



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión por objetivos y satisfacción al cliente en Navales
Oyola, Callao, 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Oyola Sandoval, Mauro Eriksson Jostein (ORCID: 0000-0003-3807-3814)

ASESOR:

Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham (ORCID: 0000-0002-98087719)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

Este logro va dedicado a mis padres por haberme inculcado una educación llena de valores y haberme inculcado a ser la persona que soy hoy en día; la mayor parte de mis logros se los dedico a ustedes incluyendo este.

Gracias Padre y Madre.

Agradecimiento

Este logro se lo dedico a quien forja mi sendero, Dios, quien me apoya y ayuda a continuar a pesar de los errores, quien les dio vida a mis padres y a muchas de las personas que más aprecio, con mi más sincero amor.

Índice

Carátula	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Índice de contenidos	IV
Índice de Tablas	V
Índice de Gráficos y Figuras	VI
Resumen	VII
Abstract	VIII
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	11
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	11
3.2 Variables y operacionalización	11
3.3 Población	12
3.4 Técnicas e instrumentos	12
3.5 Procedimientos	13
3.6 Método de análisis de datos	13
3.7 Aspectos éticos	13
IV. RESULTADOS	14
V. DISCUSIÓN	23
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	28
VIII REFERENCIAS	29
ANEXOS	32

Índice de Tablas

TABLA 1	14
TABLA 2	14
TABLA 3	15
TABLA 4	15
TABLA 5	16
TABLA 6	16
TABLA 7	17
TABLA 8	18
TABLA 9	20
TABLA 10	21
TABLA 11	21
TABLA 12	22
TABLA 13	23

Índice de Gráficos y Figuras

Figura 1	14
Figura 2	14
Figura 3	15
Figura 4	15
Figura 5	16
Figura 6	16
Figura 7	17
Figura 8	18

RESUMEN

La presente investigación busco aclarar la problemática planteada al inicio de la misma, la cual fue buscar si existía o no relación entre las variables Gestión por objetivos y la variable Satisfacción al Cliente, la cual es una investigación cuantitativa que fue medida a través de un instrumento conocido como cuestionario, el mismo fue analizado en el programa estadístico spss stadistics 26, llegando a tener datos numéricos que respaldan nuestra investigación y conclusiones determinadas en la investigación. Para ello usamos estadísticos de Rho de Spearman para poder correlacionar las hipótesis según lo amerita por su tamaño.

Según los datos obtenidos por el instrumento, se confirmó que existe relación entre las dos variables de investigación usadas en esta tesis, llegando así a la decir que la Gestión por objetivos si tiene relación con la Satisfacción al cliente en la empresa Navales Oyola, pudiendo llegar a conocer que para obtener un nivel óptimo de satisfacción por parte de nuestros principales clientes es de suma importancia el estudiarnos como organización y plantearnos objetivos y metas, también así el fomentar a nuestros colaboradores a establecerse objetivos para poder desarrollar su trabajo a un nivel óptimo.

Dependerá así de la calidad del servicio que brindamos; el nivel de satisfacción que tengan nuestros principales clientes, así que debemos hacer énfasis en poner organizarnos en nuestras actividades.

Palabras Clave:

Administración, Gestión, Objetivos, Satisfacción, Resultados.

ABSTRACT

This research sought to clarify the problems raised at the beginning of the same, which was to find out whether or not there was a relationship between the variables Management by objectives and the variable Customer Satisfaction, which is a quantitative research that was measured through an instrument Known as a questionnaire, it was analyzed in the statistical program spss statistics 26, reaching numerical data to support our research and conclusions determined in the research.

According to the data obtained by the instrument, it was confirmed that there is a relationship between the two research variables used in this thesis, thus going as far as to say that Management by objectives does have a relationship with Customer Satisfaction in the company Navales Oyola, and may reach To know that in order to obtain an optimal level of satisfaction from our main clients, it is of utmost importance to study ourselves as an organization and set ourselves objectives and goals, as well as to encourage our collaborators to establish objectives in order to carry out their work at an optimal level.

This will depend on the quality of the service we provide; the level of satisfaction that our main clients have, so we must emphasize putting ourselves organized in our activities.

Keywords:

Administration, Management, Objectives, Satisfaction, Result.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo está atravesando una crisis, por el covid-19 donde sectores como: salud, economía, etc, están siendo afectados fuertemente, trayendo consigo incertidumbre económica y pérdidas humanas, en este escenario Prieto (2020), refiere que la expansión del coronavirus impactara severamente en la economía mundial y el Perú. La economía mundial ha entrado en recesión y según estadísticas la crisis que se aproxima será peor que la crisis financiera internacional 2008-2009. Ante esta pandemia los sistemas de salud tienen que trabajar de forma coordinada y ordenada. Asimismo, Vinelli y Maurer (2020) indican que en el Perú sufrirá una caída del -5.5% del PBI ya que las proyecciones apuntan a una economía mundial en recesión y una eminente variación en los mercados de valores, como el costo del combustible y el costo de minerales y agrícolas peruanos, además se estima una parada en el sector turismo siendo este la tercera fuente en obtener divisas. Finalmente, los fondos de inversión en el País se verán retraídos por la incertidumbre creada por el virus y por el periodo electoral próximo, tanto en Perú como en EE.UU. Por otro lado, para poder darle lucha a la recesión y contener la pérdida de empleos, el Perú pondrá en marcha un estímulo a la economía con un 12% del PBI. Gracias a esta inversión se espera que la recesión sea en un tiempo más corto. Aun así, el coronavirus afectara duramente al empleo, en especial a poblaciones más indefensas e informales, siendo este grupo vulnerable el que seguirá necesitando de bonos para poder evitar que su vulnerabilidad ponga en riesgo su hogar, servicios básicos o su alimentación.

En el cálculo de desempleo en el Perú a causa del coronavirus resaltan sectores económicos como: El sector Hoteles y restaurantes que ocupa el 7.8% de nuestra economía, será el más afectado por la disminución de viajes, transporte de personas y productos, esta disminución será compensada por un incremento en las comunicaciones ya que el uso de celulares, laptops, ordenadores e internet será más constante por el teletrabajo. A pesar de ello se estima que el desempleo en este sector incrementaría en un 18%. Por otro lado, el Sector Enseñanza y Educación que representa el 4.9% de la economía peruana, el cual está pasando por un acelerado proceso de virtualización de los servicios brindados por

Universidades, Colegios, Institutos, etc. Además, dicho sector deberá acatar medidas más estrictas de distanciamiento social, por ello es que se estima que el empleo en este sector decrecerá en un -20%. Sin embargo, el Sector de Construcción está paralizado en la actualidad, la recuperación económica de este sector será muy lenta, principalmente por el bajo flujo de inversión nueva en este semestre del año, como resultado este sector reducirá sus planillas en -30%.

A nivel internacional, acorde a la industria pesquera, las exportaciones en argentina cayeron un 18% en el primer bimestre del año, representando una pérdida de 50 millones de dólares, esta situación coloco a este sector en el cuarto rubro con disminución de exportaciones en el mencionado periodo. Ante este panorama, se piden medias para poder mejorar la competitividad. Actualmente en este país el sector pesquero genera 25 mil empleos y su porcentaje de exportación es del 90% de su producción, por lo que la caída de los mercados internacionales crea un ambiente de mucha preocupación e incertidumbre. Asimismo Chaparro (2015) en su libro Dirección por Objetivos trata de plasmar que los objetivos son imprescindibles para determinar y alinear el esfuerzo de la Organización en expectativa de un resultado, un equipo de trabajo debe tener claro que dentro de un periodo determinado de tiempo, la organización lo que espera es obtener un resultado de ello, por ello el equipo de trabajo deberá poner en acción las actividades correspondientes, que ayuden a obtener dichos resultados, y que con el tiempo puedan plasmar que son capaces de trabajar con la mente enfocada en cumplir objetivos de forma periódica.

A nivel Nacional uno de los principales problemas es la estructura de las entidades públicas y las funciones poco profesionales que ejercen las mismas, debido a la falta de compromiso con los objetivos, o la ausencia de los mismos, llevando a la entidad a dar servicios de baja calidad y en muchas ocasiones no poder brindar satisfacción a sus clientes.

Las organizaciones dentro del marco de Entidades Públicas, no se encuentran diseñadas en función a sus objetivos, ya sea porque fueron diseñadas con una organización jerárquica que no tiene claridad en los procesos que realizan para brindar servicios de manera adecuada y responsable y como resultado obtienen insatisfacción en las personas que reciben dicho servicio.

