

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente
en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023**

Tesis que presentan los bachilleres

Bach. Roncal Muro José Eduardo

Bach. Vidarte Saldaña Luis Manuel

Para optar el título profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Asesor

Dr. Zapata Sandoval Juan

Lambayeque – Perú

15 de mayo del 2026

Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023

Resolución de sustentación N° 0457 – 2026 – UNPRG – FACEAC - D/JAM

De fecha 08 de mayo del 2026



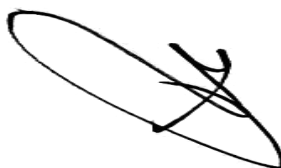
Roncal Muro José Eduardo

Bachiller



Vidarte Saldaña Luis Manuel

Bachiller



Dr. Zapata Sandoval Juan

Asesor

Presentada para obtener el título profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Aprobado por el jurado:



Dr. Zentner Alva Juan Francisco

Presidente



Mg. Rosillo Alberca Noé Alberto

Secretario



Mgt. Víctor José Saavedra Ramírez

Vocal



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 18:00 horas del día 15 de MAYO del 2026, se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma PRESENCIAL con la participación de los miembros del jurado nombrado con Resolución No. 0884-2024-VIRTUAL-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 23 de abril de 2025 y su modificación con Resolución N°042-2026-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 14 de enero de 2026, conformado por:

- | | |
|-------------------------------------|------------|
| DR. JUAN FRANCISCO ZENTNER ALVA | Presidente |
| DR. NOE ALBERTO ROSILLO ALBERCA | Secretario |
| M. Sc. VICTOR JOSE SAAVEDRA RAMIREZ | Vocal |
| DR. JUAN ZAPATA SANDOVAL | Asesor |

Para evaluar el informe de tesis de los tesisistas RONCAL MURO JOSÉ EDUARDO y VIDARTE SALDAÑA LUIS MANUEL; quienes desean obtener su título profesional de LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACION, con la tesis titulada "GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA FINANCIERA CONFIANZA -EOB MOTUPE - 2023"; El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal N°057-2026-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 08 de mayo de 2026 que autoriza la Sustentación presencial del informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó a los candidatos a efectuar la sustentación otorgándole 25 minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario hasta culminar con el (la)señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/los sustentantes en forma SATISFACTORIA. El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la)Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los tesisistas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis.

Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad. Culminada la deliberación y calificación el(la) sr.(a) presidente autorizo que ingresen a la sala de sustentaciones al tesisista o los tesisistas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a). El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el tesisista o los tesisistas: RONCAL MURO JOSÉ EDUARDO y VIDARTE SALDAÑA LUIS MANUEL; han obtenido 17 puntos equivalentes a BUENO, quedando expedito para obtener el título profesional de LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACION.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 12:55 horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros de jurado y asesor.

ESCALA: 20=Excelente; 19-18=Muy Bueno; 16-17= Bueno; 14-15 regular, menos de 14= Desaprobado.

DR. JUAN FRANCISCO ZENTNER ALVA
PRESIDENTE

DR. NOE ALBERTO ROSILLO ALBERCA
SECRETARIO

M. Sc. VICTOR JOSE SAAVEDRA RAMIREZ
VOCAL

DR. JUAN ZAPATA SANDOVAL
ASESOR

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

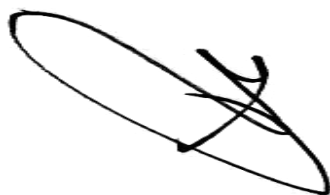
Yo, Juan Zapata Sandoval, Revisor del trabajo de investigación, de los estudiantes José Eduardo Roncal Muro y Luis Manuel Vidarte Saldaña.

Titulada:

Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza - EOB Motupe – 2023, luego de la revisión exhaustiva del documento constato que la misma tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de similitud del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las incidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 06 de diciembre del 2024



JUAN ZAPATA SANDOVAL
DNI: 16455600
ASESOR

Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD


18%	17%	2%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	8%
2	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	5%
3	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ujcm.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1%
7	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Cesar V Trabajo del estudiante	<1%



Dr. Adm. Zapata Sandoval Juan
Asesor

9	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1%
10	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1%
11	pirhua.udep.edu.pe Fuente de Internet	<1%
12	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1%
13	Carlos Efraín Vásquez Fajardo, Luis Francisco Aguayo Rossignoli, Xavier Vásquez Fajardo, Ligia Meibol Fajardo Vaca. "Criterios estratégicos para el mejoramiento de la gestión comercial y administrativa en una empresa de servicio", Prohominum, 2024 Publicación	<1%
14	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1%
15	www.593dp.com Fuente de Internet	<1%
 <hr/> Dr. Adm. Zapata Sandoval Juan Asesor		
Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias < 15 words
Excluir bibliografía	Activo	



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: **José Eduardo Roncal Muro Y Luis Manuel Vidarte Saldaña**
 Título del ejercicio: **Quick Submit**
 Título de la entrega: **Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del ...**
 Nombre del archivo: **INFORME_FINAL_-_RONCAL_Y_VIDARTE_-_C.docx**
 Tamaño del archivo: **2.1M**
 Total páginas: **73**
 Total de palabras: **13,403**
 Total de caracteres: **78,286**
 Fecha de entrega: **06-dic.-2024 02:37p. m. (UTC-0500)**
 Identificador de la entre... **2543273595**

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO DE BELLAZO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
 CONTABLES
 ESCUELA DE GRADUADOS EN ADMINISTRACIÓN



Credencia administrativa y su influencia en la satisfacción de los clientes
 de la Universidad Católica. 000. 000000 - 2024

Trabajo presentado en la asignatura
José Eduardo Roncal Muro
Luis Manuel Vidarte Saldaña

Trabajo presentado en la asignatura de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor
Dr. José Emilio Echeverría Zúñiga

Lima, Perú
 Julio - 2024



**Dr. Adm. Zapata Sandoval Juan
 Ancor**

Agradecimiento

A Dios por ser nuestra guía en este proceso de aprendizaje y ayudarnos a superar toda dificultad.

A nuestros padres, ejemplo de perseverancia para lograr cada meta planteada, por su desmedido amor y apoyo para no desfallecer, a cada familiar por ser partícipe de esta aventura universitaria.

Al Dr. Juan Zapata Sandoval, asesor de este informe, por compartir sus habilidades y capacidades en el desarrollo de este estudio, asimismo, a todos aquellos que formaron parte de esta investigación, nuestro agradecimiento infinito.

A cada docente por impartir sus enseñanzas, que fueron de gran aporte para llevar a cabo esta tesis.

Eduardo Roncal & Luis Vidarte

Dedicatoria

A Dios, por guiarme y enseñarme el verdadero camino para llegar a ser un gran profesional. A mi madre Gladys y mi hermano Luis por decirme siempre que con fe y paciencia se puede lograr todo, además de no retroceder nunca a pesar de que todo vaya en contra.

Eduardo Roncal

A Dios por la fortaleza brindada hacia mi persona, al aporte de mis familiares, por su amor perseverante. A mis padres Luis y Beatriz, mis hermanos Kleisser y Anderson por apoyarme a cumplir mis sueños, a seguir constante y no desanimarme.

Luis Vidarte

Índice General

Agradecimiento.....	viii
Dedicatoria.....	ix
Índice General.....	x
Índice de Tablas	xii
Información General.....	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
I. Introducción.....	16
Capítulo I: El Objeto de Estudio.....	18
Contextualización del Objeto de Estudio.....	18
Características y Manifestaciones del Problema de Investigación.....	19
Capítulo II: Marco Teórico	21
Antecedentes	21
<i>A Nivel Internacional</i>	21
<i>A Nivel Nacional</i>	23
<i>A Nivel Local</i>	25
Bases Teóricas.....	27
<i>Gestión Administrativa</i>	27
<i>Satisfacción del Cliente</i>	32
Hipótesis.....	36
<i>Hipótesis General</i>	36
Operacionalización de las Variables	37
Capítulo III: Metodología Desarrollada.....	39
Tipo y Diseño de la Investigación.....	39

<i>Tipo de Investigación</i>	39
<i>Diseño de Investigación</i>	39
Población y Muestra.....	40
<i>Población</i>	40
<i>Muestra</i>	40
Fuentes, Técnicas de Recolección y Procesamiento de Datos	41
<i>Fuentes: Primarias - Secundarias</i>	41
<i>Técnica</i>	41
<i>Instrumento</i>	41
<i>Procesamiento de Datos / Contrastación de Hipótesis</i>	44
Capítulo IV: Resultados y Discusión.....	46
Prueba de Normalidad.....	48
Contrastación de Hipótesis.....	49
Resultados del Constructo Gestión Administrativa	54
Resultados del Constructo Satisfacción del Cliente.....	56
Discusión de los Resultados.....	58
Conclusiones	61
Recomendaciones	62
Referencias.....	63
Anexos	69

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Cuadro de operacionalización del constructo gestión administrativa</i>	37
Tabla 2 <i>Cuadro de operacionalización del constructo satisfacción del cliente</i>	38
Tabla 3 <i>Evaluación experta de los instrumentos de estudio</i>	42
Tabla 4 <i>Matriz de análisis de expertos para los instrumentos de estudio</i>	43
Tabla 5 <i>Alfa de cronbach de los constructos</i>	44
Tabla 6 <i>Distribución de colaboradores por género</i>	46
Tabla 7 <i>Distribución de colaboradores por edad</i>	46
Tabla 8 <i>Distribución de clientes por género</i>	47
Tabla 9 <i>Distribución de clientes por edad</i>	47
Tabla 10 <i>Prueba de normalidad</i>	48
Tabla 11 <i>Correlación de gestión administrativa y satisfacción del cliente</i>	49
Tabla 12 <i>Escala de correlaciones</i>	50
Tabla 13 <i>Correlación de planificación y satisfacción del cliente</i>	50
Tabla 14 <i>Correlación de organización y satisfacción del cliente</i>	51
Tabla 15 <i>Correlación de dirección y satisfacción del cliente</i>	52
Tabla 16 <i>Correlación de control y satisfacción del cliente</i>	53
Tabla 17 <i>Estadísticos descriptivos de ítems sobre gestión administrativa</i>	54
Tabla 18 <i>Estadísticos descriptivos de ítems sobre satisfacción del cliente</i>	56
Tabla 19 <i>Matriz de consistencia</i>	71

