacción del cliente (agrupada)

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,994	1	1,994	38,188	,000 ^b
	Residuo	2,506	48	,052		
	Total	4,500	49			

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

b. Predictores: (constante) INTERRELACION DE HABILIDADES

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación. Observamos la tabla N°23 nos refiere al análisis ANOVA, observamos el grado de libertad 49, también el valor de Fisher ($f=38.188$), dándome un tanteo positivo, porque a la derecha se encuentra el valor crítico ($Z=1.92$), se descarta la hipótesis nula y el 0.00 es la significancia encontrada donde es menos que la significancia de la argumentación que es 0.05 (sig. $T=0.05$) ($0.000 < 0.05$, aceptación $0=95\%$, $Z=1.96$), dado la regla se decide que el control organizacional influye en la satisfacción del cliente de la barbería Rogelio Barber Shop, San Martin de Porres, 2018.

Tabla 24: Coeficiente de Interpretación de habilidades y satisfacción del cliente. (Agrupada)

Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (constante)	2,518	,387		6,508	,000
INTERRELACION DE HABILIDADES	,517	,084	,666	6,180	,000

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Observamos la tabla N° 24, T- student ($t=6.508$) que es el coeficiente, tuvimos en cuenta el valor crítico de la argumentación, el $B0=2.518$, en el sistema de coordenada el $B0$ es el eje vertical por la tanto tendrá una intersección con el $B1=0.517$ corresponde al número de unidades que crecerá en la variable de la satisfacción del cliente,

entonces por cada unidad que crecerá la variable interrelación de habilidades. Por lo tanto nos afirma las variables tiene relación directa y positiva, con una pendiente 0.517. Entonces los valores sig = 0.000 es menor que la significancia (0.05), afirmamos que el 95% del control organizacional influye en la satisfacción del cliente en la barbería Rogelio Barber Shop, San Martin de Porres, 2018.

- Ecuación de regresión lineal

$$Y = \beta_0 + \beta_1$$

Usamos los coeficientes β y lo resumimos en la anterior ecuación.

$$Y = 2.518 + 0.517$$

$$Y = 2.001$$

Interpretación: observamos los resultado de la ecuación de regresión lineal, concluimos que un 51.7% aporta la variable del control organizacional en la variable de la satisfacción del cliente, por lo tanto la intersección a la satisfacción del cliente es su valor 2.001.

Prueba de Hipótesis Específica 2

H2: El comportamiento de las personas influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H0: El comportamiento de las personas no influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, Z=1.96

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H0** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H a** (Hipótesis Alterna)

Ha: El comportamiento de las personas si influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 25: Resumen de Comportamiento de las personas y Satisfacción del cliente.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,601 ^a	,361	,348	,245	,361	27,130	1	48	,000

a. Predictores: (Constante), COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Observamos tabla N° 18, $R = 0.601$, donde R es el coeficiente de Pearson, por lo tanto R^2 es el chi cuadrado ajustado, que dio por resultado a 0.348 , por lo tanto nos refiere que la variable Satisfacción del cliente está evolucionando en un 34.8% por cada sucesos de la variable control organizacional, comparando con la tabla N° 19, la variación de estandarización es baja.

Tabla 26: Anova de Comportamiento de las Personas y satisfacción del cliente (agrupada)

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,625	1	1,625	27,130	,000 ^b
	Residuo	2,875	48	,060		
	Total	4,500	49			

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación. Observamos la tabla N° 26 nos refiere al análisis ANOVA, observamos el grado de libertad 49, también el valor de Fisher ($f=27.130$), dándome un tanteo positivo, porque a la derecha se encuentra el valor crítico ($Z=1.92$), se descarta la hipótesis nula y el 0.00 es la significancia encontrada donde es menos que la significancia de la argumentación que es 0.05 (sig. $T=0.05$) ($0.000 < 0.05$, aceptación $0=95\%$, $Z=1.96$), dado la regla se decide

que el control organizacional influye en la satisfacción del cliente de la barbería Rogelio Barber Shop, San Martin de Porres, 2018.

Tabla 27: Coeficiente de Comportamiento de las Personas y satisfacción al cliente.

Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
	B	Error estándar	Beta			
1 (Constante)	2,575	,448			5,751	,000
COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS	,500	,096	,601		5,209	,000

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Observamos la tabla N° 27, T- student (t=5.751) que es el coeficiente, tuvimos en cuenta el valor crítico de la argumentación, el B0=2.275, en el sistema de coordenada el B0 es el eje vertical por la tanto tendrá una intersección con el B1=0.500 corresponde al número de unidades que crecerá en la variable de la satisfacción del cliente, entonces por cada unidad que crecerá la variable control organizacional. Por lo tanto nos afirma las variables tiene relación directa y positiva, con una pendiente 0.50. Entonces los valores sig = 0.000 es menor que la significancia (0.05), afirmamos que el 95% al comportamiento de las personas influye en la satisfacción del cliente en la barbería Rogelio Barber Shop, San Martin de Porres, 2018.

- Ecuación de regresión lineal

$$Y = \beta_0 + \beta_1$$

Usamos los coeficientes β y lo resumimos en la anterior ecuación.

$$Y = 2.275 + 0.500$$

$$Y = 1.775$$

Interpretación: observamos los resultado de la ecuación de regresión lineal, concluimos que un 50.0% aporta la variable del control organizacional en la variable de la satisfacción del cliente, por lo tanto la intersección a la satisfacción del cliente es su valor 1.775.