La Gestión por Objetivos nos permite tener una alusión respecto a si debemos introducir alguna variación en nuestro trabajo o si estamos haciendo adecuadamente las cosas y lo lógico sería que llegemos a alcanzar el objetivo en el plazo previsto. El cumplimiento de un objetivo Organizacional se podría comparar o incluso llegar a tener el mismo parecido al cumplimiento de un Objetivo deportivo, el deportista sabe cuál es su meta y tiempo determinado regula su esfuerzo para poder alcanzarla de manera ventajosa. De la misma manera, los encargados de llegar a cumplir un objetivo pueden implementar acciones que al pasar del tiempo puedan corregir y faciliten alcanzarlo, cuando los resultados indiquen que posiblemente no se llegara al objetivo plasmado debido a no haber usado las habilidades correspondientes para llegar al mismo.

A nivel local dentro del marco de la problemática, se pudo observar que en el contorno de la indagación, la empresa Navales Oyola SA posee un desempeño de bajo rendimiento debido a que los trabajadores no son capacitados de forma periódica, y a base de ellos no pueden dar toda su capacidad laboral en el puesto que desempeñan, las evaluaciones de puesto son inexistentes, la retroalimentación dentro de la empresa debería ser fundamental, ya que por medio de ella pueden los trabajadores tener beneficios tanto laborales como personales, y para la empresa ya que tendrá la seguridad de que sus colaboradores están realizando eficientemente sus labores y que están buscando alcanzar los objetivos establecidos por la empresa para poder llegar a una meta trazada en equipo, ya que en la realidad se puede ver que los trabajadores no poseen el mínimo conocimiento de la meta que tiene trazada la empresa.

La presente investigación estableció como **problema general**: ¿Cuál es la relación de Gestión por Objetivos con Satisfacción de los clientes en la empresa Navales Oyola SA, Callao, 2020?, de la misma forma se planteó los siguientes **problemas específicos**: 1) ¿Cómo se relacionan los objetivos con la satisfacción del cliente en la empresa Navales Oyola SA. Callao, 2020?, 2) ¿Cómo se relaciona el desempeño con la satisfacción del cliente en en la empresa Navales Oyola SA. Callao, 2020?, 3) ¿Cómo se relacionan las metas personales con la satisfacción del cliente en la empresa Navales Oyola SA. Callao, 2020?. La justificación de

estudio, se hizo teniendo en cuenta un enfoque de **justificación teórico** sirviendo como apoyo para futuras investigaciones, creando conocimiento y debate académico en temas como la gestión por objetivos el cual es un proceso de implementación y desarrollo de estrategias para llegar a cumplir metas en un tiempo determinado; en el ámbito de los negocios se usa como una guía estratégica para poder tener un logro eficaz. La satisfacción al cliente es el resultado de la comparativa de las expectativas de un producto o servicio con la percepción de ya haberlo probado. En la **justificación metodológica**, el estudio fue basado en procesos de la investigación científica, en la cual fueron establecidos los problemas, hipótesis y objetivos de estudio. Para poder aplicar el instrumento se hizo una muestra aleatoria en la cual se obtuvo resultados por los cuales se pudieron plantear recomendaciones a la organización y sus áreas. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y el nivel fue descriptivo correlacional el cual tiene como objetivo implantar la correlación de las variables gestión por objetivos y satisfacción al cliente. Finalizando, en la **justificación practica** los resultados de la investigación nos permitirán de forma provechosa a los gerentes de la empresa Navales Oyola a tomar decisiones equitativas e inspirar a mejorar los servicios que brindamos a nuestros clientes, para poder causar satisfacción por parte de ellos. Como **objetivo general** se planteó; Determinar la relación de la Gestión por objetivos con la Satisfacción al cliente de Navales. Asimismo, se fijaron objetivos específicos: 1) Determinar la relación del Desempeño con la Satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020. 2) Determinar la relación del Objetivo con la Satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020. 3) Determinar la relación de las Metas personales con la Satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020. Se tomo como **hipótesis general**: La gestión por objetivos tiene relación con la satisfacción al cliente de Navales Oyola, Callao, 2020. Asimismo, se establecieron hipótesis específicas: 1) El desempeño se relaciona con la satisfacción al cliente de Navales Oyola, Callao, 2020. 2) Las metas personales se relacionan con la Satisfacción al cliente de Navales Oyola, Callao, 2020. 3) Los objetivos se relacionan con la Satisfacción al cliente de Navales Oyola, Callao, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Rodas (2014), en su investigación para obtener la licenciatura titulada: “Administración por objetivos en la empresa”. Establece como objetivo Detallar el número de colaboradores que saben acerca de la Gestión por Objetivos dentro de la organización. Brindar a los colaboradores noticias acerca de la significación que tiene la implementación de este método en la empresa, como resultado se obtendrá una mejor coordinación, ejecución y control. El investigador tuvo como conclusión la existencia de un alto porcentaje de influencia por parte de colaboradores del área administrativa en la empresa para el establecimiento de objetivos, lo que conlleva a creer que se podría implementar con éxito un modelo de APO. Asimismo, Infante (2014) en su artículo denominado “La administración por objetivos en relación a las grandes pymes estudio realizado en la universidad de Cundinamarca,” el cual tiene como objetivo principal establecer estrategias de mejora en las grandes pymes. El método de estudio fue descriptivo correlacional, logrando definir que es la administración por objetivos, detallando dentro de su artículo científico, la importancia y los componentes de un sistema de APO. Para ello fue vital encontrar la relación que tienen ambas variables planteadas por el autor. También así, Gamarro (2014), en su trabajo de investigación titulado: “Diseño de investigación de la reestructuración del departamento de mercadeo y ventas en una empresa comercializadora de muebles utilizando como herramienta la administración por objetivo”, el cual se hizo en la Universidad de san Carlos de Guatemala. Planteó como objetivo comprobar si realización una remodelación de estructura organizacional en el Departamento de ventas para implementar una Administración por Objetivos se tendría como resultado, colaboradores con más desempeño. Como conclusión se llevaría a cabo la aplicación de un modelo basado en la Administración por objetivos detallando los procedimientos para que pueda ser seguido por los colaboradores del Área de ventas, se implementara la metodología de Deming como instrumento principal del modelo para implementar los objetivos. Lo que se espera es que el personal entienda los conceptos y sepa cómo aplicar la Administración por Objetivos. **A nivel nacional**, Alccahuamán (2015) en su trabajo de investigación: “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de pacucha, Andahuaylas” en la Universidad Nacional José María Arguedas (Apurímac). El objetivo general de esta investigación es Decretar la

relación existente entre la satisfacción de los usuarios y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015". Esta tesis cuenta con un enfoque cuantitativo. El tipo de investigación es aplicado ya que se orienta en describir la realidad, el diseño es no experimental, de corte transversal y el nivel es descriptivo. La técnica usada en la presente tesis fue la encuesta y observación. Obteniendo, así como resultado, según un gran número de encuestados, en distintas ocasiones la calidad de servicio es óptima así también en algunas situaciones los usuarios se encuentran satisfechos, por ello entre mejor sea la calidad del servicio brindado, la satisfacción por parte de los usuarios será mayor, por lo tanto es de suma importancia atender los requerimientos de los clientes y para ello debe establecerse cargos y funciones organizacionales que respondan mejor a las necesidades usando los recursos disponibles. Vela y Zavaleta (2014), en su Tesis: "Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro Tottus - Mall, de Trujillo 2014". La población en la investigación son los 600 clientes que suelen realizar comprar de equipos en tottus del Mall de Trujillo, siendo la muestra a trabajar de 340 clientes. Se aplicó como instrumento la encuesta y también el análisis documental, gracias a los datos obtenidos con la encuesta. Se concluyó que la calidad del servicio brindado en Claro - Tottus llego a influir puntual y significativamente al nivel de ventas de equipos en la tienda. Los resultados de la evaluación mencionan que cuenta con un efecto aprobatorio en los clientes, puesto que creen en los servicios que ofrecen y la capacidad de respuesta de parte de los colaboradores esto se ve reflejado en la investigación cuando los consumidores determinan si es buena o regular la atención recibida. Para finalizar menciona que ambas variables se relacionan estrechamente siendo uno consecuencia del otro, es por eso que aplicar un modelo de gestión teniendo como eje la calidad de los productos es importante para cada negocio porque tal como se comprueba en esta investigación, ayuda a incrementar las ventas y por ende prosperar el negocio con mayores ingresos. Pérez, (2016). En su trabajo de investigación llamado: "Evaluación de la calidad de servicio percibida por los estudiantes de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo con respecto a los servicios de limpieza de la empresa Sebul en la ciudad de Chiclayo, cuyo objetivo general es el de Indagar como perciben los clientes la calidad del servicio de limpieza que brinda la empresa SEBUL por los académicos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Como resultado se obtuvo que, los estudiantes universitarios aprobaron la situación de aquellos ambientes después del servicio, aunque se obtiene un -0.78 que se tomaría como la diferencia para alcanzar un óptimo nivel de satisfacción. Como conclusión se obtuvo que los jóvenes no están satisfechos con los servicios brindados por parte de la empresa SEBUL, ya que no reciben un correcto comunicado, también señalaron que la rapidez del servicio es deficiente". Para poder llegar más a fondo estudiando las variables, es importante basarse en las teorías científicas que tengan una base coherente para la investigación. Por ello tenemos como base a la **Teoría Neoclásica** creada por Drucker, P (1930) en lo cual Chiavenato (2007) propone que: La administración neoclásica se basa en dirigir, ayudar e inspeccionar los esfuerzos de los integrantes del grupo para lograr la meta que se tiene como organización, haciendo uso mínimo de esfuerzos y recursos y no interfiriendo con otras actividades. La administración es un proceso que está conformado por la organización, dirección, planeación y control. Debido a que la Administración comprende una gran diversidad de posturas, es necesario basarse en principios de valor predictivo y explicativo. Los fundamentos de la administración tanto como los principios de ciencias lógicas, son correctos y medibles. Aunque el universo físico, biológico y la cultura global afecte de distintas maneras al entorno donde se encuentra el administrador, del mismo modo que todo campo del arte o la ciencia, la administración no requiere ocupar tanto conocimiento para funcionar como fundamentación científica de los principios que componen a la administración. **En el enfoque conceptual**, se inició con definir la primera variable, **gestión por objetivos** en la cual, Trujillo (2004) señala que la Gestión por objetivos es un sistema que busca incluir a los subordinados dentro de funciones como: establecer objetivos de desempeño, dando un seguimiento periódico el avance hacia ellos y asignando bonos enfocados en cada avance fuera de las responsabilidades ya asignadas. Para esta variable se crearon 3 dimensiones, donde la primera es **Desempeño** que según Alles (2006), el desempeño de la empresa debe ser medido con objetivos individuales y los puestos laborales deben requerir competencias para poder ser ocupados. Esto nos permitirá tener equipo de trabajo capaz de tener un buen desempeño para poder llegar a la meta como empresa. Para ello se establecieron 2 indicadores donde el primero es Resultados, Los autores Triginé y Gan (2012) definen resultado diciendo que la evaluación de cumplimiento es un continuo