Información General

Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -

EOB Motupe - 2023

1.1 Autores:

- Roncal Muro José Eduardo
- Vidarte Saldaña Luis Manuel

1.2 Asesor de Especialidad: Zapata Sandoval Juan.

1.3 Línea de Investigación: Ciencias Sociales y Humanidades.

1.4 Lugar: Distrito de Motupe, provincia de Lambayeque, departamento de Lambayeque

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo primordial determinar el nivel de incidencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción del usuario de la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023, en dicho trabajo se estableció la hipótesis alternativa indicando que la gestión administrativa influye de manera significativa en la satisfacción del usuario de la entidad financiera. Abarcó una metodología, cuyo enfoque fue cuantificacional, de nivel aplicado, además contó con una estructura no experimental, descriptiva – correlacional – causal; en el desarrollo de la investigación se tomó como conjunto poblacional a 800 clientes que hicieron uso del servicio de la financiera. Del mismo modo, se diseñó un cuestionario aplicado a una muestra de 260 usuarios con diferentes ítems para ambas variables, cuyos hallazgos se midieron en nivel Likert con la finalidad de identificar la reacción de las personas frente a cada constructo. Los hallazgos determinaron un coef. Spearman 0.422, expresando una asociación moderada en ambas variables y un Sig < 0.05, denotando que gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, motivo por el cual, hay rechazo de la hipótesis nula.

Palabras claves: Gestión Administrativa, Satisfacción del Usuario, Planificación, Dirección, Necesidad, Atributos y Servicio.

Abstract

The primary objective of this study was to determine the level of impact that administrative management has on user satisfaction of the financial Confianza -EOB Motupe - 2023, in this work the alternative hypothesis was established indicating that administrative management significantly influences user satisfaction of the financial institution. It covered a methodology, whose approach was quantifiable, at an applied level, and also had a non-experimental, descriptive – correlational – causal structure; In the development of the research, 800 clients who used the financial company's service were taken as the population group. Similarly, a questionnaire was designed applied to a sample of 260 users with different items for both variables, whose findings were measured at the Likert level in order to identify people's reaction to each construct. The findings determined a coeff. Spearman 0.422, expressing a moderate association in both variables and a Sig < 0.05, denoting that administrative management significantly influences customer satisfaction in the financial Confianza -EOB Motupe - 2023, which is why there is rejection of the null hypothesis.

Keywords: Administrative Management, User Satisfaction, Planning, Direction, Need, Attributes and Service.

I. Introducción

El estudio en desarrollo se basó en las diversas dificultades acaecidas en la financiera Confianza – EOB Motupe, del rubro financiero, en una etapa post covid, la empresa cuenta con políticas y lineamientos que no han sido plasmados de modo eficiente por la gerencia respectiva, otro aspecto es la falta de capacitación y formación laboral, viene generando una deficiente atención al cliente, además de la ausencia de un sistema de gestión que aporte de modo eficiente.

Por estos motivos, en la investigación se planteó la pregunta siguiente ¿ De qué manera la gestión administrativa influye en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023?, además se formularon problemas específicos para analizar ¿ De qué manera la planeación influye en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023?, ¿ De qué manera la organización influye en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023?, ¿ De qué manera la dirección influye en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023? y ¿ De qué manera el control influye en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023? con el propósito de: Determinar el nivel de influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, además se generaron objetivos específicos para: Describir el nivel de influencia que tiene la planeación en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, Describir el nivel de influencia que tiene la organización en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, Describir el nivel de influencia que tiene la dirección en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe – 2023 y Describir el nivel de influencia que tiene el control en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe – 2023.

Del mismo modo, se estableció una hipótesis nula haciendo énfasis que la gestión administrativa no influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023 y la hipótesis alterna refiriendo la gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023.

El capítulo 1 abarca el objeto de estudio, detallando características y problemática, el capítulo 2 refiere el desarrollo teórico, mencionando antecedentes y desarrollo de los constructos (definición, importancia, dimensiones e indicadores) que respaldan el cuadro operativo de los mismos. El capítulo 3, comprende el plan metodológico, conformado por el tipo y diseño del informe, población, subpoblación, técnica y herramienta utilizado en el estudio, el capítulo 4 expresa los hallazgos, producto del análisis estadístico de las diferentes tablas establecidas con los datos recabados al momento de encuestar, por ende, comprende la discusión de los mismos, conclusiones finales, sugerencias, bibliografía y anexos para estructurar el informe

Capítulo I: El Objeto de Estudio

Contextualización del Objeto de Estudio

En el departamento de Lambayeque la falta de una eficiente y adecuada gestión administrativa ha provocado en las empresas financieras una serie de tareas mal ejecutadas y una omisión en la armonización de actividades que realiza la empresa, originando el descontento en los usuarios que hacen uso del servicio ofrecido. Tal es el caso de la Financiera Confianza EOB ubicada en Motupe, entidad líder orientada al rubro micro financiero, cuyo propósito fundamental es impulsar el avance social sostenible, económico e inclusivo de individuos que atraviesan una situación vulnerable. Siendo los principales problemas por los que atraviesa la financiera los descritos a continuación:

Los procedimientos, políticas y lineamientos establecidos por la alta dirección de la empresa no se han plasmado de manera eficiente, dado que, a través de la evaluación de pequeños sondeos el usuario indica que no se le ha proporcionado de forma indicada la información requerida generando una insatisfacción por su parte, ya que, desconocen cómo actuar frente a una situación que estén pasando.

La falta de capacitación y formación laboral del colaborador en temas de servicio de calidad, falta de carisma y empatía, poca colaboración y trabajo en equipo, la deficiente atención personalizada al cliente, se le agrega el mínimo interés por parte de los usuarios para conocer a detalle acerca de los servicios y productos financieros, además de los beneficios que ofrece la compañía, ocasionan una desorientación en el usuario sobre el servicio que la empresa financiera ofrece.

Otro de los problemas que atraviesa la empresa es la falta de un sistema de gestión eficiente, dado que, el software que tienen actualmente no responde ante las necesidades

requeridas por los clientes en materia de manejo de actividades y operaciones bancarias, haciendo que el cliente se sienta insatisfecho frente a tal necesidad.

Dificultad para atender al cliente en Motupe y problemas en el banco de la nación para retiros de cantidades mayores sobre préstamos, dado que, en los últimos períodos se registraron diversidad de reclamos por medio de los clientes, ocasionado por una atención requerida tardía y que se encuentre alineada para dar soluciones y respuestas en el área de operaciones, créditos y gestiones como consumo, solicitud de préstamo comercial, tarjetas de débito, campañas y cuentas de ahorro, provocando dilatación en el tiempo del cliente para ser atendido.

La finalidad de este proyecto es hacer de conocimiento cómo la gestión administrativa influye en el regocijo del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, en el marco pos covid 19.

Características y Manifestaciones del Problema de Investigación

En la actualidad este mundo globalizado y competitivo trae consigo una diversidad de cambios en el rubro financiero – empresarial, generando de modo especial un impacto en la gestión administrativa, en esa misma línea sus procesos institucionales y políticas han tenido que ser acoplados de acuerdo a las demandas y peticiones del mercado, estos cambios han limitado una nueva estructuración y restauración sistemática, que se adapta en unión a una nueva orientación modernista de carácter administrativo para llegar al nivel de las aspiraciones altas del rubro. Por otro lado, una mala praxis de un sistema administrativo ha ocasionado que las empresas no tengan una base sólida, por ende, la puesta en marcha de acciones o estrategias diferentes por parte de las cooperativas y entidades, no llegaron a alcanzar el equilibrio en relación a satisfacción del cliente, convirtiéndose en un impedimento para el logro de metas institucionales. En cierto modo, se enfocó en generar utilidades superiores, dejando de lado que,

si se ofrece un buen servicio, la utilidad sería superior, trayendo mejoras a la imagen de la institución y satisfacción al usuario (Arias et al., 2019).

En las compañías financieras y bancarias el regocijo del cliente tomó fuerza, dado que, los comerciantes empezaron a considerarlo como un aspecto elemental para diferenciarse de los rivales aportando valor en su organización, además al día de hoy se observa más allá de calidad en término de atención, porque se pretende superar las perspectivas del mismo, dado que, con el avance del tiempo los clientes se han consolidado en una gran magnitud, por tal razón, las empresas centran sus esfuerzos en alcanzar la satisfacción. Con el propósito de lograr su satisfacción total de los usuarios, las compañías deben sobrepasar sus perspectivas; además satisfaciendo dichas necesidades se puede preveer un mejor horizonte para la empresa, considerando importante y vital a cada cliente, ofreciéndoles un trato único, dejando el concepto erróneo de que deberían tratarse como una máquina (Ramírez, 2018).

En Latinoamérica, en los últimas décadas el servicio al consumidor - socio ha sido tema selecto en estudio, las compañías financieras en las actividades diarias, dado que, afrontan los retos para comunicarse y relacionarse con el propósito de afianzar lazos de amistad y confianza con los clientes, en un contexto donde ambas partes logran e intercambian opiniones, de tal modo, el consumidor – socio en la actualidad asume un rol mucho más variado, porque está más informado a través de diferentes herramientas o plataformas existentes (Asencios et al., 2019).

En nuestro país actualmente se puede observar que muchas compañías financieras tienen dificultades para llevar a cabo una gestión administrativa eficaz, dado que, se fundamenta en una adecuada toma de decisiones en relación al modo de como planear, estructurar, liderar y verificar cada actividad que la compañía ejecuta, permitiendo que este servicio orientado al cliente en materia de tiempo, cantidad y forma deseada llegue a satisfacerlo (Quispe y Urteaga, 2022).

