



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del
cliente en la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en administración

AUTORA:

Ramos Ruíz, Claudia Gabriela (ORCID: 0000-0001-7762-2041)

ASESOR

Mg. Mejía Guerrero, Hans (ORCID: 0000-0001-7100-7005)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

CALLAO – PERÚ

2020

Dedicatoria

“Aunque aún no lo sepas eres y serás lo más importante en mi vida, hoy he dado un paso más para servir de ejemplo a la persona que más amo en este mundo. Gracias a ti he decidido subir un escalón más y crecer como persona y profesional. Esperó que un día comprendas que te debo lo que soy ahora y que este logro sirva de herramienta para guiar cada uno de tus pasos.

Gracias por existir Darlet, te amo”

Agradecimiento

Agradezco mucho por la ayuda de mis maestros, mis compañeros, a todas las personas que me ayudaron a tener experiencia y a la universidad por aquellos conocimientos que me fueron otorgados.

De igual manera agradezco a Dios padre celestial que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores de mi vida.

Te agradezco padre celestial.

Índice de contenidos

CARÁTULA.....	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE DE TABLAS.....	IV
ÍNDICE DE FIGURAS	V
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	15
3.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	16
3.3. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO.....	17
3.3.1. <i>Población:</i>	17
3.3.2. <i>Muestra:</i>	17
3.3.3. <i>Muestreo.</i>	18
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	18
3.4.1. <i>Técnicas</i>	18
3.4.2. <i>Instrumentos</i>	18
3.5. PROCEDIMIENTOS	20
3.6. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS	20
3.7. ASPECTOS ÉTICOS	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN.....	34
VI. CONCLUSIONES.....	37
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS.....	40
ANEXOS.....	45

Índice de tablas

TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	17
TABLA 2. FIABILIDAD DE LA VARIABLE GESTIÓN ADMINISTRATIVA GESTIÓN.....	19
TABLA 3. FIABILIDAD DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	20
TABLA 4. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA	22
TABLA 5. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA	23
TABLA 6. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	24
TABLA 7. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD DEL SERVICIO.....	25
TABLA 8. INFORMACIÓN DE AJUSTE DE LOS MODELOS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CONFIABILIDAD DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	26
TABLA 9. SEUDO COEFICIENTE ENTRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CONFIABILIDAD DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	26
TABLA 10. ESTIMACIÓN DE PARÁMETROS	27
TABLA 11. INFORMACIÓN DE AJUSTE DE LOS MODELOS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	28
TABLA 12. PSEUDO COEFICIENTE ENTRE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	28
TABLA 13. COEFICIENTES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE FRENTE A LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA.	29
TABLA 14. INFORMACIÓN DE AJUSTE DE LOS MODELOS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA EMPATÍA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	30
TABLA 15. PSEUDO COEFICIENTE ENTRE DIRECCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.	30
TABLA 16. COEFICIENTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE FRENTE A LA DIRECCIÓN.....	31
TABLA 17. INFORMACIÓN DE AJUSTE DE LOS MODELOS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	32
TABLA 18. PSEUDO COEFICIENTE ENTRE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	32
TABLA 19. COEFICIENTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE FRENTE A LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA	32

Índice de figuras

<i>FIGURA 1. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA</i>	<i>22</i>
<i>FIGURA 2. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA</i>	<i>23</i>
<i>FIGURA 3. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</i>	<i>24</i>
<i>FIGURA 4. NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</i>	<i>25</i>

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<i>ILUSTRACIÓN 1. ASPECTOS QUE GENERAN RECHAZO.....</i>	<i>2</i>
---------------------------------------------------------	----------

Resumen

Esta investigación presentó se planteó determinar la influencia entre la gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Los instrumentos esgrimidos fueron cuestionarios en escala de Likert para las variables gestión administrativa en la satisfacción del cliente. Los mismos se sometieron al análisis de confiabilidad y validez, lo cual estableció que dichos instrumentos tienen validez y confiabilidad. Se utilizó el método hipotético deductivo, la investigación fue básica, de nivel regresión ordinal, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental transversal. 93 colaboradores de la empresa antes mencionada conformaron la población y el muestreo fue de tipo probabilístico aleatorio simple. La técnica usada en la recolección de datos fue encuesta y los instrumentos fueron cuestionarios que se validaron mediante el juicio de expertos y su confiabilidad por medio del estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach. Los resultados evidenciaron una influencia directa y significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Palabras clave: Gestión administrativa, satisfacción del cliente.

Abstract

This research presented as a general objective to determine the influence between administrative management and customer satisfaction - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. The instruments used were Likert scale questionnaires for administrative management variables on customer satisfaction. They have been subjected to a reliability and validity analysis, which established that said instruments have validity and reliability. The method used was hypothetical deductive, the type of research was basic, the ordinal regression level, the quantitative approach; non-cross-sectional experimental design. 93 employees of the company previously mentioned the conformation of the population and the sampling was of a simple random probabilistic type. The technique used in data collection was a survey and the instruments were questionnaires that were duly validated through expert judgment and their reliability through Cronbach's alpha reliability statistic. The results showed a direct and significant influence between administrative management and customer satisfaction in the company Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Keywords: Administrative management, customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

La función o gestión administrativa se encuentra entre los factores más trascendentales interiormente mundiales, donde las empresas entidades desean permitir el ingreso a desarrollarse. En concordancia con la revista gerencia (2009) nos relata que su fin de mejorar la estrategia de la gestión administrativa, se implementó la facturación en el sistema electrónico que accedió para valorar y reduciendo costos para mantener el mínimo número de papeles, del personal enfocadas al trabajo del uso de los documentos, para la disposición de un sitio seguro que le dará una sostenibilidad en el tiempo y permitirá el uso de hojas fiscales.

Es necesario que las empresas conozcan como ejemplo real que es constante la competencia, en ese sentido mejorar en el transcurso de sus tareas o actividades. Existentes en su opción de su aprendizaje, la innovación y buscar el mejoramiento continuo de la empresa, comenzando por la alta dirección hasta el colaborador o trabajador que ejecuta una actividad o tarea de un nivel no ejecutivo (Suraya et., al. 2020).

La función o gestión administrativa es la más resaltante o valiosa como instrumento para su efectividad en las tareas o actividades, dicho sea esto se abordan los procesos que dan lugar a su cumplimiento en las organizaciones o empresas ejecutando dimensiones como la planificación, organización, dirección y control. Dichos estos procesos, ayudarán a ser más sólidas, estables y competitivas.

En otro escenario, la satisfacción del cliente, está fundamentado en el cumplimiento del agrado y el saciar a los usuarios o clientes, donde las interrogantes es que las empresas deberían hacer para la satisfacción de los clientes (Van et., al. 2020). Todo ello será dependiendo de las empresas para cumplir lo que corresponda y esa relevancia significativa resultará notablemente en la satisfacción como rol y completar las expectativas y sus requerimientos. Encaminados en su éxito o de su fracaso, cual dependerá involucrarse en su excelencia y/o deficiencia de los servicios que facilitan.

Según el Instituto Nacional de Calidad (2018), los directivos, emprendedores, así como las empresas peruanas son un mínimo reducido de éstos están comprometidos por la satisfacción del cliente. Desconociendo de las ventajas desde una muestra de un certificado de calidad en su posibilidad de apertura nuevos negocios, demostrando el cumplimiento de requisitos en los clientes mayormente ejerciendo competencias en las autoridades y financiamiento en aumento de beneficios, como la entrada a la competencia de mercados extranjeros mediante esta obtención del certificado de calidad (p. 35). Ratificado en diario Gestión (2015), que el 67% de la clientela evita un servicio debido a la mala atención (p. 15)



Ilustración 1. Aspectos que generan rechazo

Fuente: Diario Gestión. (2018). Figura que generan rechazo. [Figura]. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/?ref=gesr>

En su conjunto el proceso de la satisfacción del cliente es el valor más importante del cual el usuario o consumidor haga el ciclo de volver adquirir un producto o ejecutar un servicio (Al-Omari et., al. 2020).

Actualmente, muchas organizaciones peruanas en el sector de metalmecánica-industrial presentan diferentes dificultades respecto a este asunto, pues no le dan la significancia que precisa, las razones que llevan a obviarlo son distintas; entre ellas se encuentra el temor al cambio que pudiese ocasionar o en diferentes casos se desconoce el tema.

Igualmente, las causas de estos índices bajos son debido a que las empresas de este sector cada vez dan menos importancia a sus colaboradores y a través de estos puedan ofrecer una adecuada para dar cumplimiento a sus funciones u horas de trabajo. Esto podría explicar el hecho de que la clientela reaccione negativamente al servicio proporcionado.

Ahora bien, el presente estudio partirá de la revisión de los procesos administrativos de la gerencia administrativa de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex, específicamente respecto a la problemática evidenciada en colaboradores o trabajadores no satisfechos, para no solucionar problemas o requerimientos de los clientes; además de tener una infraestructura inadecuada, objetivos y metas no definidas, lo que conlleva a la insatisfacción de los clientes. Debido a ello, se formula la siguiente pregunta del problema general: ¿De qué manera la Gestión administrativa influye en la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020?

Cabe resaltar que los problemas específicos son: ¿De qué manera la Gestión administrativa influye en la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020? ¿De qué manera la Gestión administrativa influye en la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020? ¿De qué manera la Gestión administrativa influye en la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020?

Para ello, la justificación teórica se encuentra basada en la teoría de Fayol, quien se encuentra entre los importantes contribuyentes de la perspectiva de la administración. Sus postulados son significativos, ya que se orientan a cómo debería ser una gestión administrativa eficaz y eficiente que busque alcanzar los objetivos establecidos. Así mismo, Sharma (2020) aporta su fundamentación para la gestión administrativa eficaz. Ante la situación planteada, la presente

investigación tiene justificación teórica, ya que ayudará como fuente de información para la ejecución de otros estudios de investigación como apoyo o soporte que tengan relación con las mismas variables de estudio, y ayudará como referencia a las diferentes empresas de servicios que presentan situaciones similares.

Por consiguiente, la Justificación práctica de este trabajo es significativa pues permite presentar información sobre el proceso administrativo y la satisfacción del cliente con el fin de poner en práctica diferentes alternativas que permitan desarrollar y manejar las herramientas de trabajo para los colaboradores de la empresa. Se puede considerar que son muchos los factores por los cuales no se alcanzan los objetivos indicados y a través de esta investigación se busca aplicar acciones correctivas con el propósito de optimizar el desempeño de los colaboradores y de su gestión diaria.

Finalmente, la justificación metodológica se evidencia en la utilización de técnicas e instrumentos de investigación como las encuestas y el cuestionario; los cuales posteriormente serán procesados estadísticamente y así lograr determinar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Del mismo modo, se da a conocer que la planeación, organización, dirección y control caracterizan y apoyan a la gestión administrativa. Cabe indicar que el objetivo general es determinar la influencia entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. De igual manera, los objetivos específicos son: Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Adicionalmente, la hipótesis general fue: Existe influencia entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Las hipótesis específicas son: Existe influencia entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Existe influencia entre la gestión administrativa y la

capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020. Existe influencia entre la gestión administrativa y la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, es mostrada una breve síntesis de la investigación explicando teorías obtenidas a nivel internacional:

Yépez (2017) en su tesis *“La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la cooperativa de taxi “Divino Niño Jesús” del Cantón Baba, provincia de los Ríos”*, pretendió analizar la gestión administrativa y su influencia en la satisfacción de la clientela. Su enfoque fue cuantitativo, con un diseño no experimental. Las conclusiones validaron que la gestión administrativa influye en la satisfacción de los clientes de la cooperativa de taxi, debido a la falta de conocimiento de las nuevas expectativas y los factores involucrados.