proceso, que se obtiene como resultado de un sistema de objetivos que se concretan anualmente, mínimo suelen realizarse una o dos evaluaciones de resultados y también así una evaluación de seguimiento en la cual intervienen el ente que va a evaluar y el sujeto que será evaluado, dicha evaluación debe tener un procedimiento sistematizado de mismo valor para los colaboradores en el cual serán evaluados por sus resultados. Como segundo indicador tenemos a Competencia, donde Sastre (2009) establece que la competencia laboral no se debería considerar como probabilidad, sino por lo contrario como capacidad ya que es real y ha sido demostrada en varios estudios, la competencia es la amplitud que tiene un sujeto para realizar labores asignadas sin dificultad alguna, poniendo en práctica sus habilidades y virtudes. Por otro lado, como segunda dimensión tenemos a las Metas personales, donde Grant (2012) nos menciona que las metas personales son resultados ya proyectados que una persona planea, imagina y se responsabiliza a alcanzar, es una meta planteada en alguna etapa de nuestras vidas, siendo en una organización, en algún desarrollo asumido en un tiempo específico. Teniendo dentro de esa dimensión dos indicadores, Objetivos a corto plazo, donde El autor Naves (2015) respalda que la definición de objetivos en empresas grandes debe darse de manera mensual ya que no tienen la misma capacidad de facturación que una mediana empresa o pyme, en el caso de las Pymes lo recomendable sería plantear objetivos que tengan medición dentro de 3 a 6 meses. Como segundo indicador tenemos los Objetivos a largo plazo, donde Castilla (2015) dice que los objetivos a largo plazo son resultados esperados después de la implementación de ciertas estrategias, las cuales son acciones necesarias para el logro de objetivos. Asimismo, como tercera dimensión tenemos a Objetivo, donde Los autores López y Correa (2007) nos dicen que debemos ajustar precisamente los objetivos que deseamos alcanzar teniendo en consideración el intervalo de tiempo plasmado para poder concretarlo, el tiempo transcurrido debe ser prudente para conseguir el retorno de la inversión efectuada. Teniendo dentro de esta dimensión como primer indicador, Logros, donde de acuerdo a Colom (2015) nos dice que debemos motivar con senilidad, es decir dar reconocimiento a los logros individuales alcanzados, recompensar los objetivos alcanzados por el equipo desarrollara a futuro un enfoque empresarial con personal con alta inteligencia emocional e identificados con la empresa. Como segundo indicador tenemos los Fines, donde Los autores Giner y

Ángeles (2013) detallan que los fines de la empresa son expresados a través de la política y de las metas planteadas, junto al fin de la organización y la estrategia. Se define “Fin” como el objeto por el cual se ponen en ejecución acciones, estos son plasmados por medio de tácticas, regímenes, tareas y propósitos. Por otro lado, como segunda variable se estableció a Satisfacción al cliente, donde Vivas (2015) nos dice que los clientes básicamente buscan soluciones a las necesidades que presentan, cada necesidad nace de la carencia de una herramienta, por ello la satisfacción del cliente debe ser entendida como la medida de la solución que la empresa le pudo dar a las carencias y problemas de los clientes. Esta variable tiene 3 dimensiones donde la primera es Rendimiento, Según Navarro (2003) nos dice que la complejidad del rendimiento inicia desde su conceptualización, se le relaciona con términos como desempeño y aptitud, siendo un ras de conocimientos sustentado en un curso. La dimensión trae consigo dos indicadores siendo el primero, Percepción, donde Melgarejo (1994) nos dice que la percepción es el desarrollo de conocimiento de la conciencia que consiste en la interpretación, identificación y importancia para poder elaborar juicios acerca de la impresión alcanzada del ámbito colectivo, en el que se interponen otros desarrollos psicológicos, como la educación, el recuerdo y la representación gráfica. El segundo indicador es, Calidad, donde Según Ishikawa (1986) la calidad es establecida como “extender, proyectar, elaborar y amparar un buen producto que no sea tan caro, de utilidad y siempre satisfactorio para el consumidor. La segunda dimensión fue Nivel de Satisfacción, donde Según Kotler (2003), el nivel de satisfacción es el horizonte del temperamento de una persona como resultado de la comparación del rendimiento obtenido por un servicio con las esperanzas del consumidor. Esta dimensión tuvo 3 indicadores, Frecuencia de compra, donde Según Cahuaza (2016) nos dice es el ciclo en el cual un consumidor adquiere un bien o servicio dentro de un periodo de tiempo determinado. Se podría afirmar que la frecuencia de consumo no es proporcional a la frecuencia de compra. Sin embargo, el segundo indicador es Variedad de servicio, donde Según Requena y Serrano (2007) nos dice que los trabajos de servicios son intangibles, porque en comparación con los productos, los servicios son experiencias, es difícil relacionar o medir la producción de servicios, el criterio que usan los consumidores para clasificar el servicio no es sencillo. Asimismo, como tercer indicador, Recomendación, donde Según Baltodano (2014)

la recomendación de servicios se da cuando los clientes logran sentir satisfacción acerca del servicio recibido, por ello debemos ofrecer más que solo el servicio principal, también debemos ofrecer los servicios secundarios. Finalmente tiene como tercera dimensión, Percepción, pudiéndose definir como lo que siente el cliente luego de la comparativa de la expectativa de servicio en contraste con la prueba del mismo. Esta dimensión tiene dos indicadores, siendo el primero, Tiempo de atención, donde Rivera (2016) nos dice que cuando se habla de atención, debemos entender que como organización debemos brindar un tiempo optimizado, ya que el tiempo de atención a los clientes influye en la satisfacción que llevarán luego del consumo de nuestro producto. Su segundo indicador es, Resultados, donde Según Travieso (2017) los resultados teóricos son aquellos que permiten modificar, enriquecer o pulir la teoría, con aportes de conocimientos previos para llegar a un fin.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

Tipo de investigación: El tipo de estudio fue aplicado. Valderrama (2013) afirma que este tipo de investigación y la investigación básica son similares ya que dependerá de sus propias contribuciones teóricas y los hallazgos para poder plantear la solución a tal problema, con el propósito de dar bienestar a la sociedad de objeto en estudio. De otra forma el autor Rodríguez (2003) respalda que la investigación aplicada es denominada también como operante dinámica y esta se encuentra relacionada a la anterior ya que va a la mano de sus hallazgos y contribuciones teóricas. Esta investigación se aplica a problemáticas concretas con características y circunstancias concretas. Este tipo de investigación se precipita a la implementación rápida y optima sin creación de más teorías.