Capítulo II: Marco Teórico

Antecedentes

A Nivel Internacional

Barriga y Mendoza (2022) en su tesis plantearon determinar la gestión administrativa y su incidencia en el cliente satisfecho de la compañía Nítido Marketing – Business en Manta – Marabí, con la finalidad de evaluar un buen cumplimiento de actividades y elementos que influyen en su avance. Contó con una metodología de estructura no experimental, corte transversal; el conjunto poblacional seleccionado fue 20 trabajadores y 5 usuarios de la firma, cuya técnica empleada fue el sondeo bajo medida Likert, donde se adecuaron instrumentos conforme a necesidades y particularidades de este estudio para recoger datos. Se concluyó la existencia de una asociación significativa y positiva, por la presencia de una relación entre ambos constructos, además se estableció que actividades en administración se vienen realizando de manera ideal, dando conformidad a elementos que conforman el usuario satisfecho, asegurando que los objetivos se logren, por ende, el éxito de la compañía.

Guiz (2021) en su investigación pretende identificar los componentes que presentan fallas para desarrollar avances en la finca y su influencia en las perspectivas del cliente satisfecho. Este estudio tuvo una orientación cuantitativa, no exploratorio y descriptiva, cuya información fue obtenida de un primer grupo 326 invitados de colegios como Isaac Acosta, Luciando Coral, San Felipe Neri y de un segundo grupo formado por colaboradores y el gerente de Finca, donde se diseñaron 2 herramientas Servqual con medida Likert. Dentro de los hallazgos más importantes se determinó que la gestión administrativa se asocia de manera directa con el visitante satisfecho, es decir, todo acto administrativo afecta al colaborador que trabaja en el inmueble reflejándose en el regocijo de los invitados de otras instituciones, además los proyectos sobre carencias y

trabajo, formas de resolver están en una medida baja, estos elementos repercuten en la ejecución certera de las metas y objetivos propuestos.

Pozo (2020) en su informe tuvo como propósito primordial analizar el regocijo del cliente sobre la condición del servicio y gestión administrativa relacionado al personal administrativo en diversos restaurantes de Tulcán con una evaluación profunda en el local El Tizon. Este estudio se desarrolló bajo un esquema cualitativo debido a dos constructos planteados, designándoles índices para recolectar datos profundos, haciendo fácil su interpretación. Para llevar a cabo la selección de locales a evaluar, se realizó una revisión tomando en cuenta la data del SRI Locales con información actual al 2018, resultando 20 los seleccionados y por medio del Focus group para levantar información referente a clientes como gerentes o administradores de los locales, cuyos sondeos se aplicaron en escala Likert, para recoger las respuestas de los encuestados. Se concluye que la gestión administrativa influye en el regocijo del cliente, denotando a las instalaciones correctas, el tiempo para entregar y el interés por cumplir como aspectos claves que el usuario valora para sentirse satisfecho.

Merchán et al. (2018) en su trabajo investigativo buscan establecer la gestión administrativa y su incidencia en el regocijo de los usuarios durante el período 2011 – 2012 con el fin de recabar datos necesarios para determinar falencias administrativas y diseñar cambios pertinentes que permitan la competencia en un mercado para transportar. Para el avance del estudio se empleó la deducción como método, fue descriptivo con una orientación cualitativa, se utilizaron técnicas como entrevista, observación directa y sondeo que permitió obtener información para determinar los hallazgos; siendo la población 22500 individuos y una subpoblación de 377 personas a investigar. Este trabajo permitió conocer el avance de cada necesidad en la ciudadanía que emplean unidades móviles públicas para movilizarse, cada una

fue analizada y por medio de estrategias puestas en marcha en gestión administrativa para aprovechar la mayor cantidad de recursos, siendo el elemento humano, el más fundamental, dado que, son quienes a diario se relacionan con el usuario para trasladarlo.

A Nivel Nacional

Quispe y Urteaga (2022) en su tesis buscan analizar la incidencia por parte de la gestión administrativa sobre la satisfacción del usuario en la compañía Dimarclass S.A.C.; el estudio comprende una metodología de tipo aplicada y una estructura no experimental, además cuenta con un enfoque cuantitativo argumentado en suposiciones o hipótesis detalladas que son verificadas mediante procesos sistematizados de modo secuencial, de cisura transversal; siendo el conjunto poblacional 750 usuarios de Editorial Dimarclass y la muestra de 40 usuarios. Se determinó un valor Sig menor a 0.05, cuyo valor Spearman 0.744 indica una asociación considerable positiva; no se aceptó la hipótesis nula; así mismo, respecto a los datos obtenidos, el 45% de sondeos expresa que el desarrollo de dicha gestión se encuentra en un rango regular y un 25% la considera baja; mientras que para el regocijo del usuario el 12,5% indica un nivel malo y el 45,5% se sitúa en nivel medio, evidenciando la no satisfacción de los clientes con el servicio prestado.

Carranza (2021) en su investigación cuyo objetivo fundamental consistió en analizar la asociación existente entre gestión administrativa y regocijo del cliente externo en la DRE – Callao, período 2021. La metodología a desarrollar es de nivel aplicado, cuya estructura es no experimental – transaccional, con una orientación cuantitativa y de modo descriptivo; el conjunto poblacional lo conformaron 70 clientes y el subconjunto poblacional a cargo de 60 clientes, a quienes se les aplicó una herramienta en escala Likert; la validación de herramientas se llevó a cabo mediante el criterio de dichos en la materia utilizando el alfa de cronbach para determinar

su confiabilidad. Los resultados denotan al 55% de sondeados que perciben una buena gestión gerencial, un 47,1% en modo regular, mientras el 3,3% considera deficiente y referente al regocijo del cliente el 15% expresa encontrarse muy satisfechos, un 1,7% denota insatisfacción y el 23,3% se encuentran pocos satisfechos, además, el estudio denota un Sig inferior a 0.05 indicando una asociación significativa entre ambos constructos.

Salazar y Suarez (2021) en su informe indicaron el propósito fundamental consiste en establecer cómo la gestión administrativa se asocia con el regocijo del usuario en la presente unidad de investigación. Este estudio tuvo una orientación cuantitativa como parte de la metodología, además contó con una estructura no experimental de corte transaccional, donde describe y correlaciona los constructos de estudio, los datos fueron recogidos por medio de dos herramientas aplicadas a un conjunto poblacional de 1200 individuos que conforman la cooperativa de crédito y ahorro, cuya muestra fue 300 asociados. Los hallazgos evidenciaron la existencia de una asociación significativa y positiva entre ambos constructos de estudio, cuyo coeficiente de relación es 0.490 que denota una correlación moderada y un Sig menor a 0.05 que refiere la aceptación de la hipótesis alternativa.

Chumpitaz (2020) en su trabajo investigativo pretende establecer una correspondencia entre gestión administrativa y regocijo del usuario en Cooperativa de crédito y ahorro María Magdalena, período 2020, respondiendo a una carencia por saber de manera profunda el nivel que se encuentra la parte administrativa asociado a la satisfacción del socio – cliente de la entidad. La metodología comprende una orientación cuantitativa, de nivel básico – correlacional, con una estructura no experimental, de corte transaccional. La subpoblación se conformó de 148 socios – clientes que comprende dicha cartera, donde se aplicó el sondeo para recopilar información, por medio de 2 cuestionarios para ambos constructos, dichas herramientas fueron

validadas por unanimidad por expertos en la materia. Dentro de los resultados se encontró un Sig $0.002 < 0.05$, aceptando la hipótesis alterna, por ende, se rechazó la nula; además concluye una asociación baja entre ambas variables en la Cooperativa.

A Nivel Local

Ramos (2023) en su tesis el propósito fundamental fue determinar el enlace entre gestión administrativa y regocijo del usuario. Este estudio fue de nivel básico, cuya orientación cuantitativa, permitió desarrollar una estructura no experimental, correlativa y de corte transaccional; el conjunto poblacional se enfocó en los usuarios que utilizaron el servicio ofrecido por el área Local de empadronamiento en un gobierno distrital de Chiclayo como provincia, siendo el prototipo 363 individuos que prestan dicho servicio; para obtener resultados se usó un cuestionario, que fue aprobado bajo el análisis de expertos. Los hallazgos determinaron que la administración en la entidad refleja un valor menor con 22,3%, valor mayor con 22,3% y un valor medio de 44,4%; además se concluyó la correspondencia positiva moderada entre ambos constructos del trabajo en el Local de empadronamiento, dando aceptación a la hipótesis alterna.

Yovera (2021) en su investigación detalla como objetivo primordial establecer una presencia articulada sobre municipio y poblador – usuario. Dicho estudio es de nivel básico, cuya orientación mixta permitirá lograr resultados a través de diversas metodologías, de forma descriptiva, con una estructura no experimental - corte transversal - de correlación; el conjunto poblacional estuvo formado por mujeres y hombres, constituidos como usuarios relacionado al distrito Reque, cuyo prototipo fue denotado por 79 colaboradores de la entidad y 281 usuarios de la entidad, llegando a ser 360 sondeados. El estudio concluyó la existencia de una influencia y correspondencia entre gestión de la organización y regocijo del usuario, cuyo factor Spearman

0.258 y Sig = 0.000, determina la negación de la hipótesis nula, por ende, la suposición alternativa es aceptada.

Ramírez (2019) en su informe indica que la finalidad es establecer que la gestión administrativa trabaje eficientemente y de manera productiva con el rango del regocijo del usuario de la entidad de finanzas, constatando si aplicó de modo correcto las ideas logrando una administración productiva. Como metodología se basó en una estructura no experimental, tipo correlacional, porque permitió conocer tanto las influencias como sus correspondencias entre variables y subvariables, de corte transaccional porque los datos se recogieron en un tiempo único; tomando como conjunto poblacional a 30 individuos (gerentes y subordinados) de la entidad de finanzas – Ferreñafe y 1500 usuarios que han adquirido un producto como mínimo, siendo el prototipo del estudio 70 personas. Los hallazgos reflejaron que la gestión administrativa incide en la satisfacción del usuario en la entidad de finanzas Crediscotia; además se encontró que dicha gestión administrativa es deficiente, según el 40% de sondeos y en cuanto al regocijo del usuario el 35,71% de sondeos indicó que está en un rango bajo.