Loja (2020) en su tesis sobre la *“Gestión Empresarial de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda. Agencia Cumandá provincia de Chimborazo y la Satisfacción del Cliente del año 2017”*, se planteó analizar la influencia de la gestión empresarial sobre la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda. Agencia Cumandá, su enfoque fue cuantitativo, con un diseño no experimental. Las conclusiones generadas son las siguientes: los procesos de la gestión administrativa no se realizan con eficiencia afectando la satisfacción del cliente, al aplicar el instrumento se obtuvo un 20% de satisfacción, lo cual lo posiciona en un nivel muy bajo y desfavorable. Respecto a la gestión administrativa se evidencia un 36% de carencia de eficacia en los trámites y servicios ofrecidos.

Arteaga (2020) y el trabajo *“La gestión administrativa y su influencia en la rentabilidad del comercial Joselito del Cantón Baba”*, su objetivo fue rediseñar varios procesos administrativos para optimizar el desempeño del personal y así mejorar la satisfacción de la clientela, lo cual influye de manera directa en la mejora de la rentabilidad de la organización, utilizando un diseño no experimental con enfoque cuantitativo. Las conclusiones demuestran que la gestión administrativa es deficiente debido a la escasa capacitación que presenta el personal impidiendo el cumplimiento de metas y creando insatisfacción en los clientes. Los resultados estadísticos del “grado de relación y significación de las variables tabuladas concluyen que: el Chi Cuadrado X^2 es mayor que el Chi cuadrado de la tabla X^2 calculado $> X^2$ tabla, aceptándose H_1 y rechazándose H_0 (p.55), afirmando que con

la correcta aplicación de la gestión administrativa se optimizará los procesos operativos e incrementará la rentabilidad y la satisfacción del cliente.

Así mismo, se ubicaron investigaciones a nivel nacional basándose en las variables similares al estudio como, por ejemplo: Gallardo (2020) en su investigación titulada *La gestión administrativa en la satisfacción de los usuarios de las Oficinas Registrales del RENIEC de Lima Norte, 2019*, cuyo propósito fue determinar de qué manera la gestión administrativa influye en la satisfacción de los usuarios de las Oficinas Registrales del RENIEC, en cuanto a la metodología utilizó un cuantitativo de diseño no experimental transversal, del tipo aplicada con una muestra de 217 usuarios de la RENIEC y las conclusiones fueron: Que se evidenciaron resultados como la prueba equivalente al coeficiente de determinación R² de modelos lineales, en la cual se sintetiza la proporción de variabilidad del conocimiento relacionada con elementos de predicción gestión administrativa; en el cual los valores de variación estima en solamente 9.1% de planificación; 9.5% en organización; 7.5% en dirección y 9.7% en control.

Ramírez (2017) en su tesis *“Gestión Administrativa y su Influencia con el Nivel de Satisfacción del Cliente Externo del Área de Operaciones de la Caja Financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017”*, se planteó evidenciar la influencia de la gestión administrativa en el Nivel de Satisfacción del Cliente externo en dicha organización. El estudio se realizó bajo un diseño no experimental. Las conclusiones emitidas determinan la existencia de una influencia significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción al cliente, evidenciando que en el año 2017 se obtuvo una deficiente gestión con 40 % de indiferencia con el trato que le da la empresa. También se tiene un 35.71 % de satisfacción de los clientes que visitan la empresa ubicándolo en un nivel bajo, el grado de relación se ubicó en 0.833 (representando un rango entre 1 y -1).

Agurto y Araujo (2018) en su tesis *“Influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la empresa MV Motors Huaraz 2018”*, el objetivo fue analizar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la organización mencionada, con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental de corte transaccional. 100 clientes conformaron la población y la muestra se compuso de 80 clientes; aplicándose a estos un cuestionario con el fin de recoger

datos relacionados con las variables analizadas y que a continuación se procesaron por medio del programa estadístico SPSS. Las conclusiones evidencian que el nivel de Gestión administrativa es regular en un 83.75%, la influencia con la satisfacción con un 95.00%, logrando establecer la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente. Además, se evidenció un valor de 0,700 para la variable Gestión Administrativa y 0,698 para la variable Satisfacción del Cliente, aceptándose la hipótesis de investigación planteada.

Para la fundamentación teórica se inicia con la variable Gestión Administrativa; para ellos es necesario definir el término “gestión”. Este procede de “*gestus*”, una palabra latina que simboliza: actitud, gesto, movimiento del cuerpo.

Esencialmente, dicho concepto remite a lo que el sociólogo Pierre Bourdieu denominó la *hexis*, eso se refiere a la manera como un hábitus (un conjunto de esquemas, mecanismos y demandas culturales internalizadas por las personas) es mediante el cuerpo en gestos, posiciones, movimientos, etc.

No obstante, “*gestus*” procede de un término latino diferente: “*gerere*”, que tiene diversos conceptos: llevar adelante o llevar a cabo, cargar una cosa, librar una guerra o trabar combate, dirigir una operación o un grupo, realizar, comparado con un artista que improvisa algo en un escenario.

Cabe recalcar, el término administración se encuentra creado a partir del prefijo *ad*, hacia, y de *ministratio*. Esta deriva, al mismo tiempo, de inferioridad, y del sufijo *ter*, que actúa como vocablo de comparación.

El término *minister* presenta una etimología contraria a la de *magister*: de *magis*, comparativo de superioridad, y de *ter*. De esta manera, *magister* revela una función de autoridad, *minister* enuncia esencialmente algo opuesto; subordinación: quien ejecuta una labor bajo su responsabilidad de otra persona; quien suministra un servicio a otra persona.

No obstante, la administración consigue conceptualizarse de numerosas maneras, así como numerosos ámbitos del conocimiento humano, sin embargo, se puede conceptualizar para comprenderlo y encerrando las partes más significativas mediante el análisis y síntesis de numerosos autores como se mencionarán (Giao, 2020).

Como parte de las teorías clásicas y donde se toma como referente o principal contribuyente a la teoría administrativa en su enfoque clásico a Fayol (1916) el cual define la administración eficaz y eficiente, permitiendo lograr los objetivos trazados, esta teoría rige hasta la actualidad los aspectos que determinan dimensiones o funciones como: planeación, organización, dirección y control.

Según Chiavenato (2007), Morillo (2020) y Wang y Wang (2020) la Gestión Administrativa es una serie de funciones que forman un proceso, estas son la planeación, organización, dirección y control.

Acorde a las fundamentaciones teóricas, se puede decir que la gestión administrativa especifica funciones, puestos o cargos, responsabilidades de las personas que trabajan o laboran en una empresa.

Otros autores como Robbins y Coulter (2005), Griffin (2015) y Kim et. al., (2020) ven a la administración como la magnitud de coordinación en sus relaciones de fases o actividades de trabajo manifestadas de una forma eficiente y eficaz involucrando diferentes individuos.

Toda empresa ya sea lucrativa o no tiene que tener un organigrama, en consecuencia, por la magnitud y la coordinación en sus fases o actividades este permite observar la manera de relacionarse las distintas partes; observándose, además, el papel o trabajo que realizan dichas fases o actividades, de igual manera lo realizado por las personas que se encuentran en las mismas.

Incluso autores que se involucran como Hitt, Black y Porter (2006), apoyan en la administración las fases de organización y uso de recursos para lograr los objetivos llevando tareas en un ambiente de alrededor organizacional.

Ello permite tener una comunicación efectiva entre los diferentes departamentos o áreas que componen a una empresa, en consecuencia, permite a los directivos a tomar decisiones, proceso a través del cual se escoge entre las opciones para solventar distintas situaciones presentadas a diario logrando alcanzar los objetivos (Villagómez et. al., 2020)

Por otro lado, Weimwe (2020) señala que la administración es el uso de las funciones en su conjunto o básicos procedimientos como el planear, organizar,

controlar, coordinar y dirigir donde interviene en un entorno positivo el eficaz y eficiente labor que realizan en una determinada organización/empresa.

Aquellos procedimientos son necesarios y básicos para ser ejecutados y tomados en cuenta para una administración donde intervendrán un conjunto de elementos para un entorno positivo y lograr las metas de la empresa u organización.

Asimismo, los autores como son: Koontz & Weihrich (2004), Al Maani et., al. (2020) refieren que la administración es un instrumento para mantener y diseñar los grupos de trabajo o en su conjunto las personas puedan cumplir con eficiente y eficaz funciones para alcanzar las metas.

A través de este instrumento, la administración, es el apoyo tanto funcional como operativo para las personas y a través de esta cumplir eficientemente y así conseguir los objetivos.

Tomando en cuenta el Modelo Teórico: se pretenderá representaciones, guías, sistemas o ideas diferentes a la de una entidad misma. Los modelos nos ayudan a entender y mejorar un sistema. Dichos modelos de un objeto pueden ser una réplica exacta de este, con la diferencia del material que lo compone. En estas circunstancias, las funciones de modelo basados en el modelo que nos transmite Fayol en su aplicación en la presente investigación, nos dan la utilidad y clara organización para facilitar el análisis del todo para la administración en una determinada empresa (Bacud, 2020). En su contexto del Modelo de Evaluación, por la cual referenciamos es un modelo que consistirá en la verificación de la conformidad plasmado en una planificación.

Para la utilización de bases como dimensiones o subvariables se encuentran: La Planeación: para el cumplimiento de los objetivos es el uso ordenado y correcto de políticas y estrategias para optimizar los recursos y de esta manera el desarrollo de la empresa. La Organización: para alcanzar los objetivos en una determinada organización se manifiesta en los procesos ordenados, distribución del trabajo, autoridades y uso de recursos, determinando que recursos y que actividades se requerirán para así con un diseño combinar en forma operativa en pocas palabras estructuración por departamento en la organización o empresa. La Dirección: la realización detallada para la ejecución de actividades es una de las características es el camino para la conducción del buen desempeño funcional al recurso humano

para demostrar la eficiencia y eficacia en una organización conteniendo a los mismos la confianza, estimulación, colectividad y conectividad de las diferentes actividades para el adecuado recurso. Y el Control: define como fueron planificadas y en su ejecución la corrección de una significativa actividad para regular las actividades en el camino y alcanzar los objetivos de la empresa.

Para la variable Satisfacción del cliente

Esta investigación toma como base teórica lo sostenido por los siguientes autores: Kotter, (2012), Lucini et., al (2020), Basari et., al (2020) señalan que tiene que ver con un grupo o cúmulo de sentimientos de deleite o desilusión generados en un individuo como resultados de comparar el valor apreciado en la utilización de un artículo o servicio con los deseos que tenía. (p.128). Otro autor como (Fornell, 2008), en su libro por título *El cliente Satisfecho* menciona “Como la productividad, una gran parte de los que se considera estrategia competitiva también es un remanente de una era pasada. La idea de superar a la competencia como foco central de la empresa quedará sustituido por la creación de un cliente satisfecho (...) Toda empresa debe de enfocarse no solo en la competencia y ganar sino brindar un servicio profundo adecuado y así los clientes estén satisfechos (p.22).