Diseño de investigación: El diseño de la investigación fue No experimental de corte Transversal. Según Fernández, C., Hernández, R. y Bautista, M (2014), nos dicen que es una investigación no experimental ya que en clase de diseño no se va a crear situaciones, sino que se va a estudiar la realidad, sin provocar alteraciones intencionales dentro del estudio que se está realizando. Dentro del diseño estudiado, las variables independientes pasan y no es se pueden manipular, no se va a contar con un control directo sobre ellas, tampoco se podrá influir en ellas, ya que ocurrieron cada una como parte de efecto.

3.2 Variable y operacionalización

Variable 1: Según Trujillo (2004) señalo que la Gestión por objetivos es un sistema que busca incluir a los subordinados dentro de funciones como: establecer objetivos de desempeño, dando un seguimiento periódico el avance hacia ellos y asignando bonos enfocados en cada avance fuera de las responsabilidades ya asignadas.

Variable 2: Vivas (2015) nos dice que los clientes básicamente buscan soluciones a las necesidades que presentan, cada necesidad nace de la carencia de una herramienta, por ello la satisfacción del cliente debe ser entendida como la medida de la solución que la empresa le pudo dar a las carencias y problemas de los clientes. (p.19)

3.3 Población, muestra y muestreo

Arbaiza (2014) menciona que la población es constituida por todo aquel grupo que coincide conjunto de requerimientos, en el cual se reconocen criterios estadísticos, geográficos y psicográficos. Puede usarse más de una población, según el propósito de la investigación, en la mayoría de investigaciones se determina una población enfocada a cada finalidad. (p.176) La investigación fue a base de 50 colaboradores de las áreas de administración y del área operativa de Navales Oyola, Callao 2020.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación se usó como medición el cuestionario en 20 cuestionantes con alternativas, las cuales son: 1) Siempre, 2) Casi siempre, 3) A veces, 4) Casi nunca, 5) Nunca

Según Tamayo (2001), el cuestionario es un grupo de interrogantes enfocadas en comprobar el funcionamiento de políticas, programas, planes, procedimientos, por ello los cuestionarios deben ser creados o diseñados con conciencia y lógica, las interrogantes dentro de la encuesta deben ser directas y concisas.” (p.31)

La técnica que se implementó en este estudio es la encuesta, ya que en distintas áreas de investigación ha sido demostrado que es eficaz, así como lo respalda Díaz (2001): “La encuesta es la búsqueda sistematizada de conocimientos en la cual el encuestador realiza preguntas a los individuos investigados acerca de la información que desea obtener”. (p.13) Según el autor Arbaiza (2014) nos dice que la herramienta va a tener validez siempre y cuando tenga una medición exacta el objeto en estudio. Por ello la validez del instrumento nos va a permitir tener conclusiones acertadas en relación a una variable. (p.194) El instrumento se validó por medio del juicio de los expertos:

3.5. Procedimientos

Se realizó una tabulación con los datos obtenidos de las variables estudiadas. Por lo cual se usó la encuesta como técnica y el proceso de los datos, se hizo con el programa SPSS v. 26 para su próximo análisis e interpretación.

3.6. El método de análisis de datos

El tanteo obtenido por medio de la encuesta, serán analizados por el programa IBM SPSS, dicho programa permitirá que tengamos un resultado la relación entre Gestión por Objetivos y Satisfacción al cliente en la empresa Navales Oyola, en el distrito del Callao, 2020.

Según Hernández (2014) al obtener los datos debemos procesarlos, esto se debe realizar por medio de una operación matemática, en la cual el indagador tendrá fines en función a la hipótesis planteada. (p.272)

El procedimiento de estudio de antecedentes a usarse en la investigación estará apoyado por la estadística descriptiva, la cual nos permitirá alcanzar a saber la relación existente entre la gestión por objetivos y la satisfacción al cliente, aplicando la búsqueda de antecedentes. A través del programa SPSS por el cual analizaremos el coeficiente de correlación de Spearman, en el cual se aprueba la hipótesis de tal forma que podamos comprobar la relación de las variables.

3.7. Aspectos Éticos

La investigación es fundamentada por distintos investigadores, los cuales son citados en el marco teórico y descritos en la bibliografía, Así el estudio es corroborado por el Turnitin, el cual busca evitar la copia tanto práctico como teórico.

También así, el trabajo se compromete con seguir lineamientos éticos de investigación, en función al respeto y ética por la propiedad intelectual. Respetando el anonimato de los colaboradores y clientes encuestados, cuyo aporte es significativo y de gran importancia en el trabajo.

IV.RESULTADOS

Tabla 1

Niveles de la Gestión por Objetivos en la empresa de Navales Oyola en Callao.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	DEFICIENTE	8	26,7
	REGULAR	8	26
	BUENO	9	30
	ÓPTIMO	5	16,7
	Total	30	100



Figura 1. Porcentaje de Gestión por objetivos en la empresa Navales Oyola, Callao.

Interpretación: De los resultados de la tabla 1 y figura 1 se aprecia que el 30% de los trabajadores de la empresa de servicios navales en Callao aplican la gestión por objetivos a un nivel BUENO, mientras que solo el 16.67% la utiliza a un nivel óptimo. Además, se aprecia que el 26.67% de colaboradores de la empresa de servicios navales utiliza la gestión por objetivos la usa a un nivel regular.

Tabla 2

Niveles de Desempeño de Navales Oyola en Callao.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	DEFICIENTE	2	6,7
	REGULAR	18	60,0
	BUENO	6	20,0
	ÓPTIMO	4	13,3
	Total	30	100,0

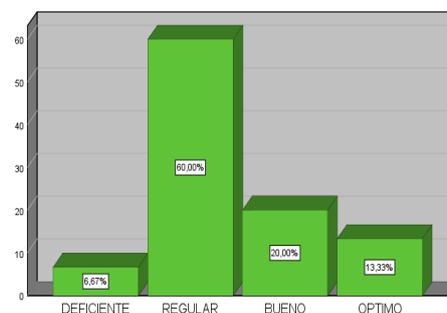


Figura 2. Porcentaje de empresas de servicios que usan estrategias de gestión por objetivos.

Interpretación: De los resultados de la tabla 2 y figura 2 logramos ver que el 60% de los colaboradores de la empresa Navales Oyola tiene un nivel de Desempeño Regular, sin embargo podemos ver que el 20% de los trabajadores tiene un nivel

de Desempeño bueno en la empresa, también así podemos notar que el 13.33% de los colaboradores tienen un nivel de Desempeño Óptimo dentro de la organización.

Tabla 3

Niveles de Metas Personales de Navales Oyola en Callao.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	DEFICIENTE	10	33,3
	BUENO	14	46,7
	ÓPTIMO	6	20,0
	Total	30	100,0

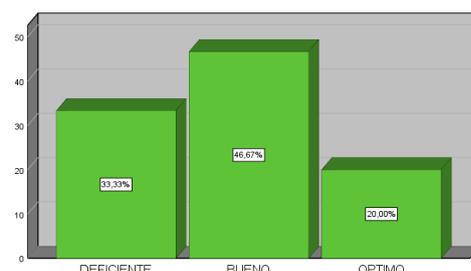


Figura 3. Porcentaje de Metas personales de Navales Oyola en Callao.

Interpretación: De los resultados de la tabla 3 podemos observar que el 20% cuenta con Metas personales a un nivel Óptimo, sin embargo, el 46.67% cuentan con Metas personales a un nivel bueno, finalmente podemos apreciar que el 33.33% tienen Metas personales a un nivel Deficiente.

Tabla 4

Niveles de los Objetivos en la empresa de Navales Oyola en Callao.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	DEFICIENTE	13	43,3
	BUENO	14	46,7
	ÓPTIMO	3	10,0
	Total	30	100,0

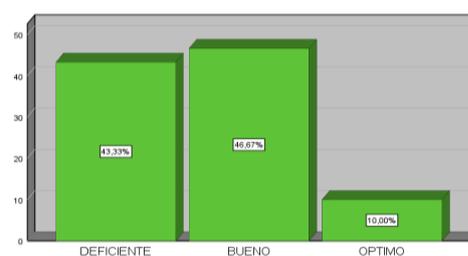


Figura 4. Porcentaje de los Objetivos en la empresa de Navales Oyola en Callao.

Según los resultados de la Tabla 4 vemos que el 46.7% cuenta con Objetivos a un nivel Bueno, sin embargo podemos ver también que el 43.3% cuenta con Objetivos a un nivel Deficiente, finalmente el 10% cuenta con Objetivos a un nivel Óptimo.

Tabla 5

Niveles de Desempeño de Navales Oyola en Callao.