Paredes (2018) en su trabajo investigativo tuvo como finalidad analizar la correspondencia entre gestión administrativa y regocijo del cliente externo en la unidad de nutrición en el mosocomio Almanzor Aguinaga – Chiclayo. La metodología fue de tipo descriptiva, cuenta con una estructura no experimental de cisura transversal, dado que obtuvo la información en un momento adecuado; el conjunto poblacional estuvo a cargo de todos los clientes externos del consultorio sobre nutrición (2400 aproximados), siendo el prototipo 295 individuos. El estudio tuvo como resultado que el nivel de regocijo del cliente externo en un 22,1% según lo indicado es satisfactorio, mientras el 77,9% refleja una insatisfacción en el

ambiente de nutrición; en base a esto, se propone elaborar un plan para mejorar la administración y por ende el regocijo de los usuarios en dicha unidad del mosocomio.

Bases Teóricas

Gestión Administrativa

Teorías.

Teoría Clásica de la Administración. Taylor y un grupo de ingenieros de estados unidos formaban un equipo teórico llamado (administración científica), cuya finalidad consiste en aumentar la eficiencia en la industria, él y sus acompañantes tuvieron la agrupación de procedimientos operarios realizados en una organización como centro de estudio. La teoría parte del análisis de una organización en su totalidad integrada, donde la estructura debe respaldar la eficiencia de la empresa, partiendo de ocasionar condiciones adecuadas para obtener niveles mayores en eficiencia para cada parte que la conforma, sean personas, secciones o unidades (Fedi et al., 2016).

Dentro de las funciones de la administración asociada a la integración de otras 5 funciones, estas sincronizan o coordinan todas las funciones en la organización, ubicándose en un nivel superior a cada una de ellas; como son: previsión, organización, dirección, coordinación y control, dichas funciones constituyen el proceso administrativo (Fedi et al., 2016).

Teoría de las Relaciones Humanas. Se centra en los individuos y su interrelación, su orientación fundamental fue la estructura informal, que es el inicio de toda empresa, haciendo una diferencia entre la pequeña y microempresa, donde refiere que el gerente es el que hace todo debido a la experiencia mostrada, dado que, maneja ideas claras sobre motivación, liderazgo, salario, etc. Esto se refleja en la percepción de la imagen de los integrantes, poniendo esto por delante para lograr lo planteado, utilizando diversos canales para poder conocerse, obteniendo un

beneficio para el equipo con herramientas nuevas que alcancen un clima organizacional adecuado donde compartan experiencias y vivencias (Velasco, 2012).

Teoría del Comportamiento Organizacional. Se enfatiza en los individuos y se orienta en diversas formas y estilos para gerenciar, en como culminar los objetivos, en saber los diversos mandos desde el que impone hasta el que comparte, sobre quien debe tomar decisiones, sin dejar de lado a personas capacitadas con primacía para elegir. La asociación de las metas de la compañía consiste en unir esfuerzos, planificar o planear de modo que todos tengan la misma consigna (Chiavenato, 2007).

Teoría del Desarrollo Organizacional. Esta teoría permite flexibilidad al administrador, a la manera y al compromiso para alcanzar cada objetivo, donde hay interacción con el medio, además de compartir vivencias y otras ideas, se proporcionan cosas de otros lugares y un objetivo en común para todos, esto puede ser modificado con la finalidad de lograr una mejora continua en la organización (Velasco, 2012).

Definiciones. Es la asociación de tareas enfocadas al alcance de las metas organizacionales, por medio de la ejecución y una aplicación óptima del procedimiento administrativo: planificar, organizar, dirigir y controlar (Chiavenato, 2007).

Es el proceso en conjunto en una determinada compañía, la cual está sujeta a una estructura funcional conformado por el elemento humano, económico, intangible o tangible de modo integral, dinámico, complejo, atribuido a la gerencia de la organización, así como el de las unidades funcionales primordiales que se conforman, con la finalidad de obtener objetivos propuestos y el éxito de la institución (Chumpitaz, 2020).

Importancia. Es una instancia muy importante para desarrollar o crear un negocio, dado que, a través de ella, depende el cómo llegar y lograr el éxito que se propone; además es

considerada un procedimiento que une definiciones de organización, control y coordinación, siendo en la actualidad el mejor aliado al mundo financiero. Al día de hoy, referirse a gestión administrativa es mencionar las cuatro etapas que todo gerente no solo debe realizar durante una actividad, sino que además debe tomar en cuenta en todo instante en la compañía para lograr su desarrollo a través de planes y políticas, que permitan una buena organización, para dirigir y tomar buenas decisiones con un control adecuado en pro del éxito (Mendoza, 2017).

Dimensiones e Indicadores.

D1 - Planeación. Refiere al proceso que deriva desde un nivel máximo de una organización hacia el último nivel, de modo que la alta dirección propone planes para negociar y de este modo comunicar al resto mediante instrucciones para su desarrollo (Hernández, 2014).

Es el desarrollo de contextos futuros, del camino que sigue la empresa y de resultados que se quieran lograr minimizando riesgos y definiendo estrategias para alcanzar el fin de la empresa con una posibilidad de éxito en mayor grado, esta etapa es fundamental porque permitirá el cumplimiento de objetivos aprovechando los diversos recursos al máximo (Berrelleza et al., 2018).

Indicador – Eficiencia. Es la manera como se utilizan los recursos para accionar la organización (Fedi et al., 2016).

Indicador – Eficacia. Señala el cumplimiento de las metas de una empresa, si el nivel de realización de metas es elevado, la organización será más eficaz (Amaru, 2009).

Indicador – Estrategias. Dirección de hecho alternativo o general, que indica la orientación y el uso racional de esfuerzos y recursos para alcanzar objetivos en condiciones adecuadas (Cano, 2017).

D2 – Organización. Es un proceso para crear una organización de interrelaciones que posibilite a los colaboradores realizar determinados planes y cumplir metas. Además, refiere a la

designación de tareas, asociar actividades por áreas y dividir la autoridad y los diversos recursos entre los individuos de una compañía o empresa (Hernández, 2014).

Hace mención a la determinación y diseño de estructuras, funciones, procesos y diversas responsabilidades, propuesta de métodos, ejecución de técnicas relacionadas para simplificar la carga laboral; cuyo propósito es lograr que todos los recursos y actividades se utilicen y coordinen de modo que resulte fácil el trabajo para el personal (Berrelleza et al., 2018).

Indicador – Estructura Orgánica. Menciona la predisposición de elementos que forman parte del sistema y de la interrelación que existe, está constituida por el trabajo dividido y la coordinación existente (Fedi et al., 2016).

Indicador – Desarrollo Funcional. Es la adquisición continua de habilidades y competencias involucradas al control en posición, libertad de desplazo, avance de destrezas sociales y comunicación verbal (Cano, 2017).

Indicador – Trabajo en Equipo. Se origina por la necesidad de potenciar actitudes, rendimientos y lealtad en un grupo de trabajo, esto se da, a través de la cooperación de personas, haciendo uso de habilidades y destrezas que aporten feedback constructiva, superando cualquier conflicto personal que exista entre los colaboradores (Amaru, 2009).

D3 – Dirección. Hace mención al comportamiento y su incidencia en los individuos con el fin que sumen esfuerzos y aporten de manera voluntaria y con mucho interés al alcance de las metas. Esta función se da por medio de subfunciones de comunicación, liderazgo y motivación (Hernández, 2014).

Es la etapa administrativa orientada en la implementación o ejecución de diversos planes, teniendo como base la organización ya formada. Se diferencia de las demás etapas debido a que

tiene un mayor vínculo con el elemento humano, motivo para que el gerente ponga en práctica habilidades blandas con su personal (Berrelleza et al., 2018).

Indicador – Liderazgo. Acción de dirigir un grupo humano, teniendo un líder como responsable de velar por el aporte de sus colaboradores, orientando sus actitudes al logro de las metas organizacionales a través del incentivo, motivación y capacitación (Fedi et al., 2016).

Indicador – Fomento Profesional. Forma de apoyo en el crecimiento de personas formadas de manera profesional, a través de beneficios como premios, incentivos, línea de carrera, en pro de su desarrollo y la sociedad (Cano, 2017).

Indicador – Resolución de Problemas. Es el desarrollo de etapas partiendo del reconocimiento del problema, luego realizar un diagnóstico de ello, para establecer opciones que permitan tomar una decisión y por ende evaluar dicha decisión, con la finalidad de cometer menos errores (Amaru, 2009).

D4 - Control. Luego de fijar objetivos y diseñar planes, fijar el organigrama de relaciones y del contrato, capacitación y motivación al colaborador, es necesario evaluar si todo se está cumpliendo según lo previsto. He aquí el surgimiento de un control mediante la comparación del desempeño actual con los objetivos planteados, si existen desviaciones se requiere rectificar dicho proceso para la mejora de la empresa (Hernández, 2014).

Fase de la administración que garantiza a las actividades en tiempo real se acoplen a las actividades en proyección. También se refiere al análisis y rendimiento de actividades llevadas a cabo para dar cumplimiento a objetivos propuestos, haciendo coincidir las tareas planificadas con las que se han hecho, si no coincidieran, se debe corregir falencias y hacer un feedback para asegurar que lo establecido se ponga en marcha (Berrelleza et al., 2018).

Indicador – Verificación de Actividades. Refiere a la supervisión de una tarea en registro durante un tiempo que se lleva a cabo en una unidad o área determinada, con el propósito de obtener resultados ideales (Cano, 2017).

Indicador – Monitoreo. Procedimiento sistemático y secuencial donde se evalúa la eficacia y eficiencia de un programa a través del reconocimiento de debilidades y logros, por ende, se puedan tomar las acciones correctivas necesarias para obtener resultados deseables (Amaru, 2009).