Gosso (2008) estudia en su libro como título *Hiper-Satisfacción del cliente*, se enfoca en el estado de ánimo proveniente de la expectativa de la clientela y la proveniente de una comparación entre las expectativas del cliente y el servicio prestado por las organizaciones. La clientela muestra unas expectativas dinámicas y que constantemente cambian; dicha viabilidad en las expectativas está basada en que la clientela crea en su mente expectativas de desempeño influenciados por diversos aspectos: Actitud: conducta de una persona para ejecutar cierto trabajo para realizar alguna labor, toda persona debe de mostrar un aumento de satisfacción al cliente respecto a la forma de atención de la empresa. Accesibilidad: probabilidad de llegar a cosas concretas y es que en el entorno laboral, cada trabajador o supervisor debe ser accesible para satisfacer los requerimientos de la clientela. Confianza: Sensación que un individuo comunica y los hechos confirman que los trabajadores deben enviar ese sentimiento a sula clientela para que tengan una sensación de seguridad sobre lo que se encuentran comprando o adquiriendo. Carisma: cualidad que cada individuo tiene por su esencia, y es que cada

organización que tenga carisma será consistentemente del gusto del comprador, generando la intención de conseguir sus servicios o artículos. Y alegría: impresión que transmite cada individuo, en una organización es el equivalente, los trabajadores deben transmitir este sentimiento y comunicarla a la clientela.

Olvera y Scherer, (2009) y Ramírez et. al., (2020), Woratschek et., al (2020) exponen que es importante valorar ciertos aspectos, considerando que existe un sin número de diferencias entre las empresas y los clientes, el servicio para poder ofrecerlos de una manera estandarizada, pero sobre todo personalizada.

Para brindar un servicio con calidad se necesita tomar en cuenta: Las expectativas de la clientela: es de suma importancia comprender lo que un cliente busca y espera. Es necesario saber cuáles son sus expectativas sobre el servicio solicitado e intentar cubrirla dentro de lo posible. Las normas de calidad, se debe poder analizar lo mínimo para poder saber prestar un servicio y entender la realidad que se vive en el país. Servicio prestado; influye mucho en los medios de comunicación y que lo primordial es acercarse al cliente para poder adquirir un buen servicio. Conocimiento del cliente: existen algunos procesos que pueden establecer la satisfacción de un cliente, principalmente si se aplican las famosas encuestas.

En la actualidad para contribuir en la mejora continua es necesario involucrar las herramientas para lograr la más plena satisfacción del cliente como requerimiento imprescindible y así ganar un lugar en la mente de la clientela y como mercado y camino objetivo.

Con relación a la satisfacción del cliente, se manifiesta como herramienta o soporte en medir evaluaciones que realizan en un servicio o producto, al margen que no cumplió es considerada como fracaso o rechazo a las expectativas causando insatisfacción. Para la satisfacción, en toda organización se ve influenciada por particularidades del producto o servicio en su calidad de su presentación.

Es claro entender, sin clientes para la atención en una organización no existirán empresas, sin ello no se dispondrían de necesidades u oportunidades de giro de negocios diversos. En un corto o largo plazo los clientes no pueden ni siquiera quejarse debido a que estos comparten sus experiencias con otras personas potenciales, clientes o usuarios que comprometieran el funcionamiento de la empresa o entidad.

Los conflictos en los casos hacia los clientes con algunas experiencias que puedan pasar en forma negativa y al ser resuelto con la eficiencia estamos generando confianza, comunicación significativa y positiva al cliente y de esta manera la fidelización al cliente. Dadas las dificultades que se ocasionen en algunas casuísticas deben ser tomadas como oportunidad de generación de oportunidades para conseguir los objetivos trazados en la empresa y no como problema.

En los negocios dada el tamaño o magnitud de las empresas, la satisfacción del cliente siempre es tomada y considerado como la principal razón en el éxito de la misma, así mismo como la máxima expresión, vida para que se desarrolle o funcione a medida que sin los clientes no hay vitalidad o funcionamiento de negocio.

Harrington (1993) hace mención a la propuesta de proceso de mejora que se encuentra compuesta por una serie de actividades complementarias entre sí y que está conformado por directivos, empleados y entornos que ayudarán a un desempeño para las actividades a desarrollar.

Dimensiones de satisfacción del cliente

La Confiabilidad: Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) y Mangin et. al., (2020) es la forma correcta y el compromiso que impacta en los resultados de la organización, el término aplicado a una asociación u organización es evidenciado de acuerdo a algunos factores, por ejemplo, la calidad con la que desempeña su administración y / o productos, y asimismo de evaluaciones de calidad, códigos de ética y su cultura o clima de trabajo.

El personal de una organización "son la organización" para la clientela, en otras palabras, la imagen de la organización es enviada por los individuos que se relacionan con los clientes.

Capacidad de respuesta: Parasuraman, et., al. (1988) y Krishnadas, y Kiprakis, (2020) planteaban que la percepción general de calidad se encontraba controlada por los contrastes entre el desempeño apreciado y el desempeño esperado en estas diez dimensiones.

Empatía: Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) y Frick, y Kemp (2020) aseveran que es la capacidad de dar a la clientela una atención individual y cautelosa, consideración mostrada a los clientes, al darse cuenta de cómo tratarlos

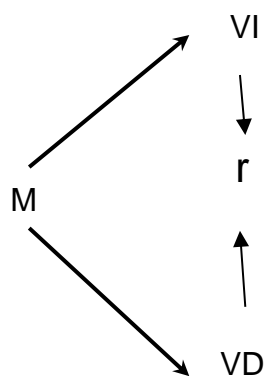
con el respeto que merecen, a todo cliente le gusta y hace que se sientan estimados, la forma en que le tratan de forma individualizada.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Este trabajo es de tipo descriptivo correlacional, pues ayuda a establecer el resultado de las observaciones de los comportamientos, particularidades, elementos y procesos para preparar una investigación. Desde la perspectiva de los autores (Hernández-Sampiere y Mendoza, 2018) manifiesta que tienen como propósito puntualizar cualidades de nociones, fenómenos, variables o hechos en un contexto dado (p. 108), de esta forma el diseño de investigación es no experimental pues se contemplan los fenómenos en su ambiente natural sin manipular de manera deliberada las variables y para posteriormente ser analizados (p. 175).

El diagrama representativo para el diseño de la investigación es:



Donde:

M = Muestra

V1 = Gestión administrativa.

V2 = Satisfacción del cliente.

r = Coeficiente de correlación entre las variables

3.2. Variables y operacionalización

La importancia del tema desarrollado radica en la comprensión de la idea que la gestión administrativa presenta un carácter sistémico, pues acarrea acciones coherentemente orientadas al alcance de los objetivos empresariales; esto mediante el cumplimiento de las funciones clásicas de la gestión en el proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar.

Es por ello que, la definición conceptual de la variable *Gestión administrativa* es vista por Hellriegel, Jackson y Slocum, (2009) como la toma de decisiones que guiarán a la organización por las etapas de planeación, organización, dirección y control. Así pues, en ocasiones se espera que las personas que están en diversos puestos desempeñen tareas administrativas (Don (p.8). De igual manera, dicha aseveración es ratificada por Chiavenato (2007) cuando asevera que consiste en una serie de funciones que forman un proceso, estas son la planeación, organización, dirección y control.

Respecto a la definición operacional de esta variable, consigue evidenciarse en el hecho de que a través de la planificación se realiza una adecuada gestión administrativa donde se organiza, dirección y control complementan la gestión. Las dimensiones consideradas para esta variable fueron: La planificación, la Organización, la Dirección y el Control.

En un mismo nivel de importancia se encuentra la variable *Satisfacción del cliente*, la cual consiste básicamente en la percepción que este tiene sobre el grado en que se han cumplido sus exigencias. Sin embargo, vale la pena destacar que incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos, esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente

La definición conceptual asumida en este trabajo tiene como fundamento lo planteado por Kotter, (2012) cuando expone que es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto o servicio contra las expectativas que se tenían (p.128). Y la definición operacional, se muestra al plantearse que la satisfacción del cliente es un tema cotidiano pero a la vez es un punto esencial para toda organización a través de una buena actitud por parte de

los colaboradores, y así la clientela tenga una mayor accesibilidad que permita generar confianza; de igual manera el personal debe contar una carisma y alegría al realizar sus funciones y labores diarias. Las dimensiones a tomarse en cuenta para esta variable fueron: La Confiabilidad, la Capacidad de respuesta y la Empatía.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población:

Según Hernández-Sampiere y Mendoza (2018), la población es una serie de elementos que es posible ser un análisis respecto a un determinado estudio (p. 199), en este caso la población que comprende es de 93 colaboradores de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, que se encuentran en actividad en el sub área de satisfacción al cliente de la gerencia administrativa, que están programados de lunes a viernes. Con esta población de estudio se verá si las variables tienen relación entre sí.

Tabla 1.
Distribución de la población

Población		
		N
Gestión administrativa	colaboradores de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex	93
Atención al cliente		93

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2. Muestra:

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) expresan que la muestra representa una parte del grupo de la población a estudiar de los cuales se recabará información, y que se debe caracterizar o establecerse con anticipación con exactitud, la misma debe representar a tal población (p. 196). La muestra utilizada será de 75

colaboradores del sub área de la gerencia administrativa. El establecimiento del tamaño de la muestra fue obtenida mediante la fórmula de población finita:

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2p(1-p)}$$
$$n = \frac{(93)(1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}{(93-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(1-0.5)} = 75$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra a calcular.

N= tamaño del universo, 93 colaboradores de la gerencia.

Z= 1,96 es la desviación del valor medio que aceptamos

E= 0.05 es el margen de error

P= 0.5 es la proporción que esperamos encontrar

3.3.3. Muestreo.

De acuerdo con Arias (2006) el muestreo es un proceso donde se conoce la probabilidad que posee todo aspecto o elemento para llegar a ser parte de una muestra (p. 83).

De allí que, el tipo de muestreo utilizado en el estudio fue probabilístico aleatorio simple.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Se realizó una encuesta con un cuestionario con el objeto de obtener de las variables Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente. Fue ejecutada una encuesta de 30 preguntas.

3.4.2. Instrumentos

Se optó por utilizar el instrumento cuestionario, por lo cual se hizo una revisión de manera profunda a las preguntas en su totalidad las cuales son 30 ítems, que tuvieron como alternativa estilo ordinal. Nunca = 1, Casi nunca = 2, A veces = 3, Casi siempre = 4, Siempre = 5.

Validez y confiabilidad

Validez

Se utilizará la validez de contenido de los instrumentos de gestión administrativa y satisfacción del cliente, mediante el juicio de expertos; al respecto el autor Niño (2011), destaca que es un rasgo del instrumento que pretende que el mismo se utilice para medir la variable que se pretende medir, y no para algo distinto, en otras palabras, que sea el instrumento justo, el apropiado (p. 87). Que este tipo de validez permite obtener el grado en cada instrumento refleja el dominio de la variable que se mide. Los profesores seleccionados son especialistas de la Universidad César Vallejo:

1. Mg. Luis Dios Zarate.
2. Mg. Braulio Castillo Canales.
3. Mg. Hans Mejía Guerrero.

Confiabilidad

Hernández, Fernández y Baptista (2014) explicaron que la confiabilidad significa la medición de un instrumento y que su aplicación realiza en donde los resultados deben ser iguales (p.200). Empleándose para ello la prueba de confiabilidad denominada Coeficiente de Alfa de Cronbach que permite saber si los ítems (medidos en escala tipo Likert) se encuentran altamente correlacionados. Para medir la confiabilidad de este trabajo se utiliza el programa estadístico SPSS, nos permitirá obtener gráficos, porcentajes con sus respectivas interpretaciones de las mismas para obtener un resultado verídico.