		Frecuenci	
		a	e
Válido	DEFICIEN TE	4	13,3
	REGULAR	12	40,0
	BUENO	7	23,3
	ÓPTIMO	7	23,3
	Total	30	100,0

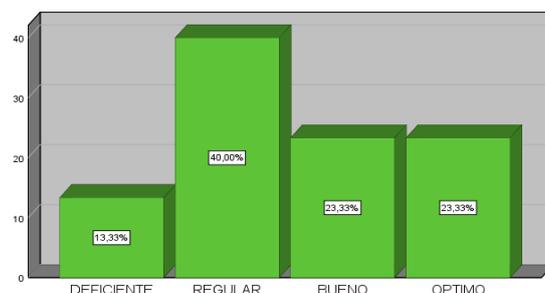


Figura 5. Porcentaje de Desempeño de Navales Oyola en Callao.

Interpretación: Podemos ver que según los resultados de la Tabla 5 el 13.3% de los colaboradores de Navales Oyola cuentan con Desempeño a nivel Deficiente, sin embargo, el 40% cuenta con Desempeño a nivel Bueno, Finalmente el 23.3% cuenta con Desempeño a un nivel Óptimo.

Tabla 6

Niveles de Rendimiento de Navales Oyola en Callao.

		Frecuen	
		cia	Porcent
		a	aje
Válid o	DEFICIE NTE	9	30,0
	REGULA R	5	16,7
	BUENO	7	23,3
	OPTIMO	9	30,0
	Total	30	100,0

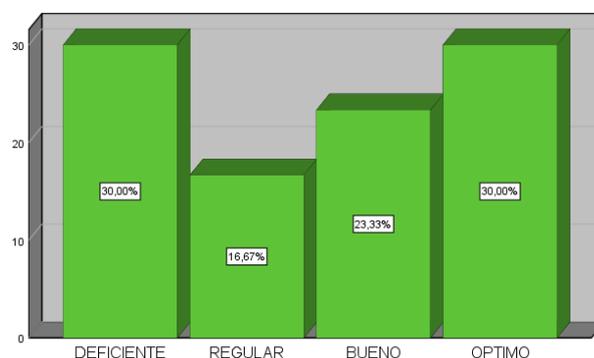


Figura 6. Porcentaje de Desempeño de Navales Oyola en Callao.

Interpretación: Podemos apreciar según los resultados obtenidos en la Tabla 6 que el 30% de los colaboradores de Navales Oyola cuenta con un Rendimiento de nivel Deficiente, aun así el 23.3% cuenta con un porcentaje de Rendimiento a un nivel Bueno, finalmente el 30% de ellos cuenta con Rendimiento a nivel Óptimo.

Tabla 7

Niveles de Satisfacción de Navales Oyola en Callao.

		Frecuen	Porcent
		cia	aje
Válid	DEFICIE	1	3,3
o	NTE		
	REGULA	23	76,7
	R		
	BUENO	3	10,0
	OPTIMO	3	10,0
	Total	30	100,0

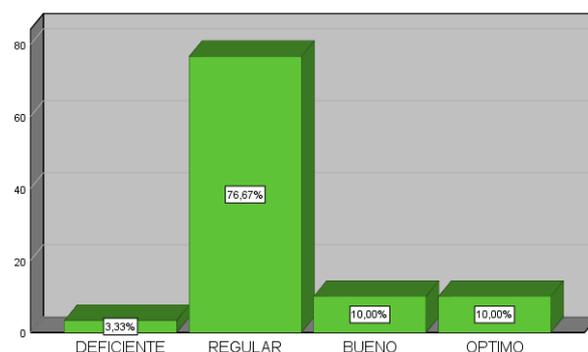


Figura 7. Porcentaje de Satisfacción de Navales Oyola en Callao.

Interpretación: Según la Tabla 7 podemos ver que solo el 3.3% de los clientes están satisfechos a un nivel Deficiente, sin embargo, el 10% se encuentran satisfechos a un nivel Óptimo y el 76.7% se encuentra satisfecho a un nivel Regular.

Tabla 8

Niveles de Perspectiva de Navales Oyola en Callao.

		Frecuen cia	Porcent aje
Válid o	DEFICIE NTE	5	16,7
	REGULA R	11	36,7
	BUENO	7	23,3
	ÓPTIMO	7	23,3
	Total	30	100,0



Figura 8. Porcentaje de Satisfacción de Navales Oyola en Callao.

Interpretación: Podemos apreciar según los resultados obtenidos en la tabla 8 en la cual el 16,7% de los clientes tienen una perspectiva a un nivel Deficiente, sin embargo, el 23,3% cuenta con una Perspectiva a nivel óptimo, también así el 23,3% tiene un nivel de Perspectiva Bueno.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Prueba de normalidad de la Muestra.

La operación se ejecutó según la agrupación de la base que se obtuvo para poder plantear si tenían o no una repartición normal. Para los cuales se planteó las hipótesis las cuales fueron trabajadas de la siguiente forma:

H₀: La distribución de datos muestral es normal.

H₁: La distribución de datos muestral no es normal.

Se realizó la comparativa de significación que fue pre establecida de $T = 0.05$ correspondiente al 95% de confianza, junto a la significación establecida en la tabla de prueba de normalidad según la próxima columna, tal como se presenta a continuación:

Regla que influye en la decisión:

- a) Si Sig. $p < 0.05 \Rightarrow$ Rechazo H₀
- b) Si Sig. $p > 0.05 \Rightarrow$ Acepto H₀

Regla de Correspondencia:

- a) $N < 50$ entonces nos basamos en Shapiro-Wilk
- b) $N > 50$ entonces es Kolmogórov-Smirnov

Tabla 9 Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad

Pruebas de normalidad			
Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.
INGRESOS	,773	30	,000
GASTOS	,773	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: Según los la información obtenida en la Tabla 10, la prueba usada para poder comprobar la hipótesis de normalidad fue Shapiro-Wilk ya que la muestra usada para esta investigación fue conformada por 30 clientes, según los resultados obtenidos podemos notar que cuenta con una distribución menor al nivel de significancia, es decir $0.000 < 0.05$ según la regla de decisión se procede a rechazar la hipótesis nula, por ello, la muestra no es normal y por ende la estadística a usar en la demostración de mis hipótesis dentro de este trabajo serán estadísticos no paramétricos.

HIPÓTESIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Ho: La gestión por objetivos tiene relación con la satisfacción al cliente de Navales Oyola, Callao, 2020.

H1: La gestión por objetivos no tiene relación con la satisfacción al cliente de Navales Oyola, Callao, 2020.

Tabla 10: Información inferencial de la hipótesis general.

Correlaciones			GESTIÓN POR OBJETIVOS	SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	GESTION POR OBJETIVOS	Coeficiente de correlación	1,000	,236
		Sig. (bilateral)	.	,210
		N	30	30
	SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,236	1,000
		Sig. (bilateral)	,210	.
		N	30	30

Interpretación: Con respecto a los resultados del estadístico Rho de Spearman se concluyó que existe correlación positiva baja entre la variable Gestión por objetivos y Satisfacción al cliente; consecuentemente se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 11: Correlación de la Dimensión desempeño y la variable Satisfacción al cliente.

Correlaciones			DESEMPEÑO	SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	DESEMPEÑO	Coeficiente de correlación	1,000	,240
		Sig. (bilateral)	.	,201
		N	30	30
	SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,240	1,000
		Sig. (bilateral)	,201	.
		N	30	30

Interpretación: Con respecto a los resultados del estadístico Rho de Spearman se llegó a la conclusión de que existe correlación positiva baja entre la dimensión desempeño y Satisfacción al cliente; por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 12: Correlación de la Dimensión Metas Personales y la variable Satisfacción al cliente.

		Correlaciones		
			METAS PERSONALES	SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	METAS PERSONALES	Coeficiente de correlación	1,000	,168
		Sig. (bilateral)	.	,376
		N	30	30
	SATISFACCION AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,168	1,000
		Sig. (bilateral)	,376	.
		N	30	30

Interpretación: Con respecto a los resultados del estadístico Rho de Spearman se llegó a la conclusión de que existe correlación positiva muy alta entre la de la dimensión Metas Personales y la variable Satisfacción al cliente; por ello es que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 13: Correlación de la Dimensión objetivo y la variable Satisfacción al cliente.