Indicador – Medidas correctivas. Parte fundamental del control, precisa en un primer momento conocer cuáles son las causas que explican estas fallas y en un segundo momento, tomar decisiones en relación al planteamiento de soluciones para cada necesidad (Hernández, 2014).

Satisfacción del Cliente

Teorías.

Teoría del Resultado o Desempeño. Señala la satisfacción de la persona asociado de modo directo al resultado de las peculiaridades del servicio o artículo que el usuario puede percibir. El concepto desempeño viene a ser el nivel de calidad sobre un producto con relación al valor del mismo. En consecuencia, el regocijo se prende del valor, dado que, es la calidad la que se visualiza en referencia al valor observado del producto o la prestación del servicio (Lavado y Millán, 1998).

Teoría de la Atribución Causal. Describe al cliente como observador del proceso en base a una compra de éxito o fracaso. El inicio de este regocijo es considerado por elementos internos como la observación del consumidor cuando lleva a cabo una compra y a factores externos como dificultades en esta línea de compra (Millones, 2010).

Teoría de las Expectativas. Se hace uso para conocer el rango de motivación de los individuos en diversos niveles, en el mundo laboral específicamente. Dado que, pone énfasis en la actitud de la persona tomando como base el alcance de resultados favorables, luego de haber hecho algo de manera personal. Este proceso para motivar se puede observar a diario en los individuos, resultado del aumento de la misma, incluyendo valor a la meta más la probabilidad de obtención (Marulanda et al., 2014).

Definiciones. Es la medición de estado que tiene una persona en una situación precisa después de hacer una comparación al rendimiento o resultado estimado de un artículo o servicio con buenas expectativas. Motivo por el cual, este rango es resultado de la desigualdad entre las expectativas y el rendimiento deseable (Kotler, 2006).

Es un requisito primordial para lograr un lugar en la mente del cliente, por ende, llegar al Target. Por este motivo, el fin de mantener al cliente satisfecho ha pasado las fronteras del marketing para consolidarse como un objetivo principal en cada unidad funcional de empresas exitosas (Campaña y Fernández, 2015).

Importancia. Toma su base en el apoyo brindado a organizaciones en identificar si los consumidores están contentos o si las perspectivas que guardaban lograron ser superadas antes de tener el bien o servicio. Por este motivo, un cliente satisfecho es un punto importante que debe tener en cuenta toda compañía, tal es el caso, que alguna de ellas ha logrado ocasionar un alto rango de impresión, considerando el importe, puesto que, si aumenta el regocijo de los consumidores disminuyendo importes se afectaría solita, de modo que las utilidades disminuirían (Kotler, 2006).

Dimensiones e Indicadores.

D1 – Necesidad. Escasez o carencia de algo considerado no prescindible, en marketing, considerado una aspiración que todo consumidor tiene en base a servicios o bienes (Betancourt y Mayo, 2011).

Hace referencia a componentes que sin ellos es imposible sobrevivir o mejorar la calidad humana (Fontalvo y Vergara, 2010).

Indicador – Percepción. Es una fracción fundamental de la razón, una porción que se conforma de hechos intratables, llegando a constituir el vivir como un experimento. Esta tarea en observación se forma en base a la actividad de los receptores afectados por factores provenientes del mundo real (Arias, 2006).

Indicador – Contacto. Consiste en reconocer y atraer a clientes potenciales para una compra a futuro (Kotler, 2001).

Indicador – Atracción. Es todo estímulo, actividad, conducta, característica o individuo que a uno le resulte muy interesante (Ramos, 2019).

Indicador – Interés. Provecho, valor o utilidad que se tiene por un individuo u objeto que se aprecia (Pozo, 2020).

D2 – Servicio. Refiere a la prestación que ofrece una persona que satisface una necesidad a la sociedad y que no se enfoca en la producción de objetos materiales (Betancourt y Mayo, 2011).

Concepción de un bien no tangible que aporta bienestar a los consumidores que hacen uso de ello (Fontalvo y Vergara, 2010).

Indicador – Recomendación. Hace mención a un trato de favor, por ventaja o incidencia, de alcanzar una cuestión determinada que se busca, ya sea, un artículo o servicio (Cano, 2017).

Indicador – Cumplimiento. Es el proceso de acomodar y entregar una orden que un cliente ha requerido, sea un artículo o servicio prestado (Martinez, 2017).

Indicador – Confianza. Supuesto acerca de la conducta que puede darse más adelante sobre otro individuo, que otorga seguridad absoluta para proponer una actividad de modo práctico (Lozano, 2003).

Indicador – Bienestar. Es la percepción de sentirse satisfecho tras haber logrado determinados objetivos, o después de haber alcanzado un desarrollo social, individual o cultural que se desea (Rivera, 2020).

D3 – Atributos. Son aquellas características de un servicio o artículo que generan valor en mercadotecnia, dado que su conocimiento, estudio, y postera explotación por medio de comunicación conforman parte del lineamiento de estos logrando el fracaso o éxito en el mercado (Betancourt y Mayo, 2011).

Se refiere a peculiaridades que describen un artículo o servicio, es decir, una secuencia de características que inciden para que los clientes compren (Fontalvo y Vergara, 2010).

Indicador – Expectativas. Esperanza que el cliente dispone para alcanzar algo. Estas perspectivas surgen como efecto de varias situaciones, alternativas desarrolladas por la empresa para captar beneficios, ofrecido por el artículo a vender o del servicio; experiencias de vivencias anteriores, amigos y líderes, ideas de familias, proyectos presentados por rivales (Kotler, 2001).

Indicador – Absolución de Preguntas. Consiste en dar respuesta a algunas inquietudes presentadas por el usuario o consumidor que necesita saber relacionada a un artículo o servicio (Cladera, 2012).

Indicador – Absolución de Quejas. Consiste en responder a reclamos impartidos por el cliente o consumidor respecto a un bien consumido o un servicio prestado (Lira, 2009).

Indicador – Temporalidad. Se refiere a una condición o situación producida por un artículo o servicio en un espacio de tiempo con límite (Villalba, 2013).

Hipótesis

Hipótesis General

H₀: La gestión administrativa no influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

H_a: La gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

Operacionalización de las Variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización del constructo gestión administrativa.

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA (V. Independiente)	Es un conjunto de actividades que parte de una planeación, para dar origen a una buena organización, que requiere una adecuada dirección para continuar y un control permanente para el cumplimiento de las mismas.	Planificación	Eficiencia	1	Cuestionario
			Eficacia	2	
			Estrategias	3	
		Organización	Estructura orgánica	4	
			Desarrollo funcional	5	
			Trabajo en equipo	6	
			Liderazgo	7	
		Dirección	Fomento profesional	8	
			Resolución de problemas	9	
			Verificación de actividades	10	
		Control	Monitoreo	11	
			Medidas correctivas	12	

Nota: Tomado del estudio realizado por (Chumpitaz, 2020).

Tabla 2

Cuadro de operacionalización del constructo satisfacción del cliente.

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (V. Dependiente)	Es un conjunto de actividades que parte de una planeación, para dar origen a una buena organización, que requiere una adecuada dirección para continuar y un control permanente para el cumplimiento de las mismas.	Necesidad	Percepción	1	Cuestionario
			Contacto	2	
			Atracción	3	
			Interés	4	
		Servicio	Recomendación	5	
			Cumplimiento	6	
			Confianza	7	
			Bienestar	8	
		Atributos	Expectativas	9	
			Absolución de preguntas	10	
			Absolución de quejas	11	
			Temporalidad	12	

Nota: Tomado del estudio realizado por (Córdova y Gastelumendi, 2021).

Capítulo III: Metodología Desarrollada

Tipo y Diseño de la Investigación

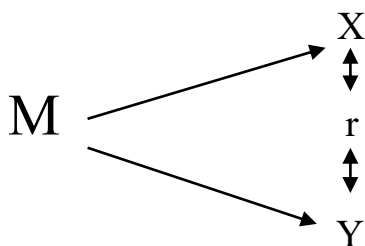
Tipo de Investigación

La investigación aplicada hace referencia a la aplicación o al uso de saberes adquiridos y de otros a consecuencia de los que se adquieren, después de haber puesto en marcha su implementación y sistematizado los saberes en que se basa el informe (Murillo 2008, citado por Vargas 2009). De este modo el estudio a realizar fue tipo aplicado, porque permitió contemplar las falencias de la entidad financiera, relacionadas a la gestión administrativa realizada y su repercusión en el regocijo del usuario que utiliza este servicio.

Diseño de Investigación

El enfoque de este proyecto fue cuantitativo, dado que, seleccionó, encartó y analizó los datos adquiridos del prototipo encuestado. “El estudio contó con estructura no experimental, puesto que, los constructos evaluados no se manipularon de manera intencional” (Andrade et al., 2018). Se utilizó una metodología descriptiva – de correlación, con corte transaccional, porque la información se obtuvo en un momento indicado, por medio de instrumentos ejecutados a una subpoblación.

El propósito de este trabajo comprendió el avance de variables, además se analizó la influencia y correlación de ambos en un contexto único. La estructura a considerar en el proyecto se determinó del siguiente modo:



En donde:

M: Muestra

X: Constructo independiente

r: Asociación entre constructos

Y: Constructo dependiente

Población y Muestra

Población

Es una asociación de elementos que guardan similitud con una serie de rasgos con peculiaridades similares (Baptista et al., 2014). En consecuencia, el conjunto poblacional se conformó por 89 colaboradores que forman parte de la empresa en finanzas referente al constructo gestión administrativa y de 1200 clientes, que hicieron uso de los servicios ofrecidos por la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023, orientado al constructo satisfacción al usuario.

Muestra

Es una simbolización del conjunto poblacional considerando, que de ella se extrae la información real y de dónde se procederá a explorar y medir los constructos enfocados al estudio (Bernal, 2010). La muestra para el primer constructo fue censal agrupado por 89 trabajadores de la empresa y de la segunda variable estuvo conformada por 89 clientes que utilizaron los servicios de la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023, a través de la fórmula siguiente.