Tabla 2.

Fiabilidad de la variable gestión administrativa gestión.

Resumen de procesamiento			
		N	%
Casos	Válido	75	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	75	100,0

Tabla 3.
Fiabilidad de la variable satisfacción del cliente.

		Resumen de procesamiento	
		N	%
Casos	Válido	75	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	75	100,0

Interpretación:

De los valores analizados, se validó el 100%, por lo tanto, no excluyendo ningún dato, que no manifiestan valores significativos.

3.5. Procedimientos

En consecuencia, Gómez (1993) señala que la esencial finalidad del procedimiento es conseguir una manera conveniente de ejecutar una actividad, teniendo en cuenta aspectos como tiempo, esfuerzo y dinero (p.61).

En la presente investigación, para su aplicación, luego de haber definido bases o líneas teóricas se procedió a determinar los procedimientos de recolección de datos donde se emplearán como se va hacer, los momentos como el lugar de su, quien o quienes lo realizarán o harán, cómo se va a trabajar y quienes en su forma individual o en grupo, explicación de los instrumentos, como se aplicará y sobre todo seguridad en su resguardo de la misma. Asimismo, todo ello hacer de conocimiento a la parte directiva de la Empresa Mecanica e Hidráulica Galex, las personas que involucrarán en la encuesta según sea el caso, luego el levantamiento de información será exportado a la hoja de trabajo digital (Excel o .xlsx) u programa para facilitar la interpretación de la misma.

3.6. Método de análisis de datos

Para el uso de las variables se empleará el SPSS v. 25 como base estadística y toma de decisiones, realización de gráficos tablas, frecuencias como distribución y figuras. Obteniéndose, el Alfa de Cronbach, regresión logística ordinal, prueba de hipótesis.

3.7. Aspectos éticos

La ética concentra un conjunto de principios moralistas en la investigación. Regula el comportamiento del ser humano el cual se encuentra administrado por reglas y políticas. Evalúa las buenas prácticas para mejorar la conducta organizacional. La ética representa el eje principal que sostiene a las organizaciones en el sector educativo. Los valores éticos del docente del curso, están asociados directamente a la investigación. Evalúa la conducta normativa y moral del docente en los procesos administrativos y académicos. La investigación utiliza principios éticos durante el proceso de selección de las fuentes bibliográficas. Según Remolina (2020) el propósito ético provee un carácter fiable, veraz y confidencial a la línea de investigación. La ética confirma que la mejor manera de vivir es la prudencia en la convivencia humana.

El principal objetivo es mantener con firmeza una línea de comportamiento ético en el problema de estudio. Ospina, (2000) comenta que en la medida en que sea validado por investigadores consagrados y llegue al espacio público para ser considerado como "conocimiento científico". El anhelo de conseguir fama y reconocimiento, y sin duda las presiones económicas de las organizaciones, entre distintas razones, han llevado a que se difundan prácticas sin escrúpulos en la labor científica; desvirtuando la esencia misma de la ciencia (p. 322).

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

Seguidamente son descritas las variables y sus dimensiones con base a las respuestas obtenidas de los participantes del estudio, luego de aplicar cada cuestionario, las respuestas obtenidas de los colaboradores se presentan en los anexos de la tabla 8 y la figura 2.

Tabla 4.
Niveles de percepción de la gestión administrativa

		(f)	(%)
Válido	Deficiente	1	1.3
	Regular	26	34.7
	Bueno	45	60.0
	Excelente	3	4.0
	Total	75	100.0

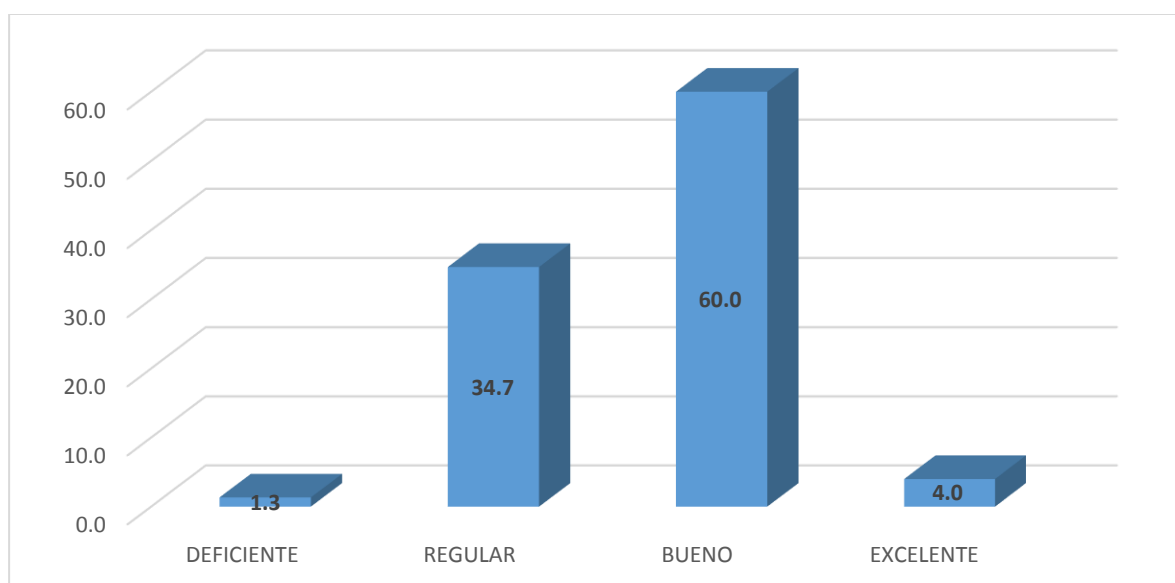


Figura 1. Niveles de percepción de la gestión administrativa

En la tabla 4 y figura 1 puede contemplarse que el 1.3% de la clientela de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex SAC aprecian que la gestión administrativa es deficiente, el 34.7% regular, el 60.0% buena y el 4.0% excelente.

Tabla 5.
Niveles de percepción de las dimensiones de gestión administrativa

	Deficiente		Regular		Buena		Excelente	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Planeación	3	4.0	30	40.0	40	53.3	2	2.7
Organización	2	2.7	32	42.7	37	49.3	4	5.3
Dirección	0	0.0	29	38.7	40	53.3	6	8.0
Control	6	8.0	34	45.3	28	37.3	7	9.3

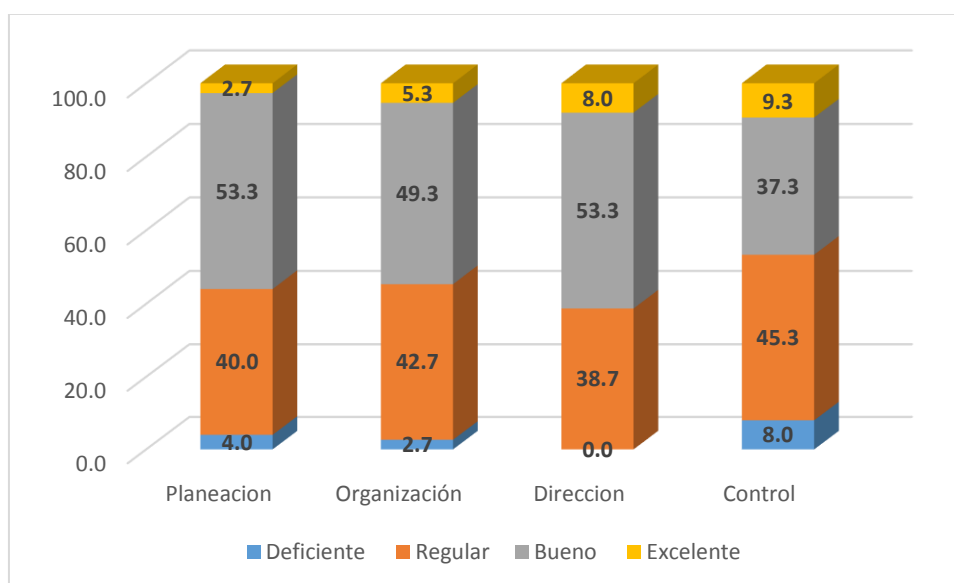


Figura 2. Niveles de percepción de las dimensiones de gestión administrativa

A continuación, en la tabla 5 y figura 2 se analizan las dimensiones de la variable gestión administrativa. Con relación a la dimensión Planeación, la muestra de estudio percibe que el 4.0% es deficiente, el 40.0% regular, el 53.3% buena y el 2.7% excelente. En relación a la Organización, la muestra de estudio percibe que el 2.7% es deficiente; el 42.7% regular, el 49.3% buena y el 5.3% excelente. En

relación a la dimensión Dirección, la muestra de estudio percibe que el 38.7% regular, el 53.3% buena, y el 8.0% excelente. Por último, en relación al Control, la muestra de estudio percibe que el 8.0% es deficiente, el 45.3% regular, el 37.3% buena y el 9.3% excelente.

Tabla 6.
Niveles de percepción de la Satisfacción del Cliente

		(f)	(%)
Válido	Baja	0	0.0
	Media	29	38.7
	Alta	45	60.0
	Muy alta	1	1.3
	Total	75	100.0

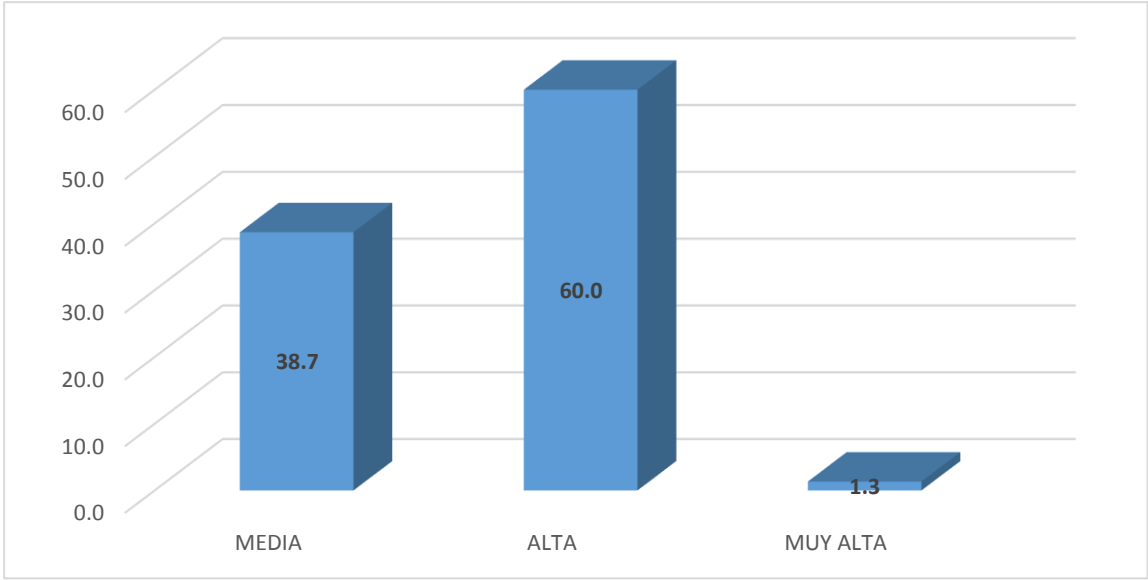


Figura 3. Niveles de percepción de la Satisfacción del Cliente

En la tabla 6 y figura 3 puede verse que el 38.7% de la clientela de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex SAC perciben que la Satisfacción del Cliente es media, el 60.0% alta y el 1.3% muy alta.