Prueba de Hipótesis Específica 3

H3: El Cumplimiento de Objetivos influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

I. Planteamiento de Hipótesis

H0: El Cumplimiento de objetivos no influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, Z=1.96

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H0** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H a** (Hipótesis Alterna)

Ha: El Cumplimiento de Objetivos si influye en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.

II. Regla de decisión:

Sig. T= 0.05, nivel de aceptación = 95%, Z=1.96

Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la **H0** (Hipótesis Nula)

Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la **H a** (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla 28: Resumen de El cumplimiento de Objetivos y Satisfacción del cliente.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				Sig. Cambio en F
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	g1	g2	
1	,597 ^a	,356	,343	,246	,356	26,585	1	48	,000

a. Predictores: (Constante), CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Observamos tabla N° 18, $R = 0.597$, donde R es el coeficiente de Pearson, por lo tanto R^2 es el chi cuadrado ajustado, que dio por resultado a 0.343, por lo tanto nos refiere que la variable Satisfacción del cliente está evolucionando en un 34.3% por cada sucesos de la variable control organizacional, comparando con la tabla N° 19, la variación de estandarización es baja.

Tabla 29: Anova de Cumplimiento de Objetivos y satisfacción del cliente (agrupada)

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,604	1	1,604	26,585	,000 ^b
	Residuo	2,896	48	,060		
	Total	4,500	49			

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación. Observamos la tabla N°29 nos refiere al análisis ANOVA, observamos el grado de libertad 49, también el valor de Fisher ($f=26.585$), dándome un tanteo positivo, porque a la derecha se encuentra el valor critico ($Z=1.92$), se descarta la hipótesis nula y el 0.00 es la significancia encontrada donde es menos que la significancia de la argumentación que es 0.05 (sig. $T=0.05$) ($0.000 < 0.05$, aceptación $0=95\%$, $Z=1.96$), dado la regla se decide que el control organizacional influye en la satisfacción del cliente de la barbería Rogelio Barber Shop, San Martin de Porres, 2018.

Tabla 30: Coeficiente de Cumplimiento de Objetivos y satisfacción al cliente.

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	2,797	,409		6,833	,000
	CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO	,446	,086	,597	5,156	,000

a. Variable dependiente: SATISFACCION DEL CLIENTE (Agrupada)

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: Observamos la tabla N°30, T- student (t=6.833) que es el coeficiente, tuvimos en cuenta el valor crítico de la argumentación, el $B_0=2.797$, en el sistema de coordenada el B_0 es el eje vertical por lo tanto tendrá una intersección con el $B_1=0.446$ corresponde al número de unidades que crecerá en la variable de la satisfacción del cliente, entonces por cada unidad que crecerá la variable control organizacional. Por lo tanto nos afirma las variables tiene relación directa y positiva, con una pendiente 0.446. Entonces los valores sig = 0.000 es menor que la significancia (0.05), afirmamos que el 79% del cumplimiento de objetivos influye en la satisfacción del cliente en la barbería Rogelio Barber Shop, San Martín de Porres, 2018.

- Ecuación de regresión lineal

$$Y = \beta_0 + \beta_1$$

Usamos los coeficientes β y lo resumimos en la anterior ecuación.

$$Y = 2.797 + 0.446$$

$$Y = 2.351$$

Interpretación: observamos los resultado de la ecuación de regresión lineal, concluimos que un 44.6% aporta la variable del control organizacional en la variable de la satisfacción del cliente, por lo tanto la intersección a la satisfacción del cliente es su valor 2.351.

IV.- DISCUSIÓN

En nuestra argumentación y poder sustentar igualdades y desigualdades con otros investigadores o autores, por lo tanto analizaremos sus posturas similares, desacuerdos con otras investigaciones en el país.

Discusión por objetivo

Los objetivos planteados en mi tesis, tanto como los resultados confirmamos, el objetivo general de la investigación es determinar cómo influye el control organizacional en la satisfacción de los clientes, y con objetivos específicos: Determinar cómo influye la interpretación de habilidades en la satisfacción de clientes. Determinar cómo influye el comportamiento de las personas en la satisfacción de clientes. Determinar cómo influye el cumplimiento de objetivos en la satisfacción de clientes, con la prueba de correlación de Pearson indicaron los siguiente: $R= 0.625$, $R^2 = 0.390$, que se nota en la tabla 18 adaptada a la tabla 19 según los niveles de la tabla 13, obtuvimos una existencia de correlacion de grado alta considerable por lo tanto observamos 0.000 es el “sig” que es menor a la significancia 0.05 ($0.00 < 0.05$); 95% nivel de confianza, donde la población es de 50 clientes frecuentes, por lo que podemos dar como repuesta si hay una influencia positiva entre el control organizacional y la satisfacción del cliente de la barbería ROGELIO BARBER SHOP , San Martin de Porres, Lima, 2018.

Es similar el objetivo de la investigación a lo propuesto por **Arrascue, Cardozo (2016)** plantea el objetivo: decretar la influencia que hay en sus variables de gestión de calidad y la satisfacción del cliente, de acuerdo a su correlación de Pearson mostro: $R=0.890$ donde se concluyó que sus variables de gestión de calidad influye en su variable de satisfacción del cliente demostrando un grado alto de influencia.