Donde

N: Conjunto poblacional formado por 1200 usuarios que hacen uso del servicio.

n: Muestra

p y q: Será 0.8 y 0.2 c/u de manera respectiva.

E: Margen de error de 8% (95% de seguridad)

$$n = \frac{N(Z^2)(p)(q)}{E^2(N - 1) + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{1200 * (1.96)^2 * 0.8 * 0.2}{(0.08)^2 * (1200 - 1) + (1.96)^2 * 0.8 * 0.2} = 89$$

Fuentes, Técnicas de Recolección y Procesamiento de Datos

Fuentes: Primarias - Secundarias

Fuente principal hace referencia a datos confiables de fuentes reales, cuyo compendio proviene de ideas, definiciones, teorías y conclusiones de investigaciones (González y Maranto, 2015). Este proyecto se hará a través de un examen cuidadoso de revistas, libros, tesis, artículos de investigación.

Fuente subprincipal describe datos procesados de la fuente principal González y Maranto, 2015). Este estudio abarca información extraída de resúmenes, revistas, tesis, libros y artículos para evaluar la gestión administrativa y el regocijo del cliente.

Técnica

Encuesta. Técnica usada para recoger datos de muestras superiores en un momento único (Baptista et al., 2014). Este sondeo se aplicará al personal y clientes que utilizaron los servicios brindados por la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023, para ello se empleará dos encuestas que permitirán medir ambas variables.

Instrumento

Cuestionario. Esta investigación contendrá dos cuestionarios como instrumentos para recabar datos, 12 ítems orientado a 4 dimensiones de gestión administrativa y 12 ítems enfocado a 3 dimensiones sobre satisfacción del usuario, dichas respuestas serán medidas en nivel Likert, con la finalidad de evaluar la reacción de los colaboradores y usuarios frente a constructos de

investigación. La ejecución de esta herramienta será exclusiva al personal y clientes que presten servicios a la financiera, siguiendo un orden establecido.

Validación.

Este proceso se desarrolló contactando a expertos, los cuales validaron cada instrumento a través de 9 criterios, donde ellos evaluaron cada indicador basándose en porcentajes correspondientes.

En la validación de instrumentos se consideró el proceso para analizar de cada evaluador que tenga maestría y doctorado con amplias habilidades y conocimientos en gestión y marketing, quienes evaluaron formatos para validar, cuadro operacional de constructo y herramientas asociadas a las variables en estudio, llegando a cada experto por medio del correo electrónico para la emisión de su calificativo pertinente.

Tabla 3

Evaluación experta de los instrumentos de estudio.

Nº	Grado alcanzado	Datos del evaluador	Resultado
1	Doctor	José Foción Echeverría Jara	Aplicable
2	Doctor	Alarcón Villanueva Guido	Aplicable
3	Magister	Castañeda Vásquez Yasmy Fiorella	Aplicable

Nota. Valoración de la herramienta asociado al constructo independiente.

Tabla 4

Matriz de análisis de expertos para los instrumentos de estudio.

Indicadores	Expertos		
	E1	E2	E3
Claridad	100%	70%	85%
Objetividad	100%	70%	85%
Actualidad	100%	70%	85%
Suficiencia	100%	70%	85%
Intencionalidad	100%	70%	85%
Consistencia	100%	70%	85%
Coherencia	100%	70%	85%
Metodología	100%	70%	85%
Pertinencia	100%	70%	85%
Total	100%	70%	85%

Nota. Evaluación porcentual de los expertos que evaluaron el constructo independiente.

Cálculo para validar el coeficiente

$$\text{Prom. Final} = (P. E1 + P. E2 + P. E3) / 3$$

$$\text{Prom. Final} = (100\% + 70\% + 85\%) / 3 = 85\%$$

El análisis porcentual para ambas herramientas fue 85%, tomado por excelente; dado que dichos instrumentos tuvieron la misma calificación porcentual.

Confiabilidad.

Baptista et al. (2014), menciona que “la herramienta es veraz cuando refiere al grado de aceptación por parte del individuo o cosa ocasionando resultados parecidos” (p. 200).

Para considerar la confiabilidad de las herramientas se utilizó el estadístico SPSS, cuyo fin fue determinar el rango de seguridad a través de Cronbach direccionado a la muestra pertinente, los resultados obtenidos para gestión administrativa y satisfacción del usuario fue 0.944 y 0.877 como se denota en la siguiente tabla.

Tabla 5

Alfa de cronbach de los constructos.

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Gestión administrativa	,944	12
Satisfacción del cliente	,877	12

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

Los datos hallados con una cercanía a la unidad, referido al Alfa de Cronbach, indicaron un nivel de seguridad superior para medir. Tomando en cuenta los resultados de Cronbach sobre los instrumentos aplicados, cuyos hallazgos fueron 0.944 y 0.877, se estableció un grado de confiabilidad elevado para cada constructo.

Procesamiento de Datos / Contrastación de Hipótesis

Procesamiento de Datos. Refiere a las distintas fases que el investigador debe tomar en cuenta, iniciando con la información recogida y finalizando con la exposición de manera ordenada de los datos, este proceso está compuesto por tres fases: recolección o ingreso, proceso y presentación (Baptista, et al., 2014).

Para llevar a cabo esta investigación se consideraron gestión administrativa y satisfacción del usuario como variables, luego se realizó un análisis acerca del nivel de la muestra considerando el conjunto poblacional, diseñando un cuestionario en nivel Likert, este fue evaluado por 3 expertos en temas de investigación, gestión y satisfacción del usuario.

Para la ejecución de la herramienta se pidió el debido permiso al gerente de la entidad financiera, con el propósito de recolectar datos verídicos y confiables, que permitan el avance del estudio. Los resultados obtenidos fueron procesados por SPSS y M. Excel para cuantificar la información para una mayor amplitud, por último, se presentaron los hallazgos de ambas variables.

Análisis de Datos.

Estadística Descriptiva. Porción de la estadística que contribuye al análisis de los datos en su conjunto, desarrollar este proceso conlleva recolectar y ejemplificar datos obtenidos (Del Castillo y Salazar, 2018). De este modo la validez y fiabilidad de la herramienta se evaluó bajo coeficiente Alfa de Cronbach, por otro lado, la información se procesó a través de tablas que reflejaron distintas frecuencias para alcanzar un análisis más preciso de la investigación.

Estadística Inferencial. Porción de la estadística cuya finalidad es lograr conclusiones tomando en cuenta el conjunto poblacional determinado a través de un prototipo producto de la misma, es decir, por medio de una base estadística establecida para obtener valores (Del Castillo y Salazar, 2018). En la contrastación de hipótesis, se realizó en una primera instancia la prueba de normalidad, para considerar la prueba estadística apropiada, tomando en cuenta que la herramienta giró en una escala ordinal, donde Rho Spearman fue la prueba no paramétrica indicada para determinar la hipótesis y las distintas correlaciones entre ambos constructos a través del SPSS. Una vez culminado el análisis de los datos y el diseño de tablas que resume la

información obtenida, se interpretó dichas tablas para sacar conclusiones que fueron establecidas en este informe.

Capítulo IV: Resultados y Discusión

Tabla 6

Distribución de colaboradores por género.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Masculino	30	33,7	33,7	33,7
Femenino	59	66,3	66,3	100,0
Totales	89	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

De los encuestados, se observa que, el 33,7% simboliza a los hombres y el 66,3% a las mujeres.

Tabla 7

Distribución de colaboradores por edad.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
25 – 31	24	27,0	27,0	27,0
32 – 38	23	25,8	25,8	52,8
39 – 45	30	33,7	33,7	86,5
46 – 52	12	13,5	13,5	100,0
Totales	89	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

De los encuestados, se denota que, el 27% se ubica en una escala (25 – 31 años); un 25,8% se sitúa en un rango (32 – 38 años); el 33,7% se ubica en una escala (39 – 45 años) y un 13,5% se sitúa en un rango (46 – 52 años).

Tabla 8*Distribución de clientes por género.*

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Masculino	24	27,0	27,0	27,0
Femenino	65	73,0	73,0	100,0
Totales	89	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

De los encuestados, se observa que, el 27% simboliza a los hombres y el 73% a las mujeres.

Tabla 9*Distribución de clientes por edad.*

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
25 – 31	26	29,2	29,2	29,2
32 – 38	11	12,4	12,4	41,6
39 – 45	23	25,8	25,8	67,4
46 – 52	16	18,0	18,0	85,4
53 – 61	13	14,6	14,6	100,0
Totales	89	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

De los encuestados, se denota que, el 29,2% se ubica en una escala (25 – 31 años); un 12,4% se sitúa en un rango (32 – 38 años); el 25,8% se ubica en una escala (39 – 45 años); un 18% se sitúa en un rango (46 – 52 años) y el 14,6% se ubica en una escala (53 – 61 años).

Prueba de Normalidad

Para conseguir los resultados inferenciales, se estableció llevar a cabo la prueba de normalidad en una primera instancia, para determinar la prueba estadística ideal para encontrar las incidencias correspondientes, considerando la información recogida de los instrumentos que fueron aplicados.

Ha: Hay distribución normal

Ho: No hay distribución normal

Tabla 10

Prueba de normalidad.

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	GI	Sig.
Gestión administrativa	,342	89	,000
Satisfacción del cliente	,387	89	,000

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

Criterio para elegir: El Sig es inferior a 0.05, por tal motivo, no existe distribución normal.

La tabla siguiente denota que el muestrario está por encima de 50 individuos; por tal razón, se determina a Kolmogórov-Smirnov para ejecutar la prueba apropiada, además se encontró un Sig para ambos constructos inferior a 0.05, expresando que los datos recogidos en el trabajo no se distribuyen bajo la curvatura de normalidad, por ende, se considera que las influencias se encuentren por medio de una evaluación no paramétrica, siendo Spearman la prueba apropiada para establecer los hallazgos inferenciales planteados en los objetivos.

Contrastación de Hipótesis

H₀: La gestión administrativa no influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

H_a: La gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

Tabla 11

Correlación de gestión administrativa y satisfacción del cliente.