Tabla 7.

Niveles de percepción de las dimensiones de calidad del servicio

	Baja		Media		Alta		Muy Alta	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Confiabilidad	2	2.7	38	50.7	33	44.0	2	2.7
Capacidad de respuesta	0	0.0	31	41.3	42	56.0	2	2.7
Empatía	2	2.7	34	45.3	32	42.7	7	9.3

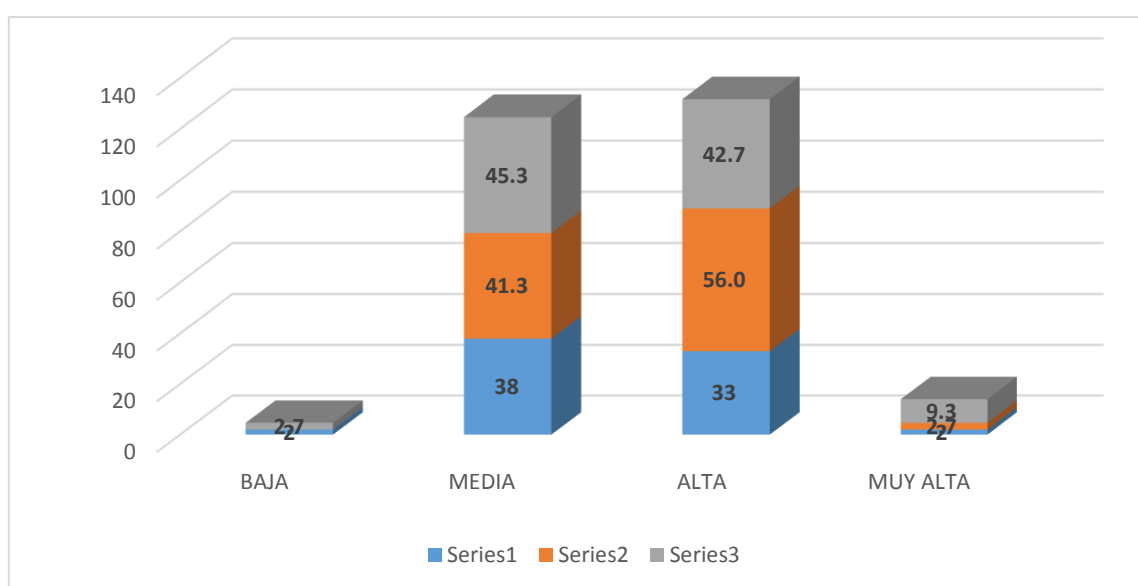


Figura 4. Niveles de percepción de las dimensiones de la Satisfacción del Cliente

A continuación, en la tabla 7 y figura 4 se analiza las dimensiones de la variable Satisfacción del Cliente. Respecto a la dimensión Confiabilidad, la muestra de estudio percibe que el 2.7% es baja, el 50.7% media, el 44.0% alta y el 2.7% muy alta. Acerca de la Capacidad de Respuesta, la muestra de estudio percibe que el 41.3% es media, el 56.0% alta y el 2.7% muy alta. Por último, en relación a Empatía, la muestra de estudio percibe que el 2.7% es baja, el 45.3% media, el 42.7% alta y el 9.3% excelente.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis específica N° 1

H_1 = Existe influencia entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

H_0 = No Existe influencia entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Regla de decisión:

Si p-valor < 0.05, rechazar H_0

Si p-valor > 0.05, aceptar H_0

Tabla 8.

Información de ajuste de los modelos de gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	25,966			
Final	22,441	3,525	3	,005

Función de enlace: Logit.

En la tabla 8 donde la variable dependiente es la confiabilidad de la satisfacción del cliente y la independiente es la gestión administrativa, es adecuadamente significativo (p-valor: $0.005 < \alpha=0.05$).

Tabla 9.

Seudo coeficiente entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del Cliente

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,674
Nagelkerke	,822
McFadden	,653

Función de enlace: Logit.

En la Tabla 9 puede contemplarse que el pseudo R^2 de Nagelkerke asciende a 0.822, es decir que la confiabilidad de la Satisfacción del Cliente está cambiando en 82.2% por influencia de la gestión administrativa.

Tabla 10.
Estimación de parámetros

		Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Umbral	[La confiabilidad de la satisfacción del cliente = Deficiente]	14,003	1	,000	-8,553	-2,673
	[La confiabilidad de la satisfacción del cliente = Regular]	1,880	1	,003	-4,378	,774
	[La confiabilidad de la satisfacción del cliente = Bueno]	1,853	1	,004	-,786	4,361
	[La confiabilidad de la satisfacción del cliente = Excelente]	1,979	1	,008	-8,874	1,458
Ubicación	[Gestión administrativa=Baja]	2,727	1	,000	-4,936	,422
	[Gestión administrativa=Media]	1,833	1	,000	-4,430	,810
	[Gestión administrativa=Alta]	9,003	1	,000	-8,153	-2,073
	[Uso de fuerza=Muy alta]	0 ^a	0	.	.	.

La tabla 10 muestra que la gestión administrativa de forma significativa incide la confiabilidad de la satisfacción del cliente, pues el puntaje Wald de 9,003 es superior a 4 y se refuerza por $p = 0,000 < a 0.05$, lo cual lleva a que se rechace la hipótesis nula y se deduzca que la organización de la gestión administrativa incide de forma significativa en la confiabilidad de la satisfacción del cliente en la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Hipótesis específica N° 2

H_1 = Existe influencia entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

H_0 = No Existe influencia entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Regla de decisión:

- Sig. < 0.05, se descarta H_0 (se acepta H_1).
- Sig. > 0.05, se acepta H_0 (se rechaza H_1).

Tabla 11.

Información de ajuste de los modelos de gestión administrativa y la capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	24,126			
Final	11,943	12,183	3	,007

Función de enlace: Logit.

En la tabla 11 donde la variable dependiente es la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente y la independiente es la gestión administrativa, es adecuadamente significativo (p-valor: $0.007 < \alpha=0.05$).

Tabla 12.

Pseudo coeficiente entre gestión administrativa y capacidad de respuesta en la Satisfacción del Cliente

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	.758
Nagelkerke	.796
McFadden	.689

En la tabla 12 se puede observar que el 79.6% de la variabilidad de la variable dependiente (capacidad de respuesta en la satisfacción al cliente) es explicado por el modelo.

Tabla 13.

Coefficientes de la capacidad de respuesta en la satisfacción del Cliente frente a la gestión administrativa.

		Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Umbral	[La capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente = Deficiente]	7,046	1	,008	-7,111	-1,070
	[La capacidad de respuesta en la satisfacción al cliente = Regular]	,289	1	,039	-1,704	2,992
	[La capacidad de respuesta en la satisfacción al cliente = Bueno]	.	1	.	-23,279	-23,279
	[La capacidad de respuesta en la satisfacción al cliente = Excelente]	7,752	1	,005	-7,518	-1,306
Ubicación	[Gestión administrativa=Baja]	4,819	1	,028	-6,404	-,362
	[Gestión administrativa=Media]	.	1	.	.	.
	[Gestión administrativa=Alta]	7,354	1	,008	-7,111	-1,070
	[Uso de fuerza=Muy alta]	0 ^a	0	.	.	.

La tabla 13 muestra que la gestión administrativa de forma significativa incide en la capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente, ya que el puntaje Wald de 7,354 que se encuentra por encima de 4 y se refuerza por $p = 0,000 < 0,05$; de allí que sea rechazada la hipótesis nula y se logra deducir que la organización de la gestión administrativa incide de manera significativa en la confiabilidad de la satisfacción del cliente en la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Hipótesis específica N° 3

H_1 = Existe influencia entre la gestión administrativa y la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

H_0 = No Existe influencia entre la gestión administrativa y la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Regla de decisión:

- Sig. < 0.05, se descarta H_0 (se acepta H_1).
- Sig. > 0.05, se acepta H_0 (se rechaza H_1).

Tabla 14.

Información de ajuste de los modelos de gestión administrativa y la empatía en la satisfacción del cliente

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	31,383			
Final	22,378	9,005	3	,029

Función de enlace: Logit.

En la tabla 14 donde la variable dependiente es la empatía de la satisfacción del cliente y la independiente es la gestión administrativa, es adecuadamente significativo (p -valor: $0.007 < \alpha=0.05$).

Tabla 15.

Pseudo coeficiente entre Dirección y Satisfacción del Cliente.

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	.689
Nagelkerke	.725
McFadden	.697

En la tabla 15 se puede observar que el 79.6% de la variabilidad de la variable dependiente (Empatía en la satisfacción al cliente) es explicado por el modelo.

Tabla 16.
Coefficientes de la Satisfacción del Cliente frente a la Dirección

		Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Umbral	[La empatía en la satisfacción del cliente = Deficiente]	22,176	1	,000	-9,872	-4,070
	[La empatía en la satisfacción al cliente = Regular]	6,758	1	,009	-5,948	-,834
	[La empatía en la satisfacción al cliente = Bueno]	,366	1	,001	-3,147	1,662
	[La empatía en la satisfacción al cliente = Excelente]	,797	1	,038	-6,604	2,470
Ubicación	[Gestión administrativa=Baja]	7,422	1	,006	-6,315	-1,030
	[Gestión administrativa=Media]	6,147	1	,013	-5,842	-,684
	[Gestión administrativa=Alta]	20,176	1	,000	-9,581	-4,254
	[Uso de fuerza=Muy alta]	0 ^a	0	.	.	.

La tabla 16 expone que la gestión administrativa significativamente incide en la empatía de la satisfacción del cliente, ya que el puntaje Wald de 20,176 que se encuentra por encima de 4, reforzándose por $p = 0,000 < 0.05$ rechazándose así, la hipótesis nula y deducir que la gestión administrativa incide de forma significativa en la empatía de la satisfacción del cliente de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

Hipótesis general

H₁ = Existe influencia entre la gestión administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex SAC en Callao, para el año 2020.

H₀ = No Existe influencia entre la gestión administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex SAC en Callao, para el año 2020.

Regla de decisión:

- Sig. < 0.05, se descarta H₀ (se acepta H₁).
- Sig. > 0.05, se acepta H₀ (se rechaza H₁).

Tabla 17.
Información de ajuste de los modelos de gestión administrativa y la satisfacción del cliente

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	23,676			
Final	20,125	23,676	3	,000

Función de enlace: Logit.

En la tabla 17 donde la variable dependiente es la satisfacción del cliente y la independiente es la gestión administrativa, es adecuadamente significativo (p -valor: $0.000 < \alpha=0.05$).