EL autor nos muestra que su problemática de su investigación Cuál es la influencia que existe entre la gestión de la calidad y la satisfacción al cliente, donde su objetivo fue determinar la influencia entre la gestión de la calidad y la satisfacción al cliente, su tipo de investigación fue de tipo descriptivo correlacionar, tomando como diseño no experimental transversal, tomo para su investigación el muestre no probabilístico, donde su población es 41 clientes , por lo tanto el técnica fue encuesta a rellenar un cuestionario, opto como método de

investigación el inductivo deductivo, dando resultado su Rho es 0.890 d alto grado de influencia entre las variables.

Discusión por hipótesis

La hipótesis de la tesis y los resultados se han ratificado, la hipótesis general de la tesis es existe influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente y como hipótesis específicas: 1) La interpretación de habilidades influye en el control organizacional 2) El comportamiento de las personas influye en la satisfacción de clientes 3) El cumplimiento de objetivos influye en la satisfacción de clientes. La indagación demuestra como la hipótesis confirma la influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería que mantiene una interpretación de habilidades para desarrollar una satisfacción al cliente con un comportamiento de las personas y cumplimientos de objetivos de la BARBERIA ROGELIO BARBER SHOP, donde la hipótesis es similar a la investigación de **Arrascues, Cardozo (2016)** tiene coherencia a su hipótesis en que existe una influencia entre calidad de servicio y satisfacción del cliente de la clínica fertilidad del Norte, ya que los clientes encuestados en una población de 49 de personas, confirman que volverían atenderse a esta clínica por su atención aceptable y precios aceptables.

Discusión por metodología

La tesis su metodología es aplicada fue hipotético – deductivo, el tipo fue aplicada con diseño no experimental-transversal, y el nivel utilizado fue explicativo-casual, esta investigación guarda semejanza con la metodología realizada por **Zevallos (2016)** quien uso el método analítico, con el nivel de investigación básico, su diseño no experimental – transversal, descriptivo y explicativo, donde dio por resultado que el aprendizaje influye en el aprendizaje; por lo que la información descrita ayudara a realizar investigación relevantes con el fin de conocer de la situación problemática con la investigación científica.

Discusión por teoría.

La investigación tuvo como variable independiente el control organizacional y como variable dependiente la satisfacción del cliente, para el efecto se utilizó distintos autor de las cuales se resaltan los siguientes **Chuquipoma (2017)** afirma que “el control organizacional es adaptado a un sistema administrativo, donde regula las acciones de la organización a fin dar

el camino del cumplimiento de objetivos, por ende el control tiene responsabilidad de tener una conexión en las acciones que se realizan en las organización según propósito, es decir conexión entre los elementos administrativos brindando una estabilidad o equilibrio del sistema organizacional”(p.20) el cual se acepta la teoría de Calvo (2007) nos indica que “El control organizacional es aquel proceso que, basándose en la capacidad de influencia sobre las personas trata de asegurar que el desempeño de los individuos se oriente a los objetivos fijados por las organizaciones aplicando las medidas correctoras necesarias en cada caso” (p.3369)

Los autores reconocen que el control organizacional es un proceso que influencia en las personas asegurar el cumplimiento de objetivos mediante su desempeño. Amabas teorías se aceptan porque son similares y permitieron el desarrollo de la investigación con resultados óptimos.

Ñahuarima (2015) cita a kotler, Armstrong (2004, p.14) que la satisfacción al cliente es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto o servicio (o los resultados esperado con las expectativas de beneficios previas. Si lo resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado” (p.31) el cual se acepta la teoría planteada por **Delgado, Cardozo (2010)** cita a Borrego (2009, p.23) define que “la satisfacción del cliente es la percepción que tiene el cliente fueron alcanzadas o sobrepasadas sus expectativas en relación del producto o servicio” (P.70) ambos autores reconocen que la satisfacción del cliente es una percepción placentera de un servicio que cumple sus expectativas. Ambas teorías se aceptan porque la similitud y permitieron el desarrollo de mi tesis.

V.- CONCLUSIONES

Después de las evoluciones y obtenidos los resultados se instauro objetivos con la contratación de hipótesis tomando las siguientes conclusiones.

Como primera conclusión se determinó que el control organizacional influye en la satisfacción del cliente de la Barbería ROGELIO BARBER SHOP, porque hay muy buena interrelación de habilidades por lo tanto se manifiesta una efectiva toma de decisiones y un excelente comportamiento de las personas que contribuyen al cumplimiento de objetivo, como el confort que siente el cliente al adquirir un servicio en la barbería.

Como segunda conclusión se determinó que la interrelación de las habilidades influye en la satisfacción del cliente, por que el personal seleccionado tiene buenas habilidades técnicas como en comunicación con el cliente efectivo y el buen uso de las nuevas tecnologías (maquinas), donde sus habilidades conceptuales resaltan con el trabajo en equipo y mantiene una excelente habilidad humana por lo mismo que está capacitado en atención al cliente y resaltar la aptitud positiva de aceptar críticas buenas o malas por el servicio brindado.

Se ha determinado que el comportamiento de las personas influye considerablemente en la satisfacción del cliente, por lo mismo que su cultura organizacional es efectiva tomando en cuenta los valores personales de los barberos que tiene una gran actitud para resolver problemas y el cliente lo toma positivamente.

Se ha determinado que el cumplimiento de objetivos influye moderadamente en la satisfacción del cliente, debido a que están constante verificando sus metas mediante opiniones de los clientes, donde su vuelve una herramienta de retroalimentación y pueda reforzar decisiones en cumplimiento de los objetivos.