		Correlaciones		
			OBJETIVOS (Agrupada)	SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Agrupada)
Rho de Spearman	OBJETIVOS (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	0.431
		Sig. (bilateral)	.	,768
		N	30	30
	SATISFACCIÓN AL CLIENTE (Agrupada)	Coeficiente de correlación	0.431	1,000
		Sig. (bilateral)	,768	.
		N	30	30

Interpretación: Con respecto a los resultados del estadístico Rho de Spearman se llegó a la conclusión de que existe correlación positiva moderada entre la de la dimensión objetivo y la variable Satisfacción al cliente; así es que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

V. DISCUSIÓN

Discusión por objetivos

El objetivo general que se planteó en la tesis fue determinar la relación que existe entre la Gestión por Objetivos y la Satisfacción al cliente de la empresa Navales Oyola, Callao. La investigación busco saber si la gestión por objetivos tiene relación con la satisfacción al cliente de Navales Oyola debido a que es una empresa en constante crecimiento por ello es que buscamos saber si las variables tienen relación para poder mejorar el nivel de calidad que brinda la empresa y así poder incrementar las ventas. Esta investigación tiene una semejanza con la tesis de Rodas, C (2014). Administración por objetivos y satisfacción laboral en la empresa, Quetzaltenango cuyo objetivo fue elevar la posición general de la institución dentro de la comunidad, de tal forma que se pueda considerar entre las mejores de su actividad.

Discusión por metodología

El nivel usado para la investigación fue descriptivo-correlacional, ya que lo que se realizo fue describir cada variable de estudio. El fin principal del estudio fue determinar la relación de la Gestión por objetivos con la Satisfacción al cliente de Navales Oyola, Callao, 2020. Se uso el diseño no experimental-transversal, ya que durante la investigación no se manipularon las variables, se observó la situación en un contexto único dentro de un tiempo determinado. En el contexto de los antecedentes previos, la tesis que se pudo obtener fue la del autor Martínez, E (2018). Gestión por competencias y gestión administrativa en el Gobierno regional del callao, año 2018. Para optar por la maestría en Gestión Pública. La investigación tuvo como fin determinar la relación de la gestión por competencias con la gestión administrativa y plasmar así la relación cercana que tienen estas variables. La metodología que se usó en esta investigación fue de carácter cuantitativo ya que se recolectaron datos para probar la hipótesis. Para obtener la información cuantitativa se crearon e implementamos distintas herramientas de investigación, dentro de ellas, encuestas y entrevistas. Se usaron metodologías distintas para poder conocer si se esta mejorando la gestión por objetivos en las organizaciones y poder implementarla en sus servicios para poder brindar satisfacción a los clientes.

Discusión por resultados

Durante el periodo de duración del estudio se trató de conseguir los más resaltantes resultados para poder determinar la realidad problemática en la cual se encontraban los clientes en cuanto a temas como la Gestión por Objetivos. Para poder recolectar los datos se realizó una prueba piloto con 15 personas y fue compuesta por 16 preguntas para poder conocer la confiabilidad del instrumento a usar. Luego de constatar que la encuesta era un instrumento confiable, se encuestó a la muestra total, la cual estaba compuesta por un total de 30 clientes a los cuales la empresa Navales Oyola brinda servicios de mantenimiento en sus embarcaciones pesqueras. Lo que se busco fue medir el nivel de satisfacción que tenían acorde con nuestros servicios y lo importante que es tener un modelo de trabajo baso en la gestión por objetivos. Los resultados arrojaron que solo el 3.3% (1) de los clientes están satisfechos a un nivel Deficiente, sin embargo, el 10% (3) se encuentran satisfechos a un nivel Óptimo y el 76.7% (23) se encuentra satisfecho a un nivel Regular dentro de la dimensión Nivel de Satisfacción. Confirmando que se la gran mayoría de los clientes se encuentra satisfecho con nuestros servicios. De los antecedentes previos de la investigación, la tesis Vela y Zavaleta (2014) en su Tesis “Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro Tottus – Mall de Trujillo 2014” donde la muestra a trabajar fue de 340 clientes. Se aplico como instrumento la encuesta y también el análisis documental, según los datos obtenidos se concluyó que la calidad de servicio llego a influir directa y significativamente al nivel de ventas de equipos en tienda. El resultado obtenido de la operación menciona que tiene un efecto altamente positivo en los clientes, ya que se cree en os productos que ofrecen y se tiene un nivel de confianza alto en cuanto a la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores, esto se ve reflejado en la investigación.

Discusión por conclusión

Según la tesis presentada se puedo concluir que los clientes que adquieren los servicios de mantenimiento en sus embarcaciones pesqueras, se interesan mucho en el acabado que le damos a sus embarcaciones en cuanto a pintura en general en las embarcaciones, es decir les importa mucho los detalles que le demos al servicio que estamos brindando. En la Tesis de Pérez, (2016). En su trabajo de investigación llamado: “Evaluación de la calidad de servicio percibida por los

estudiantes de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo con respecto a los servicios de limpieza de la empresa Sebul en la ciudad de Chiclayo, cuyo objetivo general es el de Identificar qué nivel de percepción tienen los clientes acerca del nivel de aceptación del servicio en la organización SEBUL por parte de los estudiantes de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Como resultado se obtuvo que, los estudiantes universitarios aprobaron la realidad de los servicios, aunque se obtiene un -0.78 que vendría a ser la diferencia para alcanzar la excelencia. Como conclusión se obtuvo que los estudiantes universitarios no están satisfechos con los servicios brindados por parte de la empresa SEBUL, ya que no reciben una correcta comunicación también señalaron que la rapidez del servicio es deficiente”

Discusión por teorías

En la investigación presentada se usó una teoría importante que es la Teoría Neoclásica: Teoría de la gestión por objetivos donde su principales exponentes son Peter Drucker y Koontz, lo importante de esta teoría es que su punto fundamental es definir la administración como una técnica social básica, la cual se basa en planificación, organización, dirección y control, esta teoría es importante ya que hace énfasis en la práctica administrativa, también así hace énfasis en los objetivos y resultados, nos dice que la APO es decir administración por objetivos es un método enérgico que acopla la necesidad de la organizaciones de alcanzar sus objetivos de lucro y expansión, con la necesidad del dirigente de apoyar a su propio desarrollo. En la Tesis de Rodas (2014), en su tesis de licenciatura titulada: “Administración por objetivos en la empresa”. Establece como objetivo Detallar el número de colaboradores que saben acerca de la Gestión por Objetivos dentro de la organización. Brindar a los colaboradores información acerca de la importancia que tiene la implementación de este método en la empresa, como resultado se obtendrá una mejor coordinación, ejecución y control. El investigador tuvo como conclusión la existencia de un alto porcentaje de influencia por parte del personal administrativo en la empresa para la fijación de objetivos, lo que conlleva a creer que se podría implementar con éxito un modelo de APO y se basó en la teoría de la Administración por objetivos fundada por Peter Drucker, llegando así a la

conclusión de que tener un modelo de APO instalado en la organización es de vital importancia y ayuda a poder distribuir equitativamente el trabajo en la organización.

VI CONCLUSIONES

1. Se logro cumplir con el objetivo principal de la tesis, ya que se pudo determinar que existe relación entre las dos variables de investigación usadas en esta tesis, llegando así a la decir que la Gestión por objetivos si tiene relación con la Satisfacción al cliente en la empresa Navales Oyola.
2. Se cumplió con el objetivo específico 1 del presente trabajo de investigación, es decir se llegó a determinar que existe relación entre la dimensión desempeño y la variable satisfacción al cliente en la empresa Navales Oyola, Callao, 2020.
3. Se cumplió con el objetivo específico 2 de la tesis, por ende se puede afirmar que existe relación entre Las Metas Personales y la Satisfacción al cliente en la empresa Navales Oyola, Callao, 2020.
4. Se logro cumplir con el objetivo específico 3 de la tesis por ende se puede afirmar que existe relación entre El Objetivo y la Satisfacción al cliente en la empresa Navales Oyola, Callao 2020.

VII RECOMENDACIONES

Luego de analizar cuidadosamente los resultados obtenidos durante la presente investigación se plantean las siguientes recomendaciones:

Primera: Con respecto a la gestión por objetivos y la Satisfacción al cliente es recomendable seguir implementando el modelo de gestión para poder causar un gran impacto de satisfacción en nuestros principales clientes, poniendo énfasis en los mínimos detalles de los servicios que brinda la empresa.

Segunda: Con respecto al desempeño es recomendable incentivar a los trabajadores a cumplir con eficacia sus labores, para poder brindar un servicio a nivel óptimo y así poder llegar a causar un gran impacto de satisfacción en los principales clientes que tiene la organización.

Tercera: Con respecto a Las Metas personales es recomendable plantear metas a nivel de empresa para que los colaboradores alineen sus metas personales con las metas y objetivos trasados dentro de la organización para poder avanzar a la par teniendo en cuenta tanto las metas personales de los trabajadores como las metas que tiene la organización y así llegar a obtener un alto nivel de rendimiento en los servicios que brindamos.

Cuarto: Con respecto a El objetivo es recomendable, seguir incentivando a los colaboradores a trabajar acorde al plan de trabajo que esta creado en función a la gestión por objetivos, ya que la organización trabaja acorde a un modelo de gestión basado en este tema para poder lograr un óptimo nivel de satisfacción en los clientes.