Tabla 18.
Pseudo coeficiente entre gestión administrativa y Satisfacción del Cliente

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	.798
Nagelkerke	.825
McFadden	.897

En la tabla 18 se puede observar que el 82.5% de la variabilidad de la variable dependiente (La satisfacción al cliente) es explicado por el modelo.

Tabla 19.
Coefficientes de la Satisfacción del Cliente frente a la gestión administrativa

		Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Umbral	[La satisfacción del cliente = Deficiente]	19,254	1	,000	-5,468	-4,070
	[La satisfacción al cliente = Regular]	6,256	1	,002	-6,524	-,834
	[La satisfacción al cliente = Bueno]	,365	1	,001	-3,256	1,662
	[La satisfacción al cliente = Excelente]	,854	1	,005	-7,168	2,470
Ubicación	[Gestión administrativa=Baja]	7,254	1	,006	-8,845	-1,030
	[Gestión administrativa=Media]	6,196	1	,010	-6,025	-,684
	[Gestión administrativa=Alta]	19,453	1	,001	-4,134	-4,254
	[Uso de fuerza=Muy alta]	0 ^a	0	.	.	.

La tabla 19 expone que la gestión administrativa de forma significativa incide en la satisfacción del cliente, ya que el puntaje Wald de 19,453 que se encuentra por encima de 4; este se refuerza por $p = 0,000 < \alpha 0.05$; rechazándose de esta manera la hipótesis nula e infiriéndose que la gestión administrativa incide de forma significativa en la satisfacción del cliente de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general planteado fue determinar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020, se obtuvo para la variable independiente gestión administrativa los siguientes resultados: En la tabla 6 y figura 2 puede contemplarse que el 1.3% de los clientes de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex SAC aprecian que la gestión administrativa es deficiente, el 34.7% regular, el 60.0% buena y el 4.0% excelente. Así mismo, mediante la utilización del estadístico regresión logística ordinal determinó del 82.5% de la variabilidad de la satisfacción del cliente se encuentra explicada por la gestión administrativa que se viene realizando en la empresa.

Lo anterior es similar al estudio ejecutado por Gallardo (2020) cuyo propósito fue determinar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción de los usuarios de las Oficinas Registrales del RENIEC, en donde se evidenciaron resultados como la prueba equivalente al coeficiente de determinación R^2 de modelos lineales; esta sintetiza la proporción de variabilidad del conocimiento asociada a elementos de predicción gestión administrativa; donde los valores de variación valora únicamente 9.1% de planificación, 9.5% en organización, 7.5% en dirección y 9.7% en control.

Respecto al objetivo específico 1: fue determinar en qué medida la gestión administrativa influenciara para la confiabilidad que tiene el servicio en la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, en la tabla 9 y figura 5 puede contemplarse que el 44% de los clientes de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex perciben el nivel medio en cuanto a la confiabilidad de la satisfacción del cliente, el 50.7% alto. Así mismo, mediante la utilización del estadístico regresión logística ordinal determinó del 82.2% de la variabilidad de la confiabilidad de la satisfacción del cliente se encuentra explicada por la gestión administrativa fundamentada en Gosso (2008) y en la investigación de Ramírez (2017), validando que la gestión administrativa influye en la confiabilidad de la satisfacción del cliente, en su trabajo determinó la influencia de la gestión con la satisfacción del Cliente externo obteniendo una deficiente gestión con 40 % de indiferencia con el trato que le da la empresa. Además, se encontró un 35.71 % de

satisfacción de los clientes que visitan la empresa ubicándolo en un nivel bajo, el grado de relación se ubicó en 0.833 de correlación sobre la buena gestión aplicada en la empresa, brindando así una alta confiabilidad respecto al servicio brindado

Así mismo, para el objetivo específico 2: Determinar en qué medida la gestión administrativa influenciará su capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, en la tabla 9 y figura 5 puede contemplarse que el 41.3% de los clientes de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex perciben el nivel medio en cuanto a la capacidad de respuesta de esta, el 56% alto. Así mismo, mediante la utilización del estadístico regresión logística ordinal determinó del 79.6% de la variabilidad de la capacidad de respuesta para la satisfacción del cliente se encuentra explicada por la gestión administrativa aceptando la hipótesis alternativa con fundamento en Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988). Además, en un estudio similar, Agurto y Araujo (2018) determinan la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente con un valor de 0,700 para la variable Gestión Administrativa y 0,698 para la variable Satisfacción del Cliente, aceptándose la hipótesis alternativa planteada en cuanto a la rapidez de atención post venta.

Finalmente, para el objetivo específico 3: Determinar en qué medida la gestión administrativa influenciara en su empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, la tabla 9 y figura 5 muestra que el 41.3% de los clientes de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex perciben el nivel medio de 45.3% en cuanto a la empatía presentado el personal al momento de brindar el servicio, el 42.7% alto. Así mismo, mediante la utilización del estadístico regresión logística ordinal determinó del 72.5% de la variabilidad de la empatía utilizados por los colaboradores para satisfacción del cliente se encuentra explicada por la gestión administrativa Los hallazgos están asociados a los observados en el estudio de Agurto y Araujo (2018) en su tesis que tuvo como objetivo analizar como la gestión administrativa influye en la satisfacción del cliente, a una muestra conformada de 80 clientes; a los cuales se evidenciaron que el nivel de Gestión administrativa es regular en un 83.75%, la influencia con la satisfacción con un 95.00%, logrando determinar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente.

Se concluye que con un valor de 0,700 para la variable Gestión Administrativa y 0,698 para la variable Satisfacción del Cliente, es aceptada la hipótesis analizada.

VI. CONCLUSIONES

Primera

Para el objetivo general determinar la influencia entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020, los niveles de percepción de la clientela en la gestión administrativa se establecieron con un 1.3% como deficiente, el 34.7% opina regular, el 60.0% buena y el 4.0% excelente. En la segunda variable los resultados para los niveles de percepción de la Satisfacción del Cliente se ubicaron con 38.7% de nivel medio, el 60.0% alto y el 1.3% muy alto. Por lo tanto, los resultados obtenidos observan que la gestión administrativa, influye en los niveles medio y alto de la calidad de servicio.

Lo anterior se refuerza con el puntaje Wald de 19,453 que se encuentra por encima de 4; este se refuerza por $p = 0,000 < \alpha 0.05$; rechazándose de esta manera la hipótesis nula e infiriéndose que la gestión administrativa incide de forma significativa en la satisfacción del cliente de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.

En forma general se concluye que la gestión administrativa influye significativamente con la Satisfacción del Cliente de la empresa Mecánica e Hidráulica Galex SAC en Callao, para el año 2020.

Segunda

En relación al primer objetivo específico determinar la influencia entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020, la muestra de estudio percibe que el 2.7% es baja, el 50.7% media, el 44.0% alta y el 2.7% muy alta. Los valores de significancia generados se encuentran entre (p -valor: $0.005 < \alpha = 0.05$). Así mismo el pseudo R2 de Nagelkerke asciende a 0.822, es decir que la confiabilidad de la Satisfacción del Cliente está cambiando en 82.2% por influencia de la gestión administrativa.

Por lo tanto, la gestión administrativa incide de forma significativa en la confiabilidad de la satisfacción del cliente, pues el puntaje Wald de 9,003 es superior a 4 y se refuerza por $p = 0,000 < \alpha 0.05$, lo cual lleva a que se rechace la hipótesis nula y se deduzca la aceptación de la hipótesis alternativa.

Tercera

El segundo objetivo específico como determinar la influencia entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020, se obtienen de la muestra los siguientes resultados: el 41.3% es media, el 56.0% alta y el 2.7% muy alta. El valor de significancia se encuentra en (p-valor: $0.007 < \alpha=0.05$), así mismo el Pseudo coeficiente entre gestión administrativa y capacidad de respuesta en la Satisfacción del Cliente se ubica en 79.6 % de variabilidad con respecto a la variable dependiente: capacidad de respuesta en la satisfacción al cliente.

Se concluye: La gestión administrativa influye directa y significativamente en la capacidad de respuesta para la satisfacción del cliente de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, dado a los valores de (Nagelkerke .796, sig < 0.05), la gestión administrativa de forma significativa incide en la capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente, ya que el puntaje Wald de 7,354 que se encuentra por encima de 4 y se refuerza por $p = 0,000 < a 0.05$; de allí que sea rechazada la hipótesis nula y se evidencia la aceptación de la hipótesis alternativa.

Cuarta

Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020, es el tercer objetivo específico, los resultados en relación a Empatía son: el 2.7% es bajo, el 45.3% medio, el 42.7% alto y el 9.3% excelente. El valor de significancia es (p-valor: $0.007 < \alpha=0.05$). El valor de Pseudo coeficiente es de un 79.6% de la variabilidad de la variable dependiente.

Por ello, la gestión administrativa significativamente incide en la empatía de la satisfacción del cliente, ya que el puntaje Wald de 20,176 que se encuentra por encima de 4, reforzándose por $p = 0,000 < a 0.05$ rechazándose así, la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa (incide de forma significativa en la empatía de la satisfacción del cliente de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex)

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda para el objetivo general; generar espacios de retroalimentación entre los colaboradores de la empresa para optimizar la gestión administrativa la cual se comprobó influye significativamente con la satisfacción del Cliente; mantener informados a los colaboradores de la empresa sobre la coordinación establecida en cada área de la empresa; comunicar a los colaboradores de forma escrita las funciones inherentes a su cargo; evaluar las competencias de los postulantes y promover el trabajo en equipo en pro de la satisfacción del cliente..

Segunda

En referencia al primer objetivo específico; crear acciones para aumentar el nivel obtenido como “bueno” en la percepción que los clientes tienen confiabilidad de la satisfacción del cliente; promover mecanismos de recepción de quejas y reclamos para garantizar su pronta atención y crear un centro de atención al cliente telefónico y cumplir con los compromisos establecidos en el contrato de servicios.

Tercera

Para al segundo objetivo específico es recomendable mantener las estrategias que han posicionado las capacidades de respuesta de la satisfacción de los clientes en un nivel alto con 56.0%; además de mejorar la retroalimentación con los clientes, optimizar el sistema de pedidos y tiempo de espera de los mismos, dictar talleres de atención al cliente a los colaboradores y ofrecer charlas motivacionales a los colaboradores.