VI.- RECOMENDACIONES

Según la investigación obtenida, se recomienda la siguiente:

Se recomienda mejorar constantemente la interpretación de habilidades al personal, tener como herramienta la tecnología (internet), estar con las innovaciones que solicita el mercado, para incrementar la satisfacción del cliente y lograr una productividad eficiente.

Se recomienda para la toma de decisiones, hacer un análisis de 360 ° grados, tener en cuenta las opiniones en conjunto tanto Proveedor, cliente, barberos y administración, facultados en las distintas posiciones para obtener decisiones eficientes.

Se recomienda a la barbería, tener un seguimiento a la competencia a los precios que solicita el mercado, por ende verificar que es lo que tiene ellos y no la barbería, poder implantar un mejor servicio post, pre venta, esto ayudara incrementar la satisfacción al cliente.

Se recomienda tener un constante control a las metas poder cumplir los objetivos solicitado por la administración, como obtención de nuevos clientes frecuentes.

Se recomienda nuevas programadas de capacitación para los barberos en temas de atención del cliente y de cortes innovadores, para fortalecer sus interpretaciones de habilidades y grado de servicio.

Se recomienda hacer encuestas semanales a los clientes en tema de calidad de servicio, ya que nos ayudara a saber la opinión del cliente.

PROPUESTA

Tomando como base las propuestas obtenidas de la tesis, podemos emitir las siguientes propuestas.

Se propone implantar un nuevo sistema de control organizacional, con el propósito de mejorar continuamente la satisfacción del cliente, ya que la interpretación de habilidades y comportamiento de las personas de los barberos se deben ser fortalecidos de manera integrada con la administración, para así se pueda tomar buenas decisiones y llegar al cumplimiento de las objetivos de buena atención.

Se propone tener un programa en seguimiento de metas, con finalidad de ver el nivel de avance de las tareas asignadas, así tener en cuenta la retroalimentación constante y dar un buen empuje en el cumplimiento de los objetivos.

Se propone hacer encuestas semanales a los clientes en tema de calidad de servicio, ya que nos ayudara a saber la opinión del cliente.

Se propone incrementar la cartera de clientes frecuentes mediante un plan estratégico de publicidad vía redes sociales, tomando como socios estratégicos a personas influyentes (Youtuber, instagramers, influencer, deportistas, artistas), mediante la forma de “CANJE” a la “Publicación de la barbería en sus redes “así fortaleceremos la marca ROGELIO BARBER SHOP en el mercado actual de las barberías

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre Castro, Odalis Mercedes (2013). “*Control de Gestión en una organización del sector público- Caracas*”. Especialista en desarrollo organizacional. *Venezuela: Universidad Simón Bolívar*.
- Chuiquipoma Ojeda, Rosmery Katerine (2017). “Control Organizacional y gestión de administrativa en los trabajadores de la oficina de participación ciudadana del congreso de la república, Lima-2016” Maestra de gestión pública. Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Lic. Hernan Toniut (2013). “la medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de mar de plata”. Maestro en administración de negocios. Argentina: Universidad nacional del mar del plata.
- Espinoza Carvajal, Andrea Paola (2013). “*Prácticas y Narrativas de peluquería en la Alborada, Guayaquil*” Maestro en periodismo. Ecuador: Universidad Casa Grande.
- Freemont E. Kast y James E. Rosenzweig (2007). “*Administración en las organizaciones*” 4Ta edición”. *Graduate School of business Administration. Usa: University of Washington. (pag.536)*
- Linares y Oliva (2017). “*Aplicación del Marketing Mix para incrementar el nivel de ventas de la barbería sector 7, en la ciudad de Trujillo, en el I semestre del año 2017*”. *Licenciados en administración. Peru: Universidad Privada Antenor Orrego*.
- Navarro, Rojas, Hinojosa (2017). “*Factores que intervienen en el desarrollo del sistema de control de gestión del banco de crédito del Perú, sede Tacna-2017*”. Maestros en administración de negocio. Perú: Neumann Business School.
- Ñahuirima Tica, Yanina Milsa (2015). “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac-2015*”. *Licenciada en administración: Peru: Universidad Nacional José María Arguedas*.

- Rangel Varela, Diana Ximena (2015). *“Factibilidad del Proyecto de Peluquería para Hombres de estratos 5 y 6 en la ciudad de Medellín”*. Magister en Administración. Colombia: Universidad EAFIT.
- Reyes Hernández, Sonia Patricia (2014). *“Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango-Quezaltenango-Mexico”*. Licenciado en administración de empresas. México: Universidad Rfaek Landívar.
- Rodríguez Pajuelo, Hayro Joel (2016). *“Programa de comportamiento Organizacional de la empresa Ingeniería de Apoyo y servicios SAC, para optimizar los servicios de tercerización que presta en la sede Administrativa de Backus-Lima”*. Licenciado en administración. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Stephen P. Robbins (2004). *Comportamiento Organizacional, (10° edición)*. México: Pearson Educación. ISBN: 970-26-0423.