			Gestión administrativa	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coefficiente de correlación	1,000	,365
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del cliente	N	89	89
		Coefficiente de correlación	,365	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	89	89

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

En relación a los resultados, se halló un coef. Spearman 0.365, expresando una asociación baja en ambas variables y un Sig < 0.05, denotando que gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, motivo por el cual, hay rechazo de la hipótesis nula.

Tabla 12*Escala de correlaciones.*

Intervalos	Valoración
(0.00 – 0.19)	Muy baja
(0.20 – 0.39)	Baja
(0.40 – 0.59)	Moderada
(0.60 – 0.79)	Buena
(0.80 – 1.00)	Muy buena

Nota. Escala según Hernández (2013)**Tabla 13***Correlación de planificación y satisfacción del cliente.*

		Planificación	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Planificación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	89
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,218
		Sig. (bilateral)	,040
		N	89

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

En relación a los resultados, se halló un coef. Spearman 0.218, expresando una asociación baja entre planificación y satisfacción del usuario, cuyo Sig < 0.05, denota que dicho

subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera
Confianza -EOB Motupe - 2023.

Tabla 14

Correlación de organización y satisfacción del cliente.

			Organización	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Organización	Coefficiente de correlación	1,000	,302
		Sig. (bilateral)	.	,004
	Satisfacción del cliente	N	89	89
		Coefficiente de correlación	,302	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	89	89

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

En relación a los resultados, se halló un coef. Spearman 0.302, expresando una asociación baja entre organización y satisfacción del usuario, cuyo Sig < 0.05, denota que dicho subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

Tabla 15*Correlación de dirección y satisfacción del cliente.*

			Dirección	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Dirección	Coefficiente de correlación	1,000	,358
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	89	89
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,358	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	89	89

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

En relación a los resultados, se halló un coef. Spearman 0.358, expresando una asociación baja entre dirección y satisfacción del usuario, cuyo Sig < 0.05, denota que dicho subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

Tabla 16*Correlación de control y satisfacción del cliente.*

			Control	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Control	Coefficiente de correlación	1,000	,443
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	89	89
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,443	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	89	89

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

En relación a los resultados, se halló un coef. Spearman 0.443, expresando una asociación moderada entre control y satisfacción del usuario, cuyo Sig < 0.05, denota que dicho subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023.

Una vez culminada las correlaciones, se prosiguió a encontrar los resultados postreros, expuesto por cada constructo.

Resultados del Constructo Gestión Administrativa

Tabla 17

Estadísticos descriptivos de ítems sobre gestión administrativa

	N	Media	Desv. Desviación
La financiera realiza un desempeño eficiente según los planes establecidos y comunicados.	89	3,27	1,371
La financiera cumple eficazmente lo manifestado en su plan operativo.	89	2,58	1,338
Las estrategias de marketing que la financiera aplica están alineadas a mejorar su imagen.	89	3,25	1,517
La estructura orgánica de la financiera está distribuida equilibradamente para cumplir el objetivo de satisfacer al cliente-socio.	89	3,25	1,299
Las actividades de responsabilidad social de la financiera están enmarcadas en brindar un servicio de calidad al cliente-socio.	89	3,19	1,287
Considero que los planes de trabajo del consejo de administración están diseñados para brindar una buena gestión.	89	3,30	1,360
Los directivos manifiestan que la razón de ser de la financiera se debe a sus clientes.	89	3,13	1,447
Los directivos se comunican e interrelacionan con celeridad y coherencia mostrando aptitud profesional.	89	3,03	1,402

La financiera me brinda soluciones específicas o alternativas de soluciones a las solicitudes comunicadas.	89	3,07	1,223
Los directivos realizan seguimiento de las actividades que desarrolla la financiera con el objeto de que esta brinde mejoras a su gestión.	89	2,98	1,454
Los directivos efectúan algún monitoreo de los productos o servicios que les han ofrecido y/o adquirido.	89	3,11	1,385
La financiera propone medidas correctivas que permitan simplificar y mejorar los procedimientos en la atención al cliente.	89	3,20	1,367

Nota. Encuesta aplicada a los servidores administrativos nombrados a través del programa IBM SPSS

Se aprecia que en la siguiente tabla los indicadores con mayor relevancia son trabajo en equipo debido que los diversos planes laborales que tiene el consejo de administración están estructurados para ofrecer una gestión adecuada y la eficiencia porque la organización presenta viene realizando un buen desempeño referente a proyectos establecidos con un buen detalle, por otro lado; se debe mejorar el factor eficacia dado que, la empresa no viene cumpliendo de manera eficaz lo indicado dentro de su plan de trabajo y la verificación de actividades porque el personal directivo no realiza el seguimiento respectivo sobre las tareas que viene desarrollando la financiera con el propósito de ofrecer mejoras en la gestión llevada a cabo.

Resultados del Constructo Satisfacción del Cliente

Tabla 18

Estadísticos descriptivos de ítems sobre satisfacción del cliente

	N	Media	Desv. Desviación
Me siento a gusto con la calidad de servicio brindado por la financiera.	89	3,25	1,299
La financiera me brinda un servicio personalizado.	89	3,48	1,149
Me siento atraído con la calidad del servicio brindado.	89	3,65	1,178
Tengo manifiesto interés y predisposición para realizar mis consultas en la financiera.	89	3,67	1,126
Recomendaría a la financiera para la ejecución de servicios de consultoría empresarial.	89	3,09	1,362
Estoy satisfecho con el cumplimiento de los servicios ofrecidos.	89	3,07	1,347
Estoy tranquilo con respecto al servicio que me brinda la financiera.	89	3,38	1,293
Siento un bienestar con atención que me brinda la financiera	89	3,31	1,249
Reconozco la buena calidad de atención por parte de la financiera.	89	3,25	1,264
La financiera ha logrado absolver todas mis preguntas.	89	3,34	1,233
La financiera ha podido absolver todas mis quejas.	89	3,35	1,188
En la financiera es idóneo el tiempo empleado para la atención.	89	3,36	1,375

Nota. Encuesta aplicada a los servidores administrativos nombrados a través del programa IBM SPSS

Se denota que en la siguiente tabla los factores más sobresalientes son el interés, ya que, el personal manifiesta predisposición para atender las diferentes consultas de los usuarios y la atracción porque los clientes indican sentirse apegados por la calidad del servicio ofrecido por la financiera, sin embargo; es necesario mejorar el indicador recomendación, porque los usuarios no se encuentran del todo satisfechos con el servicio que ofrece la empresa, además del cumplimiento dado que, los clientes no se encuentran convencidos totalmente de sugerir a la organización para ejecutar servicios sobre consultoría de negocios.

Discusión de los Resultados

De acuerdo a la información recabada de trabajos investigativos sobre las variables en estudio, se halló un coef. Spearman 0.365, expresando una asociación baja en ambas variables y un Sig < 0.05, denotando que gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, motivo por el cual, hay rechazo de la hipótesis nula. Este descubrimiento es comparado con lo hallado por Quispe & Uretaga (2022) en su informe evidenciando la existencia de una asociación significativa y positiva entre ambos constructos de estudio, cuyo coeficiente de relación 0.490 denota una correlación moderada y un Sig menor a 0.05 que refiere la aceptación de la hipótesis alternativa. Este hallazgo también concuerda con lo encontrado por Barriga & Mendoza (2022) en su estudio donde indica la presencia de una asociación positiva, cuyo sig < 0.05 refleja que gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del usuario en Nítido Marketing & Business, además se estableció que actividades en administración se vienen realizando de manera ideal, dando conformidad a elementos que conforman el usuario satisfecho.

Conforme al primer objetivo específico, se halló un coef. Spearman 0.218, expresando una asociación baja entre planificación y satisfacción del usuario, cuyo Sig < 0.05, denota que dicho subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023. Este hallazgo guarda similitud con lo descrito por Carranza (2021) en su investigación, cuyo Coef. Spearman 0.212 expresa una asociación baja positiva, del mismo modo, se encontró un Sig < 0.05, indicando que dicho subconstructo incide de manera significativa en el regocijo del cliente externo en la DRE – Callao, período 2021. El informe denotó que la organización financiera no viene realizando un desempeño adecuado conforme los

proyectos establecidos, además la financiera cumple en menor grado lo descrito en su plan operativo, dado que, las estrategias sobre marketing que aplica la financiera no están alineadas a la mejora de la imagen. (Berrelleza et al., 2018) indica a la planificación como el desarrollo de contextos futuros, del camino que sigue la empresa y de resultados que se quieren lograr minimizando riesgos y definiendo estrategias para alcanzar el fin de la empresa con una posibilidad de éxito en mayor grado.

De acuerdo al segundo objetivo específico, se halló un coef. Spearman 0.302, expresando una asociación baja entre organización y satisfacción del usuario, cuyo $\text{Sig} < 0.05$, denota que dicho subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023. Este hallazgo se relaciona con lo denotado por Salazar y Suarez (2021), donde el coef. 0.592 expresa una asociación moderada, de la misma manera, se encontró un $\text{Sig} < 0.05$ indicando que dicho subconstructo incide de manera significativa en el regocijo del usuario en la cooperativa de crédito y ahorro – Lima, período 2019. Los resultados reflejaron que la estructura orgánica de la organización en finanzas no se encuentra distribuida de una manera equilibrada para dar cumplimiento al objetivo principal que consiste en satisfacer al cliente, además las tareas sobre responsabilidad social necesitan estar bien diseñadas para brindar un servicio de calidad. (Berrelleza et al., 2018) refiere a la organización como la determinación y diseño de estructuras, funciones, procesos y diversas responsabilidades, ejecución de técnicas relacionadas para simplificar la carga laboral; cuyo propósito es lograr que todos los recursos y actividades se utilicen y coordinen de modo que resulte fácil el trabajo para el personal.