VIII. Referencias Bibliográficas

Alles (2006). Desempeño por competencia: evaluación de 360° (1ra ed.3ª reimp). Buenos Aires: Granica

Alles (2012). Diccionario de términos de Recursos Humanos(1ed). Buenos Aires: Granica

Bernal, S. (2016). Metodología de la investigación. (4ta ed). Bogotá - Colombia: Pearson.

Colom (2015). Guía básica y ejercicios prácticos para la gestión empresarial. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=2zHwCgAAQBAJ&pg=PA111&dq=LOS+LOGROS+EMPRESARIALES&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz__Ldu61cDNAhWG4iYKHdgIANoQ6AEIOzAG#v=onepage&q=LOS%20LOGROS%20EMPRESARIALES&f=false

Corbetta, P. (2007). Metodología y técnicas de Investigación Social. España: Mc Graw Hill

Díaz (2001). Diseño y elaboración de Cuestionarios para la investigación comercial. Madrid: Esic

Díaz (2009). Metodología de la investigación científica y bioestadística (2da). Chile: RIL editores

Disponible en: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Rodas-Claudia.pdf>

Editorial.

Fernández (2013). La mejora de la productividad en la pequeña y grande empresa. San Vicente: editorial club Universitario.

Gamarro (2014): en su tesis "Diseño de investigación de la reestructuración del departamento de mercadeo y ventas en una empresa comercializadora de muebles utilizando como herramienta la administración por objetivo, facultad de ingeniería". (Tesis para obtener el título de Ingeniero Industrial, Universidad de san Carlos de Guatemala). Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_3074_IN.pdf

Gan y Triginé (2012). Evaluación del desempeño individual. Madrid: Díaz de santos
García y Sánchez (2015). Apoyo en la organización de intervenciones en el ámbito institucional. España: Paraninfo

Gosso, F. (2008). Hiper-satisfacción del cliente. (1era ed.). México D.F: Panorama

Hernández, R. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (3era Ed). México: MC Graw.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Investigación. (6ta ed.). Distrito Federal. México: Mc Graw Hill.

Hitt, Black & Porter (2006). Administración. (9na edición). México: Pearson educación de México S.A de C.V

Kotler, P. & Keller, K. (2013). Fundamentos del Marketing. (11va ed.). México: Pearson Educación.

López (2009).La empresa explicada de forma sencilla. Barcelona- España: Vigor

S.A. López (2013). Productividad. EE.UU: Palibrio López y Correa

(2007).Planeación estratégica de tecnologías informáticas y sistema de información. Recuperado de :

<https://books.google.com.pe/books?id=O7K85PAyLmMC&pg=PA42&dq=Precisar+los+objetivos+a+alcanzar+considerando+en+cada+caso+el+tiempo+requerido+para+alcanzarlo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjYnJHWnbLTAhWGeSYKHZR7BpYQ6AEIlzAA#v=onepage&q=Precisar%20los%20objetivos%20a%20alcanzar%20considerando%20en%20cada%20caso%20el%20tiempo%20requerido%20para%20alcanzarlo&f=false>

Morales G (2013). Gestión del Montaje y del mantenimiento de instalaciones eléctricas. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=SKNpJG627E0C&pg=SA4->

[PA33&dq=recursos+MATERIALES+EN+LA+EMPRESAS&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwic28fzxsDNAhUIRSYKHQcrAKgQ6AEIOjAF#v=onepage&q=recursos%20MATERIALES%20EN%20LA%20EMPRESAS&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=SKNpJG627E0C&pg=SA4-PA33&dq=recursos+MATERIALES+EN+LA+EMPRESAS&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwic28fzxsDNAhUIRSYKHQcrAKgQ6AEIOjAF#v=onepage&q=recursos%20MATERIALES%20EN%20LA%20EMPRESAS&f=false)

Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/movistar-empresa-telefonía-movil-usuariosmas-insatisfechos-mercado-2101828> Recuperado el 03 de septiembre del 2017

Rodas (2014). Tesis para obtener el grado de licenciada en el título de administradora de empresas “Administración por objetivos en la empresa”. Universidad Rafael Landívar Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Campus de Quetzaltenango, Quetzaltenango, Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/movistar-empresa-telefonía-movil-usuariosmas-insatisfechos-mercado-2101828> Recuperado el 03 de septiembre del 2017
2014

Villalba, (2015). La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la organización Comercial Víctor Hugo Caicedo de la ciudad de Ambato. – Tesis – Ecuador.

Wayne, D., Hoyer. (2013). Administración de recursos humanos. (6ta ed.). México: Editorial Mc Graw Hill

ANEXOS

Anexo 5: Matriz de Operacionalización de Variables.

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
GESTION POR OBJETIVOS	Según López (2015) sostiene que: “La administración por objetivos se basa en definir áreas claves en la compañía para establecer retos y evaluar los resultados. Por lo cual se infiere que es un sistema mediante el cual se intenta mejorar el desempeño de la empresa, mediante la integración de las metas personales de los empleados con los objetivos de la empresa” (p.196).	La variable se medirá por medio del instrumento de la encuesta cual se aplicará a los clientes. Se toma en cuenta dentro del instrumento los indicadores de la variable para poder obtener resultados medibles de la investigación.	DESEMPEÑO	RESULTADOS
				COMPETENCIAS
			METAS PERSONALES	OBJETIVOS A LARGO PLAZO
				OBJETIVOS A CORTO PLAZO
			OBJETIVO	LOGROS
				FINES

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Según Hoffman y Bateson (2012) indicaron que “es aquella en la cual se comparan las expectativas del cliente con su perspectiva acerca del contacto real con el servicio. Siendo breves, si la percepción de un cliente satisface su necesidad, se dice que su nivel de satisfacción será alto. Si la percepción y la expectativa no son iguales, entonces se dice que el rendimiento del servicio no fue optimo”.	La variable se medirá por medio del instrumento de la encuesta cual se aplicará a los clientes. Se toma en cuenta dentro del instrumento los indicadores de la variable de satisfacción al cliente para poder obtener resultados medibles de la investigación y poder contrastar la realidad.	RENDIMIENTO	PERCEPCIÓN
				CALIDAD
			NIVEL DE SATISFACCIÓN	FRECUENCIA DE COMPRA
				VARIEDAD DE SERVICIO RECOMENDACIÓN
			PERSPECTIVA	TIEMPO DE ATENCIÓN
				FINES
RESULTADO				

ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO

Cuestionario para medir la calidad de servicio de la empresa Navales Oyola, utilizando un cuestionario como encuesta elaborado por Mauro Eriksson Jostein Oyola Sandoval.

A continuación, se presenta una serie de ítems, lea las preguntas y seleccione la alternativa que usted considere refleja mejor su situación, marcando con un aspa (x) la alternativa que Ud. Crea apropiado. Se recomienda responder con la mayor sinceridad posible todas las preguntas, no deje ninguna pregunta en blanco, siendo la puntuación siguiente:

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

Gestión por Objetivos

N°	ÍTEMS	Escala				
		1	2	3	4	5
1	Se cumplen los objetivos y metas establecidas por la empresa.					
2	Se han logrado cumplir las metas y objetivos de la empresa.					
3	Los trabajadores están preparados para brindar un servicio óptimo.					
4	Los trabajadores cumplen con los implementos para el trabajo que realizan.					
5	Se cumplen con las metas establecidas a corto plazo en el periodo de 1 año.					
6	Se cumple con las metas establecidas a largo plazo en el periodo de 3 años a más.					
7	Considera usted que el objetivo de la empresa Navales Oyola, es lograr los objetivos a largo plazo.					
8	La empresa tiene la preferencia de sus clientes por los resultados obtenidos en los servicios prestados.					
9	Considera usted que el fin de la empresa es satisfacer a sus clientes.					

Satisfacción al cliente

N°	ÍTEMS	Escala				
		1	2	3	4	5
10	El servicio brindado cumple con las expectativas del cliente.					
11	El servicio cumple los estándares dados por la empresa.					
12	El servicio brindado es superior al de la competencia.					
13	El servicio que brindamos destaca en el mercado.					
14	Hemos incrementado las ventas por la satisfacción que damos a nuestros clientes.					
15	La diversidad de servicios que tenemos cubre la necesidad de nuestros clientes.					
16	El servicio que brindamos genera que nuestros clientes den buenas reseñas de nosotros.					
17	Los materiales usados para el servicio son de calidad.					
18	Somos puntuales en la entrega del servicio desarrollado.					
19	El servicio es óptimo y de buena calidad.					
20	El servicio que brindamos es personalizado dependiendo la necesidad del cliente.					

Anexo 7: Matriz de Validación por los Expertos.