ANEXOS

Anexo 1: CUESTIONARIO

EL CONTROL DE ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERÍA "ROGELIO BARBER|SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, LIMA 2018

OBJETIVO: Determinar la influencia del control organizacional y satisfacción del clientes de la barbería "Rogelio Barber Shop" del distrito de San Martin de Porres, Lima 2018.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

NRO	ITEMS	VALORACION				
		1	2	3	4	5
DIMENSION INTERPRETACION DE HABILIDADES						
1	¿Sientes que hay una buena comunicacion entre el barbero y cliente?					
2	¿La barbería Rogelio Barber Shop, Usa la tecnología como el internet para darte alguna información como también en forma de pago con tarjeta de crédito o débito?					
3	¿Sientes que el personal de la barbería Rogelio Barber Shop trabaja en equipo para una atención eficiente?					
4	¿Sientes que tu barbero está capacitado para tu atención?					
5	¿Tu barbero acepta las criticas positivas y negativas de su servicio?					
DIMENSIONES TOMA DE DECISIONES						
6	¿La barbería Rogelio Barber Shop, da a conocer las decisiones que toman para sus clientes, como promociones y forma de pagos?					
7	¿Están informados de las actividades programadas como promociones, descuentos y días de atención que tiene la barbería Rogelio Barber Shop?					
8	¿Cuando la barbería Rogelio Barber Shop quiere tomar una decisión y/o cambio, solicita tu opinión o criterio?					
9	¿Tomas con buen ánimo las decisiones de la barbería Rogelio Barber Shop?					
DIMENSION COMPORTAMIENTO DE LA S PERSONAS						
10	¿Tu barbero resuelve algún inconveniente que has tenido en tu atención?					
11	¿Tu barbero cumple con informarte, el proceso de su servicio adquirido?					
12	¿Tu barbero muestra educación y respeto en tu atención?					
13	¿Tu barbero ante un inconveniente, ha podido resolverlos con actitud positiva?					
DIMENSION CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO						
14	¿Estas satisfecho con la atención obtenida en la barbería Rogelio Barber Shop?					
15	¿El personal de la barbería Rogelio Barber Shop cumple con experiencia idóneo para tu atención?					

Fuente: Elaboración propia.

DIMENSION COMUNICACION - PRECIO						
16	¿El precio de la atención de la barbería Rogelio Barber Shop, está acorde con el servicio brindado?					
17	¿Consideras que el precio que pagas por el servicio es justo?					
18	¿La barbería Rogelio barber Shop, te permite solicitar alguna sugerencia o reclamos para una mejor atención?					
19	¿Recomendarías a tus amistades la barbería Rogelio Barber Shop?					
20	¿La comunicación con tu barbero es adecuado y entendible?					
21	¿Estas agregado al WhatsApp de la barbería Rogelio Barber Shop para que puedas recibir promociones?					
DIMENSION TRANSPARENCIA						
22	¿La barbería Rogelio Barber Shop cumple con la atención solicitada?					
23	¿Estas satisfecho con los servicios de cortesía que te brinda la barbería Rogelio Barber Shop por tu tiempo de espera?					
24	¿Estas satisfecho del esfuerzo de tu barbero por dar un servicio sobresaliente?					
25	¿Te sientes seguro estando en la barbería Rogelio Barber Shop?					
26	¿El barbero brinda una imagen de honestidad y confianza?					
DIMENSION EXPECTATIVAS						
27	¿La atención del servicio fue mejor de lo esperado?					
28	¿El tiempo de la atención es el esperado?					
29	¿En relación a la calidad de servicio se siente satisfecho?					
30	¿Te sientes en confort cuando te atiendes en la barbería Rogelio Barber Shop?					

Gracias por su colaboración

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOOGIA
¿Cuál es la influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, 2018?	Determinar el control organizacional que influye en la satisfacción de los clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” de San Martín de Porres 2018”	Existe influencia del control organizacional en la satisfacción del cliente de la Barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito San Martín de Porres, Lima 2018.	INDEPENDIENTE	Interrelación de Habilidades.	Habilidades Técnicas	Diseño de Investigación: No Experimental de corte Transversal.
			CONTROL ORGANIZACIONAL		Habilidades conceptuales	
Toma de decisiones	Habilidades Humanas	Conocimiento de resultado		Nivel de investigación : Explicativo – Casual		
	Programabilidad					
	Criterio para la toma de decisiones	Población: 50 clientes Frecuentes. Muestra: La población es mínima por lo tanto se aplicó el método censal.				
Impacto de las decisiones						
Comportamiento de las personas	Cultura Organizacional	Técnica e instrumento de recolección de datos: encuesta aplicando un cuestionario con escala Likert.				
	Valores personales					
Cumplimiento de Objetivos	Actitudes					
	Verificación de metas					
DEPENDIENTE	Objetivos	Grado del precio y servicio		Comunicación – Precio.	Recomendación y permanencia	
			Comunicación post venta			
Satisfacción del Cliente	Transparencia	Grado de veracidad	Expectativas	Confianza		
				Experiencia de las atenciones anteriores.		
Opiniones de amistad y familiares.						
¿Cómo influye la interpretación de habilidades en la satisfacción del cliente de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018?	Determinar cómo influye la interrelación de habilidades en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.	La interrelación de habilidades influye en el control organizacional de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.				
¿Cómo influye el comportamiento de las personas en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018?	Determinar cómo influye el comportamiento de las personas en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.	El comportamiento de las personas influye en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.				
¿Cómo influye el cumplimiento de objetivos en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018?	Determinar cómo influye el cumplimiento de objetivos en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.	El cumplimiento de objetivos influye en la satisfacción de clientes de la barbería “Rogelio Barber Shop” del distrito de San Martín de Porres, Lima 2018.				