Cuarta

En relación al tercer objetivo específico se deben crear estrategias para propiciar la empatía con los clientes, pues actualmente está en un nivel medio, afectando la satisfacción del mismo, se propone crear encuestas en línea para medir rápidamente la satisfacción, garantizar el seguimiento de quejas o reclamos, crear registros automatizados para facilitar el seguimiento de los procesos iniciados por los clientes

REFERENCIAS

1. Agurto, J. & Araujo, F. (2018). Influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la empresa MV Motors, Huaraz, 2018. [Trabajo de pregrado]. Universidad Cesar Vallejo. Lima. Perú. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26416/Agurto_LJ_M-Araujo_VFJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. Al Maani, A., Al Adwan, A., Areiqat, A., Zamil, A. y Salameh, A. (2020). Level of administrative empowerment at private institution and its impact on institutional performance: a case study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 500.
3. Al-Omari, Z., Alomari, K., y Aljawarneh, N. (2020). The role of empowerment in improving internal process, customer satisfaction, learning and growth. *Management Science Letters*, 10(4), 841-848.
4. Arias., F. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Epistema, 6ta edición. Caracas, Venezuela. <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
5. Arteaga, V. (2020). Gestión administrativa y su influencia en la rentabilidad del Comercial Joselito del Cantón Baba. [Trabajo de pregrado]. Universidad Técnica de Babahoyo. Babahoyo. Ecuador. http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/7945/ARTEAGA%20VARGA_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y
6. Bacud, S. (2020). Henri Fayol's Principles Of Management And Its Effect To Organizational Leadership And Governance. *Journal of Critical Reviews*, 7(11), 162-167.
7. Basari, M., y Shamsudin, M. (2020). Does Customer Satisfaction Matters?. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 2(1).
8. Bateman, T. y Snell, S. (2009). *Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*, 8ª ed., México: McGraw-HILL. Recuperado de <https://www.emprendices.co/la-importancia-de-la-administracion-de-empresas/>
9. Boluarte, A. y Tamari, K. (2017). *Validez de contenido y confiabilidad inter-observados de escala integral calidad de vida*. *Revista Scielo*, 35(2), 634.

- Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/18797/19018>
10. Chiavenato, I. (2007) *Introducción a la teoría general de la administración*, Colombia 5ª ed. McGraw-Hill. Recuperado de <https://www.emprendices.co/la-importancia-de-la-administracion-de-empresas/>
 11. Daft, R. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. México: Cengage Learning Editores S.A. de CV.
 12. Don, H., Jackson, S. y Slocum J. (2009). *Administración, un enfoque basado en competencias*. México: Cengage Learning Editores S.A. de CV.
 13. Eco, U. (1998). *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*. Barcelona. Edi. Gedisa recuperado de http://www.mdp.edu.ar/psicologia/psico/cendoc/archivos/Como_se_hace_una_tesis.pdf
 14. Frick, P. y Kemp, E. (2020). Conduct Disorders and Empathy Development. *Annual Review of Clinical Psychology*, 17(1), p.20. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-081219-105809>
 15. Gallardo, D. (2020). La gestión administrativa en la satisfacción de los usuarios de las Oficinas Registrales del RENIEC de Lima Norte, 2019. [Trabajo de pregrado]. Universidad Cesar Vallejo. Lima. Perú. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41748/Gallardo_CD_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 16. Gerencia. (Setiembre, 2009). *Mejora su gestión local administrativa con sistema de Facturación Electrónica de South Consulting*. Recuperado de <http://www.emb.cl/gerencia/articulo.mvc?xid=995>
 17. Giao, H. (2020). Suggested administrative management on green purchasing behaviour in Vietnam. *International Journal of Green Economics*, 14(2), 108-120.
 18. Gómez, C. (1997). México: Mc Graw Hill Education. Chile. Recuperado de <http://www.emb.cl/gerencia/articulo.mvc?xid=995>
 19. Gómez, F. (1993). *Sistemas Administrativos-Diccionario de Economía y Finanzas*. Caracas: Universidad Francisco Marroquin. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1815/17/UPS-GT000263.pdf>

20. Gosso, F. (2008). *Hipersatisfacción del cliente*. 1ª. ed. México: Panorama Editorial.
21. Griffin, R. (2015). *Administración*. Cengage Learning Editores. México
22. Harrington, J. (1993). *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. Colombia: Mc-Graw Hill.
23. Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México. Editorial Mc Graw Hill.
24. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de investigación*. (6ª Ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
25. Hitt, M., Black, J. y Porter L. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación de México. <https://isbn.cloud/9786071703255/el-cliente-y-la-calidad-en-el-servicio/>
26. Instituto Nacional de Calidad (2018). *Empresas serán más competitivas si aplican Normas Técnicas Peruanas*. Perú. Recuperado de <https://www.inacal.gob.pe/principal/noticia/empresas-competitivas-ntp>
27. Juarez, L. (2018). *Analysis of the elements implicit in the validation of the content of a research instrument*. *Revista espacios*, 39(53), 23. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf>
28. Kim, M., & Kong, H. (2020). The Effects of Apartment Inhabitants' Life Management and Administrative Management on Housing Satisfaction. *Journal of the Korea Safety Management & Science*, 22(3), 53-60.
29. Koontz H., Wehrich H. y Cannice M. (2004). *Administración, una perspectiva global y empresarial*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
30. Krishnadas, G., y Kiprakis, A. (2020). A Machine Learning Pipeline for Demand Response Capacity Scheduling. *Energies*, 13(7), 1848.

31. Loja, D. (2020). La Gestión Empresarial de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda. Agencia Cumandá provincia de Chimborazo y la Satisfacción del Cliente periodo 2017 (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo).
32. Lucini, F., Tonetto, L., Fogliatto, F., y Anzanello, M. (2020). Text mining approach to explore dimensions of airline customer satisfaction using online customer reviews. *Journal of Air Transport Management*, 83, 101760.
33. Mangin, J., Bourgault, N., Porral, C. & Trudel, M. (2020). La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural. *CIENCIA ergo-sum*, 27(2).
34. Morillo, J. (2020). Democratic practice of managers and quality of administrative management in public educational institutions. *International Journal of Early Childhood Special Education (INT-JECSE)*, 12 (1): 503-511. *International Journal of Early Childhood*, 12(1), 503-511.
35. Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación, Diseño y ejecución*. Colombia. Edic. U. recuperado de <http://roa.ult.edu.co/bitstream/123456789/3243/1/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20DISENO%20Y%20EJECUCION.pdf>
36. Olvera, I. y Scherer, L. (2009). *Cliente Y La Calidad En El Servicio*.
37. Ospina, L. (2000). *Ética en la Investigación*. Colombia. Recuperado de http://bdigital.unal.edu.co/783/20/263_-_19_Capi_18.pdf
38. Parasuraman, A. Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). El modelo Servqual de calidad de servicio. Recuperado: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
39. Ramírez, E., Maguiña, M. & Huerta, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 329-343.
40. Ramírez, J. (2017). Gestión Administrativa y su Influencia con el Nivel de Satisfacción del Cliente Externo del Área de Operaciones de la Caja Financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017. [Trabajo de pregrado]. Universidad Cesar Vallejo. Lima. Perú. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33210/ramirez_ej.pdf?sequence=1&isAllowed=y

41. Remolina, G. (2020). Educar en Principios y Valores Éticos. *Revista Montalbán*, 1(55).
42. Robbins S. y Coulter M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación de México S.A.
43. Sharma, R. (2020). Unit-3 Administrative: Management Approach. IGNOU.
44. Suraya, E., Azis, N., y Majid, M (2020). Does Performance Matter for Business Survival Based on the Enhancement of Locus of Control and Business Competence? The Case of Micro Small and Medium Enterprises. *Sumerianz Journal of Business Management and Marketing*, 3(8), pp. 98-106. ISSN(e): 2617-0175
45. Van, P., Trand, D., y Pham, D. (2020). Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Switching Costs on Customer Loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7(8), 395-405.
46. Villagómez, S. L. L., Martínez, C. R. V., & Jiménez, L. V. (2020). Estudio socioeducativo de caso mejora del clima laboral en guarderías mediante la comunicación efectiva al utilizar técnicas de programación neurolingüística. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21)
47. Wang, K., y Wang, F. (2020). Theory and measurement model of administrative region potential from a perspective of administrative division adjustment: Taking Chongqing city as a case study. *Journal of Geographical Sciences*, 30(8), 1341-1362.
48. Weimer, D. (2020). Public Administration Theory: Normative Necessity. *Perspectives on Public Management and Governance*, 3(1), 7-11
49. Woratschek, H., Horbel, C., y Popp, B. (2020). Determining customer satisfaction and loyalty from a value co-creation perspective. *The Service Industries Journal*, 40(11-12), 777-799.
50. Yépez, T. (2017). Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la cooperativa de taxi "Divino Niño Jesús" del Cantón Baba, provincia de los Ríos. [Trabajo de pregrado]. Universidad Técnica de Babahoyo. Babahoyo. Ecuador. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/3377/P-UTB-FCJSE-ADEJE-000010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMAS		OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES				METODOLOGÍA
Problema General		Objetivo General	Hipotesis General	VARIABLE (X1): GESTIÓN ADMINISTRATIVA				
Problemas Específicos		Objetivos Específicos	Hipotesis Especifico	Dimensiones	Indicadores	Escala de valores	Niveles y rangos	
¿De que manera la Gestión administrativa influye en la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020?	Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020	Existe influencia entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020	Plañificación	- Estrategias	Cuestionario 1 Compuesto por 30 ítems. Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	Deficiente (30-60) Regular (61-90) Bueno (91-120) Excelente (121-150)	Tipo de investigación: Aplicada Nivel de investigación: Correlacional Causal Método de investigación: Hipotético deductivo Diseño de investigación: No experimental transversal Población: 93 colaboradores Muestra: 30 colaboradores Muestreo: Probabilístico aleatorio simple Unidad de análisis: Empresa Mecánica e Hidráulica Galex Técnicas e instrumentos: Encuesta / cuestionario	
				- Políticas				
				- Objetivos				
				- Valores				
¿De qué manera la Gestión administrativa influye la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020?	Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020	Existe influencia entre la gestión administrativa y la confiabilidad de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020	Organización	- Programas				
				- Coordinación				
				- División del trabajo				
				- Recursos materiales				
¿De qué manera la Gestión administrativa influye en su capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020?	Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.	Existe influencia entre la gestión administrativa y la capacidad de respuesta de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020	Dirección	- Integración recursos humanos				
				- Motivación				
				- Liderazgo				
				- Toma de decisiones				
¿De qué manera la Gestión administrativa influye en la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020?	Determinar la influencia entre la gestión administrativa y la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020	Existe influencia entre la gestión administrativa y la empatía de la satisfacción del cliente - Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020	Control	- Comunicación				
				- Medición de resultados				
				- Reportes e informes				
				Variable Dependiente				Cuestionario 2 Compuesto por 30 ítems. Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
Confiabilidad	- Recepción.							
	- Escuchar							
	- Confianza							
	- Pedido.							
Capacidad de respuesta	- Seg. Servicio.							
	- Rap. Servicio							
	- Act. Positiva							
	- Tiempo espera							
Empatía	- eficacia en el servicio.							
	- Buena atención.							
	- Reclamos.							
	- Rptas claras.							
	- Grad. Empatía.							
	- Agradecimiento							
	- compromiso al cliente							

Operacionalización de la variable independiente: Gestión administrativa

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	NIVEL Y RANGO
Variable independiente: Gestión administrativa	Tomar las decisiones que guiarán a la organización por las etapas de planeación, organización, dirección y control. Así pues, en ocasiones se espera que las personas que están en diversos puestos desempeñen tareas administrativas (Don Hellriegel, Jackson y Slocum, 2009, p.8).	A través de la planificación se realiza una adecuada gestión administrativa donde organizar, dirección y control complementan la gestión.	Planificación Organización Dirección	- Estrategias - Políticas - Objetivos - Valores - Programas - Coordinación - División del trabajo - Recursos materiales - Integración recursos humanos - Motivación	Escala de Likert Ordinal <u>Questionario 1</u> Compuesto por 30 ítems. <u>Questionario 1</u> Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	Deficiente 30-60 Regular 61-90 Bueno 91-120 Excelente 121-150

			Control	<ul style="list-style-type: none">- Liderazgo- Toma de decisiones- Comunicación - Medición de resultados- Reportes e informes		
--	--	--	---------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

			Empatía	<ul style="list-style-type: none">- Grad. Empatía.- Agradecimiento- compromiso al cliente		
--	--	--	---------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. Recolección de datos

Encuesta

Instrucciones: A continuación, encontrarás las siguientes preguntas. Lee cuidadosamente cada una; luego, marca la mejor alternativa con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con sinceridad esta información es confidencial con fines académicos.