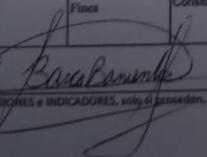
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **Gestión por objetivos y satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020.**

Apellidos y nombres del investigador: **Oyola Sandoval Mauro Eriksson**

Apellidos y nombres del experto: **MBA BARCA BARRIENTOS JESUS** DNI: **46176175**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR	OPINIÓN DEL EXPERTO			
				ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable X: Gestión por objetivos	Desempeño	Resultados	Se cumplen los objetivos y metas establecidas por la empresa.	1.Si			
			Se han logrado cumplir las metas y objetivos de la empresa.	2.No			
		Competencias	Los trabajadores brindan están preparados para brindar un servicio óptimo.				
	Los trabajadores cumplen con los requisitos para el trabajo que realizan.						
	Metas personales	corto plazo	Se cumplen con las metas establecidas a corto plazo en el periodo de 1 año.				
			Se cumple con las metas establecidas a largo plazo en el periodo de 3 años a más.				
	largo plazo	Considera usted que los fines de la empresa Navales Oyola, es lograr los objetivos a largo plazo.					
		Logros	La empresa tiene la preferencia de sus clientes por los resultados obtenidos en los servicios prestados.				
	Objetivo	Fines	Considera usted que el fin de la empresa es satisfacer a sus clientes.				

FIRMA DEL EXPERTO:  FECHA: 27 DE NOVIEMBRE DE 2019

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

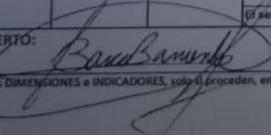
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **Gestión por objetivos y Satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020.**

Apellidos y nombres del investigador: **Oyola Sandoval Mauro Eriksson Jostein**

Apellidos y nombres del experto: **MBA BARCA BARRIENTOS JESUS** DNI: **46176175**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR	OPINIÓN DEL EXPERTO			
				ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable Y: Satisfacción al cliente	Rendimiento	Percepción	El servicio recibido fue el esperado.	1.- Si 2.- No			
			El servicio cumple con las características requeridas.				
		Calidad	Los servicios ofrecidos son superiores en relación a la competencia				
			El servicio es mejor que los que se ofrece en el mercado.				
	Nivel de Satisfacción	Frecuencia de compra	Repetiría los servicios ejecutados en la empresa.				
			La variedad de servicios que se ofrece cubre todas sus necesidades.				
			Recomendaría el desarrollo de servicios a su entorno.				
	Perspectiva	Tiempo de atención	Se cumple con el tiempo pactado para el servicio.				
			Es puntual en la entrega del servicio desarrollado.				
	Resultado	Resultado	Los servicios adquiridos superan sus expectativas.				
El servicio realizado cumple con las características establecidas.							

FIRMA DEL EXPERTO:  FECHA: 27 de noviembre de 2019

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión por objetivos y Satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020.

Apellidos y nombres del investigador: Oyola Sandoval Mauro Eriksson Jostein

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza DNI: 08467692

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	OPINIÓN DEL EXPERTO			
				ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable Y: Satisfacción al cliente	Rendimiento	Percepción	El servicio recibido fue el esperado.	1.- Si 2.- No	<input checked="" type="checkbox"/>		
			El servicio cumple con las características requeridas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Calidad	Los servicios ofrecidos son superiores en relación a la competencia		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El servicio es mejor que los que se ofrece en el mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Nivel de Satisfacción	Frecuencia de compra	Repetiría los servicios ejecutados en la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Variedad de Servicio	La variedad de servicios que se ofrece cubre todas sus necesidades.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Recomendación	Recomendaría el desarrollo de servicios a su entorno.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Perspectiva	Tiempo de atención	Se cumple con el tiempo pactado para el servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Es puntual en la entrega del servicio desarrollado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Resultado	Los servicios adquiridos superan sus expectativas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
FIRMA DEL EXPERTO:				FECHA: 27 de noviembre de 2019			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión por objetivos y satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020.

Apellidos y nombres del investigador: Oyola Sandoval Mauro Eriksson

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza DNI: 08467692

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	OPINIÓN DEL EXPERTO			
				ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable x: Gestión por objetivos	Desempeño	Resultados	Se cumplen los objetivos y metas establecidas por la empresa.	1.- Si 2.- No	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se han logrado cumplir las metas y objetivos de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Competencias	Los trabajadores brindan están preparados para brindar un servicio óptimo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los trabajadores cumplen con los requisitos para el trabajo que realizan.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Metas personales	corto plazo	Se cumplen con las metas establecidas a corto plazo en el periodo de 1 año.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se cumple con las metas establecidas a largo plazo en el periodo de 3 años a más.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		largo plazo	Considera usted que los fines de la empresa Navales Oyola, es lograr los objetivos a largo plazo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Objetivo	Logros	La empresa tiene la preferencia de sus clientes por los resultados obtenidos en los servicios prestados.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Fines		Considera usted que el fin de la empresa es satisfacer a sus clientes.	<input checked="" type="checkbox"/>	
		FIRMA DEL EXPERTO:				FECHA: 27 DE NOVIEMBRE DE 2019	

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

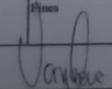
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **Gestión por objetivos y satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020.**

Apellidos y nombres del investigador: **Oyola Sandoval Mauro Eriksson**

Apellidos y nombres del experto: **Dr. MARCELO ESPINOZA JUAN M. DNI: 09301600**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR ITEM / PREGUNTA	OPINIÓN DEL EXPERTO			
				ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable x: Gestión por objetivos	Desempeño	Resultados	Se cumplen los objetivos y metas establecidas por la empresa.	1.- Si 2.- No			
			Se han logrado cumplir las metas y objetivos de la empresa.				
		Competencias	Los trabajadores brindan están preparados para brindar un servicio óptimo.				
			Los trabajadores cumplen con los requisitos para el trabajo que realizan.				
	Metas personales	corto plazo	Se cumplen con las metas establecidas a corto plazo en el periodo de 1 año.				
			Se cumple con las metas establecidas a largo plazo en el periodo de 3 años a más.				
	largo plazo	Considera usted que los fines de la empresa Navales Oyola, es lograr los objetivos a largo plazo.					
		Objetivo	Logros				
	Fines	Considera usted que el fin de la empresa es satisfacer a sus clientes.					

FIRMA DEL EXPERTO:  FECHA: 27 DE NOVIEMBRE DE 2019

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES se establecen en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

DR. MARCELO ESPINOZA JUAN M.
CORLAJ REG. 9523

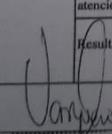
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **Gestión por objetivos y Satisfacción al cliente en Navales Oyola, Callao, 2020.**

Apellidos y nombres del investigador: **Oyola Sandoval Mauro Eriksson Jostein**

Apellidos y nombres del experto: **Dr. MARCELO ESPINOZA JUAN DNI: 09301600**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	OPINIÓN DEL EXPERTO			
				ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable Y: Satisfacción al cliente	Rendimiento	Percepción	El servicio recibido fue el esperado.	1.- Si 2.- No			
			El servicio cumple con las características requeridas.				
		Calidad	Los servicios ofrecidos son superiores en relación a la competencia				
	El servicio es mejor que los que se ofrece en el mercado.						
	Nivel de Satisfacción	Frecuencia de compra	Repetiría los servicios ejecutados en la empresa.				
		Variedad de Servicio	La variedad de servicios que se ofrece cubre todas sus necesidades.				
		Recomendación	Recomendaría el desarrollo de servicios a su entorno.				
	Perspectiva	Tiempo de atención	Se cumple con el tiempo pactado para el servicio.				
			Es puntual en la entrega del servicio desarrollado.				
	Resultado	Los servicios adquiridos superan sus expectativas.					
El servicio realizado cumple con las características establecidas.							

FIRMA DEL EXPERTO:  FECHA: 27 de noviembre de 2019

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES se establecen en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

DR. MARCELO ESPINOZA JUAN M.
CORLAJ REG. 9523

Anexo 8: validez del instrumento

VALIDADOR	GRADO	RESULTADO
Dávila Arenaza, Víctor	Doctor	Aplicable
Vásquez Espinoza, Juan	Doctor	Aplicable
Barca Barrientos, Jesús	Magister	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Anexo 9: Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,738	20

Fuente: Elaborado en base a los resultados SPSS

Anexo 10: Coeficiente de Alfa de Cronbach,

Coeficiente alfa 0.81 a 1.00	Muy alta
Coeficiente alfa 0.61 a 0.80	Alta
Coeficiente alfa 0.41 a 0.60	Moderada
Coeficiente alfa 0.21 a 0.40	Baja
Coeficiente alfa 0.01 a 0.20	Muy baja

Fuente: George y Mallery (2003)