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: JUCIO DE EXPERTO – VALIDACION DE INSTRUMENTO

Título de la investigación: EL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTES DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018"							
Problema General: CUAL ES LA INFLUENCIA DEL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018.							
Apellidos y nombres del investigador: VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO							
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. JUAN ORLANDO, fantalean tapia.</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Control Organizacional	Interpretación de habilidades	Habilidades y técnicas	¿Sientes que hay una buena comunicación entre el barbero y cliente?	Ordinal tipo Likert. Nunca = 1 Casi Nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Habilidades conceptuales	¿La barbería Rogelio Barber Shop, Usa la tecnología como el internet para darte alguna información como también en forma de pago con tarjeta de crédito o débito?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Sientes que el personal de la barbería Rogelio Barber Shop trabaja en equipo para una atención eficiente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Habilidades Humanas	¿Sientes que tu barbero está capacitado para tu atención?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Tu barbero acepta las críticas positivas y negativas de su servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Toma de decisiones	Conocimiento de resultado	¿La barbería Rogelio Barber Shop, da a conocer las decisiones que toman para sus clientes, como promociones y forma de pagos?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Programabilidad		¿Estás informado de las actividades programadas como promociones, descuentos y días de atención que tiene la barbería Rogelio Barber Shop?	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Criterio para la toma de decisiones	¿Cuándo la barbería Rogelio Barber Shop quiere tomar una decisión y/o cambio, solicita tu opinión o criterio?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Impacto de las decisiones		¿Tomas con buen ánimo las decisiones de la barbería Rogelio Barber Shop?	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Comportamiento de las personas	Cultura organizacional	¿Tu barbero resuelve algún inconveniente que has tenido en tu atención?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Tu barbero cumple con informarte, el proceso de su servicio adquirido?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Valores personales	¿Tu barbero muestra educación y respeto en tu atención?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Cumplimiento de objetivos	Actitudes	¿Tu barbero ante un inconveniente, ha podido resolverlos con actitud positiva?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Verificación de metas		¿Estas satisfecho con la atención obtenida en la barbería Rogelio Barber Shop?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Objetivos		¿El personal de la barbería Rogelio Barber Shop cumple con experiencia idóneo para tu atención?	<input checked="" type="checkbox"/>				
FIRMA DEL EXPERTO.			Fecha <i>13/11/18</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Título de la investigación: EL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTES DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018"							
Problema General: CUAL ES LA INFLUENCIA DEL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018.							
Apellidos y nombres del investigador: VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO							
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. Juan Orlando, Tontalesn Topis.</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Satisfacción del cliente	Comunicación - precio	Grado del precio y servicio	¿El precio de la atención de la barbería Rogelio Barber Shop, está acorde con el servicio brindado? ¿Consideras que el precio que pagas por el servicio es justo?	Ordinal tipo Likert. Nunca = 1 Casi Nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5			
		Recomendación y permanencia	¿La barbería Rogelio barber Shop, te permite solicitar alguna sugerencia o reclamos para una mejor atención?				
			¿Recomendarías a tus amistades la barbería Rogelio Barber Shop?				
		Comunicación post venta	¿La comunicación con tu barbero es adecuado y entendible?				
	¿Estar agregado al WhatsApp de la barbería Rogelio Barber Shop para que puedas recibir promociones?						
	Transparencia	Grado de veracidad	¿La barbería Rogelio Barber Shop cumple con la atención solicitada?				
			¿Estas satisfecho con los servicios de cortesía que te brinda la barbería Rogelio Barber Shop por tu tiempo de espera? ¿Estás satisfecho del esfuerzo de tu barbero por dar un servicio sobresaliente?				
		Confianza	¿Te sientes seguro estando en la barbería Rogelio Barber Shop? ¿El barbero te da una imagen de honestidad y confianza?				
	Expectativas	Experiencia de las atenciones anteriores	¿La atención del servicio fue mejor de lo esperado? ¿El tiempo de la atención es el esperado?				
			Opiniones de amistad y familiares		¿En relación a la calidad de servicio se siente satisfecho? ¿Te sientes en confort cuando te atiendes en la barbería Rogelio Barber Shop?		
FIRMA DEL EXPERTO		Fecha					
		<i>[Firma]</i>		13/11/18			

Fuente: Elaboración propia.