Opciones de respuesta:

S=Siempre

CS=Casi Siempre

AV=A Veces

CN=Casi Nunca

N=Nunca

Instrumento: encuesta para la variable independiente de la gestión administrativa

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	Conoce las estrategias para el desarrollo de la misión, visión de la empresa	S	CS	AV	CN	N
2.	La estrategia planteada por el líder para el desarrollo de sus actividades se cumple	S	CS	AV	CN	N
3	Establecen programas para el desarrollo de las actividades	S	CS	AV	CN	N
4.	Cumplen con las políticas establecidas	S	CS	AV	CN	N
5.	Se cumple con las metas de la empresa	S	CS	AV	CN	N
6.	Apoyan el cumplimiento de las metas	S	CS	AV	CN	N
7.	Conoces los valores de la organización	S	CS	AV	CN	N
8.	Los valores ayudan con el cumplimiento de las tareas	S	CS	AV	CN	N
9.	La empresa utiliza alguna técnica para organizar los tiempos	S	CS	AV	CN	N
10.	Se cumple con los procesos en los periodos establecidos	S	CS	AV	CN	N

11.	Al iniciar las actividades todos los integrantes del grupo se informan sobre las coordinaciones establecidas	S	CS	AV	CN	N
12.	La empresa establece algún método de coordinación entre grupos	S	CS	AV	CN	N
13.	La empresa establece correctamente las funciones de los trabajadores por cada área	S	CS	AV	CN	N
14.	Se cumple con el manual de funciones en el desarrollo de las actividades	S	CS	AV	CN	N
15.	La empresa cuenta con una adecuada infraestructura para la atención a los clientes	S	CS	AV	CN	N
16.	La empresa cuenta con los recursos, insumos necesarios	S	CS	AV	CN	N
17.	Los nuevos trabajadores reciben inducción antes de ingresar al área asignado	S	CS	AV	CN	N
18.	La empresa utiliza pruebas o examen para evaluar las competencias del postulante	S	CS	AV	CN	N
19.	Cómo equipo somos importante para nuestro jefe	S	CS	AV	CN	N
20.	El líder motiva cuando no sabemos qué hacer	S	CS	AV	CN	N
21.	Para mi líder es importante mi opinión	S	CS	AV	CN	N
22.	El líder mantiene un ambiente de trabajo agradable	S	CS	AV	CN	N
23.	Las decisiones que toma el líder son democráticas	S	CS	AV	CN	N
24.	Usted se siente preparado cuando toma decisiones complejas	S	CS	AV	CN	N
25.	Usted mantiene buena comunicación con su jefe	S	CS	AV	CN	N
26.	La comunicación con su equipo de trabajo es eficaz	S	CS	AV	CN	N
27.	Cuando la empresa detecta algún error actúa inmediatamente para corregirlos	S	CS	AV	CN	N
28.	La evaluación es constante para medir la efectividad	S	CS	AV	CN	N
29.	La empresa realiza informes periódicamente para evaluar los resultados	S	CS	AV	CN	N
30.	La empresa brinda oportunamente la información necesaria a los colaboradores o trabajadores	S	CS	AV	CN	N

Instrumento: encuesta para la variable dependiente satisfacción al cliente

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	Cuentan con protocolo adecuada para dar la bienvenida a los clientes	S	CS	AV	CN	N
2.	Cuentan con una persona encargada de ubicar a los clientes en una mesa de acuerdo a sus comodidades	S	CS	AV	CN	N
3.	Cuándo el cliente solicita algún servicio adicional, ¿usted escucha rápidamente	S	CS	AV	CN	N
4.	Usted muestra la carta de presentación de los servicios o productos y el cliente le escucha	S	CS	AV	CN	N
5.	Se desarrolla prácticas que generan confianza y empatía	S	CS	AV	CN	N
6.	Usted percibe que el cliente se siente en confianza	S	CS	AV	CN	N
7.	Se desarrolla procedimientos que facilitan la toma de solicitudes	S	CS	AV	CN	N
8.	Se informa de manera explícita el tiempo de entrega del servicio	S	CS	AV	CN	N
9.	Existe procedimientos que facilitan la evaluación del seguimiento al cliente	S	CS	AV	CN	N
10.	Cuentan con registros que facilitan el seguimiento.	S	CS	AV	CN	N
11.	La entrega de lo solicitado se da en el tiempo esperado	S	CS	AV	CN	N
12.	Las cobranzas en la empresa se realizan en forma inmediata	S	CS	AV	CN	N
13.	Se desarrolla estrategias que facilitan la satisfacción al cliente	S	CS	AV	CN	N
14.	Usted mantiene calma cuando el cliente tiene carácter muy fuerte	S	CS	AV	CN	N
15.	El local o empresa cuenta con una sala de espera para los clientes	S	CS	AV	CN	N
16.	Mientras los clientes esperan les ofrece algún aperitivo	S	CS	AV	CN	N
17.	Usted es empático	S	CS	AV	CN	N
18.	Usted considera que la atención que brinda es acogedora	S	CS	AV	CN	N
19.	La atención cubre las expectativas del cliente	S	CS	AV	CN	N
20.	Cuentan con el área de satisfacción al cliente	S	CS	AV	CN	N
21.	Usted mantiene la calma durante la atención cuando el cliente es problemático	S	CS	AV	CN	N

22.	Considera que sus compañeras (os) dan una solución inmediata antes de que el cliente proceda con el reclamo	S	CS	AV	CN	N
23.	La persona idónea resuelve rápidamente los reclamos y quejas	S	CS	AV	CN	N
24.	Su jefe resuelve eficazmente cuando el cliente se siente insatisfecho	S	CS	AV	CN	N
25.	Se realiza encuestas de satisfacción a los clientes	S	CS	AV	CN	N
26.	Los servicios cumple con las expectativas del cliente	S	CS	AV	CN	N
27.	Al final de la atención la empresa brinda alguna cortesía para los clientes	S	CS	AV	CN	N
28.	Cuentan con una persona encargada en la salida para dar las gracias	S	CS	AV	CN	N
29.	Se desarrollan estrategias de recompensa para los clientes frecuentes	S	CS	AV	CN	N
30.	Cuentan con medios tecnológicos para la cobranza electrónica	S	CS	AV	CN	N

Anexo 5: Validación de instrumentos.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Callao, 01 de julio del 2020

Apellidos y nombres del experto: **MGTR. BRAULIO ANTONIO CASTILLO CANALES**

DNI: **47011880**

Teléfono: **984214226**

Título/grados: **MAESTRO**

Cargo e institución en que labora: **COORDINADOR ACADÉMICO - UCV FILIAL CALLAO**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.


	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

SUGERENCIAS: NINGUNA



Mgtr. BRAULIO ANTONIO CASTILLO CANALES

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Gestión Administrativa y su influencia en la Satisfacción del Cliente en la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020.							
Apellidos y nombres del investigador: Ramos Ruiz claudia gabriela							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Luis Dios Zarate							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
cobro del Cliente Gestión Adm	planificación	- Estrategias	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8,9,10	Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Políticas			<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Objetivos			<input checked="" type="checkbox"/>		
	organización	- Valores	11,12,13,14,15,16,17		<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Programas			<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Coordinación			<input checked="" type="checkbox"/>		
	direccion	- División del trabajo	18,19,20,21,22,23		<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Recursos materiales			<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Integración recursos humanos			<input checked="" type="checkbox"/>		
	control	- Motivación	24,25,26,27,28,29,30		<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Liderazgo			<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Toma de decisiones			<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Comunicación					
		- Medición de resultados					
		Reportes e informes					
Fidelización del cliente	la contabilidad	- Recaptación	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8,9,10	<input checked="" type="checkbox"/>			
		- Escuchar		<input checked="" type="checkbox"/>			
		- Confianza		<input checked="" type="checkbox"/>			
	capacidad de muestra	- Pedido	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	<input checked="" type="checkbox"/>			
		- Seg. Servicio		<input checked="" type="checkbox"/>			
		- Rap. Servicio		<input checked="" type="checkbox"/>			
	empatía	- Act. Positiva	18,19,20,21,22,23	<input checked="" type="checkbox"/>			
		- Tiempo espera		<input checked="" type="checkbox"/>			
		- Grad. Empatía		<input checked="" type="checkbox"/>			
			- Agradecimiento				
			- compromiso al cliente				
				24,25,26,27,28,29,30	<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto				Fecha 01/07 /2020			

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

Anexo 6: Constancia de autorización


MECANICA E HIDRAULICA
GALEX S.A.C.
R.U.C. 20645065381

"AÑO AL BUEN SERVICIO CIUDADANO"

CONSTANCIA

SOLICITO: Autorizo que se realice la
Investigación de mi Identidad

Yo, DAN AMERICO TORRES VILLANUEVA, identificado con DNI Nº42673355,
Representante legal de la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex S.A.C., doy autorización a
la Srta. Claudia Gabriela Ramos Ruiz que está cursando el décimo ciclo de la carrera
profesional de Administración en la Universidad César Vallejo Filial Callao, autorizo que se
realice la investigación sobre **"Gestión Administrativa y su influencia en la Satisfacción
del Cliente en la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex, Callao, 2020"**

Callao, 27 de Noviembre de 2020


DAN AMERICO TORRES VILLANUEVA
DNI Nº42673355

Calle Alfonso Ugarte 1180 - La Peña Callao
Sucursal: Av. Dos de Mayo N° 975 - Callao
Tel.: 559-9053 Extel: 94-6450072
Movistar: 945060011

E-mail: galex@mhgalex.com / mhgalex@yahoo.es
www.mhgalex.com / dtorres@mhgalex.com



MECANICA E HIDRAULICA
GALEX S.A.C.
R.U.C. 20545065381

"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO "

EL QUE SUSCRIBE GERENTE GENERAL DE MECANICA E HIDRAULICA GALEX
SAC

CONSTANCIA

Que la Sr. Claudia Gabriela Ramos Ruiz; esta desarrollado el trabajo de investigación titulado "Gestión Administrativa y su influencia en la Satisfacción del Cliente en la Empresa Mecánica e Hidráulica Galex SAC, Callao, 2020", por lo consiguiente se autoriza la emisión de las encuestas que se realizara.

Se expide la presente a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Callao, 10 de Setiembre de 2020

MECANICA E HIDRAULICA
GALEX S.A.C.

DAN ANDRÉS TORRES WILLAMUEVA
Gerente General

Calle Alfonso Ugarte 1180 - La Pota Callao
Secursal: Av. Dos de Mayo N° 975 - Callao
Telf.: 559-9053 Extel: 94-6450072
Movistar: 945060011

E-mail: galex@mhgalex.com / mhgalex@yahoo.es
www.mhgalex.com / cltorres@mhgalex.com