Título de la investigación: EL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTES DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018"							
Problema General: CUAL ES LA INFLUENCIA DEL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018.							
Apellidos y nombres del investigador: VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO							
Apellidos y nombres del experto: <i>DR. COSTILLO CASTILLO PEDRO</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Control Organizacional	Interpretación de habilidades	Habilidades y técnicas	¿Sientes que hay una buena comunicación entre el barbero y cliente? ¿La barbería Rogelio Barber Shop, Usa la tecnología como el internet para darte alguna información como también en forma de pago con tarjeta de crédito o débito?	Ordinal tipo Likert. Nunca = 1 Casi Nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5			
		Habilidades conceptuales	¿Sientes que el personal de la barbería Rogelio Barber Shop trabaja en equipo para una atención eficiente?				
		Habilidades Humanas	¿Sientes que tu barbero está capacitado para tu atención?				
			¿Tu barbero acepta las críticas positivas y negativas de su servicio?				
	Toma de decisiones	Conocimiento de resultado	¿La barbería Rogelio Barber Shop, da a conocer las decisiones que toman para sus clientes, como promociones y forma de pagos?				
		Programabilidad	¿Estás informado de las actividades programadas como promociones, descuentos y días de atención que tiene la barbería Rogelio Barber Shop?				
		Criterio para la toma de decisiones	¿Cuándo la barbería Rogelio Barber Shop quiere tomar una decisión y/o cambio, solicita tu opinión o criterio?				
		Impacto de las decisiones	¿Tomas con buen ánimo las decisiones de la barbería Rogelio Barber Shop?				
	Comportamiento de las personas	Cultura organizacional	¿Tu barbero resuelve algún inconveniente que has tenido en tu atención? ¿Tu barbero cumple con informarte, el proceso de su servicio adquirido?				
		Valores personales	¿Tu barbero muestra educación y respeto en tu atención?				
		Actitudes	¿Tu barbero ante un inconveniente, ha podido resolverlos con actitud positiva?				
		Verificación de metas	¿Estás satisfecho con la atención obtenida en la barbería Rogelio Barber Shop?				
	Ojetivos	¿El personal de la barbería Rogelio Barber Shop cumple con experiencia idónea para tu atención?					
FIRMA DEL EXPERTO.			<i>[Firma]</i>				
			Fecha <i>13/11/18</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Titulo de la investigación: EL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTES DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018"							
Problema General: CUAL ES LA INFLUENCIA DEL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018.							
Apellidos y nombres del investigador: VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO							
Apellidos y nombres del experto: <i>DR. COSMIUS CASTILLO PEDRO</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Satisfacción del cliente	Comunicación - precio	Grado del precio y servicio	¿El precio de la atención de la barbería Rogelio Barber Shop, está acorde con el servicio brindado?	Ordinal tipo Likert. Nunca = 1 Casi Nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5			
			¿Consideras que el precio que pagas por el servicio es justo?				
		Recomendación y permanencia	¿La barbería Rogelio barber Shop, te permite solicitar alguna sugerencia o reclamos para una mejor atención?				
			¿Recomendarías a tus amistades la barbería Rogelio Barber Shop?				
		Comunicación post venta	¿La comunicación con tu barbero es adecuado y entendible?				
			¿Estas agregado al WhatsApp de la barbería Rogelio Barber Shop para que puedas recibir promociones?				
	Transparencia	Grado de veracidad	¿La barbería Rogelio Barber Shop cumple con la atención solicitada?				
			¿Estas satisfecho con los servicios de cortesía que te brinda la barbería Rogelio Barber Shop por tu tiempo de espera?				
			¿Estás satisfecho del esfuerzo de tu barbero por dar un servicio sobresaliente?				
		Confianza	¿Te sientes seguro estando en la barbería Rogelio Barber Shop?				
	¿El barbero te brinda una imagen de honestidad y confianza?						
	Expectativas	Experiencia de las atenciones anteriores	¿La atención del servicio fue mejor de lo esperado?				
¿El tiempo de la atención es el esperado?							
		Opiniones de amistad y familiares	¿En relación a la calidad de servicio se siente satisfecho?				
			¿Te sientes en confort cuando te atiendes en la barbería Rogelio Barber Shop?				
FIRMA DEL EXPERTO			Fecha <i>13/11/18</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Título de la investigación: EL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTES DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018							
Problema General: CUAL ES LA INFLUENCIA DEL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018.							
Apellidos y nombres del investigador: VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO							
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. CAROLINA SALVENDY ABRAHAM</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Control Organizacional	Interpretación de habilidades	Habilidades y técnicas	¿Sientes que hay una buena comunicación entre el barbero y cliente?	Ordinal tipo Likert Nunca = 1 Casi Nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿La barbería Rogelio Barber Shop, Usa la tecnología como el internet para darte alguna información como también en forma de pago con tarjeta de crédito o débito?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Habilidades conceptuales	¿Sientes que el personal de la barbería Rogelio Barber Shop trabaja en equipo para una atención eficiente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Habilidades Humanas	¿Sientes que tu barbero está capacitado para tu atención?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Tu barbero acepta las críticas positivas y negativas de su servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>		
					<input checked="" type="checkbox"/>		
	Toma de decisiones	Conocimiento de resultado	¿La barbería Rogelio Barber Shop, da a conocer las decisiones que toman para sus clientes, como promociones y forma de pagos?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Programabilidad	¿Estás informado de las actividades programados como promociones, descuentos y días de atención que tiene la barbería Rogelio Barber Shop?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Criterio para la toma de decisiones	¿Cuándo la barbería Rogelio Barber Shop quiere tomar una decisión y/o cambio, solicita tu opinión o criterio?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Impacto de las decisiones	¿Tomas con buen ánimo las decisiones de la barbería Rogelio Barber Shop?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Comportamiento de las personas	Cultura organizacional	¿Tu barbero resuelve algún inconveniente que has tenido en tu atención?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Tu barbero cumple con informarte, el proceso de su servicio adquirido?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Valores personales	¿Tu barbero muestra educación y respeto en tu atención?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Cumplimiento de objetivos				<input checked="" type="checkbox"/>		
Verificación de metas		¿Estas satisfecho con la atención obtenida en la barbería Rogelio Barber Shop?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Objetivos		¿El personal de la barbería Rogelio Barber Shop cumple con experiencia idónea para tu atención?	<input checked="" type="checkbox"/>				
			<input checked="" type="checkbox"/>				
FIRMA DEL EXPERTO: <i>Carolina Salvendy Abraham</i>			Fecha: <i>13/11/2019</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Título de la investigación: EL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTES DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018"							
Problema General: CUAL ES LA INFLUENCIA DEL CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA BARBERIA "ROGELIO BARBER SHOP" SAN MARTIN DE PORRES, 2018.							
Apellidos y nombres del Investigador: VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO							
Apellidos y nombres del experto: <i>D. CONDENAS SANCHEZ ABRAMAY</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Satisfacción del cliente	Comunicación - precio	Grado del precio y servicio	¿El precio de la atención de la barbería Rogelio Barber Shop, está acorde con el servicio brindado?	Ordinal tipo Likert. Nunca = 1 Casi Nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	✓		
			¿Consideras que el precio que pagas por el servicio es justo?		✓		
		Recomendación y permanencia	¿La barbería Rogelio barber Shop, te permite solicitar alguna sugerencia o reclamos para una mejor atención?		✓		
			¿Recomendarías a tus amistades la barbería Rogelio Barber Shop?		✓		
	Comunicación post venta	¿La comunicación con tu barbero es adecuado y entendible?	✓				
		¿Estas agregado al WhatsApp de la barbería Rogelio Barber Shop para que puedas recibir promociones?	✓				
	Transparencia	Grado de veracidad	¿La barbería Rogelio Barber Shop cumple con la atención solicitada?		✓		
			¿Estas satisfecho con los servicios de cortesía que te brinda la barbería Rogelio Barber Shop por tu tiempo de espera?		✓		
		Confianza	¿Estás satisfecho del esfuerzo de tu barbero por dar un servicio sobresaliente?		✓		
	¿Te sientes seguro estando en la barbería Rogelio Barber Shop?		✓				
Expectativas	Experiencia de las atenciones anteriores	¿El barbero te brinda una imagen de honestidad y confianza?	✓				
		¿La atención del servicio fue mejor de lo esperado?	✓				
	Opiniones de amistad y familiares	¿El tiempo de la atención es el esperado?	✓				
		¿En relación a la calidad de servicio se siente satisfecho?	✓				
		¿Te sientes en confort cuando te atiendes en la barbería Rogelio Barber Shop?	✓				
FIRMA DEL EXPERTO		<i>Aaron</i>		Fecha <i>13/11/2018</i>			

Fuente: Elaboración propia.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DE LA BARBERIA ROGELIO BARBER SHOP, SAN MARTIN DE
PORRES 2018.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:



LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO

ASESOR

Dr. ARCE ÁLVAREZ, EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN


GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA-PERÚ

2018

Feedback Studio - Mozilla Firefox
<https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&u=1055284503&o=1140051211&s=1>

feedback studio | AARON_RICARDO_VELEZ_TUTUSIMA_Turnitin.docx | /0 | 2 de 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DE LA BARBERÍA ROGELIO BARBER SHOP, SAN MARTÍN DE
PORRES 2018
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
AUTOR
VELEZ TUTUSIMA, AARON RICARDO
ASESOR
DE ARCE ÁLVAREZ, EDWIN
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES
LIMA-PERÚ

Resumen de coincidencias ✕

27 %

Se están viendo fuentes estándar


Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

27	1	repositorio.ucv.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	14 %	>
	2	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	7 %	>
	3	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	3 %	>
	4	es.scribd.com <small>Fuente de Internet</small>	1 %	>
	5	repositorio.unheval.edu... <small>Fuente de Internet</small>	<1 %	>
	6	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>
	7	dialnet.unirioja.es <small>Fuente de Internet</small>	<1 %	>
	8	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>

Página: 1 de 66 | Número de palabras: 15638 | Text-only Report | High Resolution | Activado

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	--	--------	-----------

 **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DE LA BARBERÍA ROGELIO BARBER SHOP, SAN MARTÍN DE
PORRES 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR
VILEZ TUTUSIMA, AARÓN RICARDO

ASESOR
Dr. ARCE ÁLVAREZ, EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA-PERÚ



Resumen de coincidencias

27 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

- | Número | Fuente | Porcentaje |
|--------|---|------------|
| 1 | repositorio.ucv.edu.pe
Fuente de Internet | 14 % |
| 2 | Entregado a Universida...
Trabajo del estudiante | 7 % |
| 3 | Entregado a Universida...
Trabajo del estudiante | 3 % |
| 4 | es.scribd.com
Fuente de Internet | 1 % |
| 5 | repositorio.unheval.edu...
Fuente de Internet | <1 % |
| 6 | Entregado a Universida...
Trabajo del estudiante | <1 % |
| 7 | dialnet.unirioja.es
Fuente de Internet | <1 % |
| 8 | Entregado a Universida...
Trabajo del estudiante | <1 % |



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Aarón Ricardo Velez Tutusima identificado con DNI N° 42695576

egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**Control Organizacional en la satisfacción del cliente de la barbería Rogelio Barber Shop, San Martín de Porres, 2018**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



[Handwritten signature in blue ink]

FIRMA

DNI: 42695576

FECHA: 28 de Noviembre del 2018

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Conste por el presente documento, el visto bueno que otorga la encargada del Área de Investigación de la Escuela Profesional de Administración-Sede Lima Note, a la versión final de trabajo de investigación que presente la estudiante:

Sr. AARON RICARDO VELEZ TUTUSIMA

Trabajo de Investigación titulado:

“CONTROL ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA BARBERIA ROGELIO BARBER SHOP, SAN MARTIN DE PORRES 2018”

Para obtener el Grado Académico y/o título Profesional de:

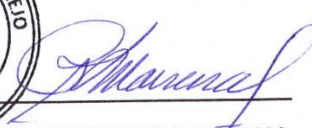
LICENCIADO EN ADMINISTRACION.

SUSTENTADO EN FECHA : 28 DE NOVIEMBRE DEL 2018

NOTA O MENCIÓN : 15 (QUINCE)

Lima, 19 de junio del 2019




MSc. MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA
Coordinadora de Investigación de la EP de Administración.