En relación al tercer objetivo específico, se halló un coef. Spearman 0.358, expresando una asociación baja entre dirección y satisfacción del usuario, cuyo $\text{Sig} < 0.05$, denota que dicho subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera

Confianza -EOB Motupe – 2023. Este hallazgo es comparado con lo descrito por Chumpitaz (2020) cuyo coef. Spearman 0.219 expresa una asociación baja, por ende, se encontró un $\text{Sig} < 0.05$ indicando que dicho subconstructo incide de manera significativa en el regocijo del usuario en la cooperativa de crédito y ahorro Santa María Magdalena, período 2020. Los hallazgos del estudio determinaron que la alta dirección expresa que la razón principal de ser de la compañía es el usuario, sin embargo, falta mejorar la comunicación e interrelación con mucha coherencia denotando una buena aptitud profesional, además de ofrecer alternativas ideales a las solicitudes presentadas por los clientes para lograr su fidelización. Hernández (2014) hace mención a dirección como el comportamiento y su incidencia en los individuos con el fin que sumen esfuerzos y aporten de manera voluntaria y con mucho interés al alcance de las metas. Esta función se da por medio de subfunciones de comunicación, liderazgo y motivación.

En referencia al cuarto objetivo específico, se halló un coef. Spearman 0.443, expresando una asociación moderada entre control y satisfacción del usuario, cuyo $\text{Sig} < 0.05$, denota que dicho subconstructo incide de modo significativo en la satisfacción del usuario en la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023. Este hallazgo guarda similitud con el informe de Yovera (2021) cuyo coef. Spearman 0.258 expresa una asociación baja, además, se encontró un $\text{Sig} < 0.05$ indicando que dicho subconstructo incide de manera significativa en el regocijo del usuario de la municipalidad distrital – Reque, período 2020. Los resultados de la investigación denotaron que el personal directivo viene realizando un seguimiento adecuado de las tareas que lleva a cabo la financiera con la finalidad de brindar alternativas de mejora, a su vez, efectúan un monitoreo sobre servicios y productos ofrecidos o adquiridos. Berrelleza et al. (2018) se refiere al análisis y rendimiento de actividades llevadas a cabo para dar cumplimiento a objetivos propuestos,

haciendo coincidir las tareas planificadas con las que se han hecho, si no coincidieran, se debe corregir falencias y hacer un feedback para asegurar que lo establecido se ponga en marcha.

Conclusiones

1) La gestión administrativa incide significativamente en la satisfacción del usuario - financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, hallándose un factor Spearman 0.365, que indica una asociación baja en ambas variables, también se encontró un Sig < 0.05, por tal motivo, hay rechazo de la hipótesis nula, por ende, la importancia adquirida por gestión administrativa en el rubro financiero es fundamental para conseguir un cliente satisfecho.

2) La planificación incide significativamente en la satisfacción del usuario - financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, hallándose un factor Spearman 0.218 que indica una asociación baja en esta dimensión y satisfacción del usuario, denotando un Sig < 0.05.

3) La organización incide significativamente en la satisfacción del usuario - financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, hallándose un factor Spearman 0.302 que indica una asociación baja en esta dimensión y satisfacción del usuario, denotando un Sig < 0.05.

4) La dirección incide significativamente en la satisfacción del usuario - financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, hallándose un factor Spearman 0.358 que indica una asociación baja en esta dimensión y satisfacción del usuario, denotando un Sig < 0.05.

5) El control incide significativamente en la satisfacción del usuario - financiera Confianza -EOB Motupe - 2023, hallándose un factor Spearman 0.443 que indica una asociación moderada en esta dimensión y satisfacción del usuario, denotando un Sig < 0.05.

Recomendaciones

1) Se recomienda al gerente establecer el método Kaizen, con el fin de lograr mejores avances en cuanto a la gestión administrativa llevada a cabo en la financiera, además de implementar diferentes canales efectivos para recoger y examinar feedback de los usuarios y utilizar dicha información para cambiar su percepción, dando cumplimiento a sus pedidos e inclusive sobrepasar sus perspectivas para que se sientan satisfechos.

2) Se propone al gerente llevar a cabo un proceso de planificación adecuado, donde los objetivos que desee lograr la financiera estén detallados de manera clara; a su vez diseñar estrategias sobre inversión que permitan dar seguimiento constante a las oportunidades para invertir, logrando maximizar los beneficios que aseguren la estabilidad financiera de la empresa.

3) Se sugiere al gerente actualizar de manera periódica la estructura orgánica de la empresa y del MOF para que el personal pueda conocer las diferentes unidades orgánicas que existen y sus funciones respectivas, de este modo se logre una buena coordinación y trabajo en equipo con todas las áreas, evitando deficiencias y confusión al momento de realizar las tareas pertinentes.

4) Se aconseja al gerente propiciar dinámicas sobre integración laboral, que permita al personal sentirse motivado y comprometido con los objetivos de la empresa, además de mejorar la comunicación y el trabajo por parte de los integrantes de cada área, generando un efecto positivo en el performance de sus actividades y, por ende, lograr la satisfacción del usuario.

5) Se propone al gerente implementar un seguimiento de las actividades o tareas realizadas por el personal, por medio de auditorías internas y externas que garanticen la eficiencia y conformidad de las diversas áreas en su conjunto, a fin de conseguir información relevante sobre los avances de la financiera que permitan tener fidelizado al cliente y satisfecho sobre el servicio brindado.

Referencias

- Amaru, A. (2009). *Teoría general y proceso administrativo*. México: Pearson Educacion.
Obtenido de <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/09/252175923-109426991-Fundamentos-de-Admin.pdf>
- Andrade, D.; Damián, E. & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Arias, A., Calderón, J., & Loor, A. (2019). Factores que determinan la satisfacción del socio con respecto al servicio en una Cooperativa de Ahorro y Crédito de Manabí. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(25), 36-44. Obtenido de <https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/618/487>
- Arias, C. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horiz Pedagóg.* 8(1), 9-22. Obtenido de <file:///C:/Users/asus/Downloads/Dialnet-EnfoquesTeoricosSobreLaPercepcionQueTienenLasPerso-4907017.pdf>
- Asencios, C., Babilón, J., López, F., & Poma, H. (2019). Buenas prácticas de gestión de riesgo de crédito y su impacto en la creación de valor: Los casos de las seis cooperativas de ahorro y crédito top del Perú 2018. *Tesis para obtener el grado de Magíster en finanzas corporativas y riesgo financiero*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Surco.
Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15076/ASENCIOS_LOPEZ_PRACTICAS_TOP%20DEL%20PERU.pdf
- Baptista, P., Fernández, C. & Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Education.
- Barriga, M., & Mendoza, J. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa nítido mkt. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(6), 5-20. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9018767>
- Bernal, César. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Colombia: Pearson.

- Berrelleza, C., Bueno, R., & Ramos, M. (2018). *Elementos básicos de administración*. México: Pearson Educacion. Obtenido de https://dgep.uas.edu.mx/librosdigitales/6to_SEMESTRE/elementos_basicos__de_administracion.pdf
- Betancourt, Y., & Mayo, J. (13 de enero de 2011). *La evaluación de la calidad de servicio en contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2010a/>
- Campiña, G., & Fernández, M. (2015). *Atención básica al cliente: MF1329_1*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Atenci%C3%B3n_b%C3%A1sica_al_cliente/4lGPCgAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=la+importancia+de+la+satisfacci%C3%B3n+del+cliente&pg=PA91&printsec=frontcover
- Cano, C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Obtenido de <https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf>
- Carranza, Y. (2021). Gestión administrativa y satisfacción del usuario externo en la dirección regional de educación, Callao 2021. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración*. Universidad César Vallejo, Callao. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/128822/Carranza_CYG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Mc Graw-Hill Interamericana. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20I%20dalverto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Chumpitaz, N. (2020). Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020. *Tesis para obtener el grado académico de Maestría en Administración de Negocios - MBA*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48349/Chumpitaz_NNS-SD.pdf?sequence=1

Cladera, G. (2012). El respeto por la puntualidad. *El mundo*, 30.

Del Castillo, S. &. (2018). *Fundamentos Basicos de Estadistica*. Paisajes Bajos: María Montessor.

Fedi, J., Loguzzo, H., & Marcó, F. (2016). *Introducción a la gestión y administración en las organizaciones*. Buenos Aires: Universidad Nacional Arturo Jauretche. Obtenido de <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>

Fontalvo, T., & Vergara, T. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008*. Mexico: Editorial Pearson. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/823/index.htm>

González, M. & Maranto, M. (febrero de 2015). *Google*. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Guiz, M. (2021). Análisis de la gestión administrativa en la Finca Pedagógica Turística “San Francisco” y el nivel de satisfacción de sus visitantes. *Trabajo de titulación previa la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas y Marketing*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1183/1/514-%20GUIZ%20USAMAG%20MIRIAM%20KATERINE.pdf>

Hernández, M. (2014). *Administración de empresas 2 edición*. Madrid: Ediciones Pirámide. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1244/1/Hern%C3%A1ndez-administraci%C3%B3n%20de%20empresas%202da%20edici%C3%B3n.pdf>

Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia*. Mexico: Pearson Educacion. Obtenido de <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>

Kotler, P. (2006). *Dirección de marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

- Lavado, C., & Millán, L. (1998). La teoría de los dos factores de la satisfacción del cliente. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 28.
- Lira, M. (2009). *Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes*. México: Registro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial.
- Lozano, J. (2003). En torno a la confianza. *CIC: Cuadernos de Informaición y Comunicación*, 70.
- Martinez, L. (05 de agosto de 2017). *Shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/enciclopedia/cumplimiento>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 34.
- Mendoza, A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresa comerciales en la ciudad de Manta. *Dominio de las ciencias*, 3(2), 947-964. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325898>
- Merchán, V., Ocampo, W., & Pazmiño, W. (2018). La gestión administrativa de las empresas de transporte urbano de Babahoyo y sus efectos en el grado de satisfacción de los usuarios. *Polo del Conocimiento*, 2(5), 224-243. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/71/pdf>
- Millones, P. (2010). *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado*. Piura: Universidad de Piura.
- Paredes, M. (2018). La gestión administrativa y la satisfacción del usuario externo del área de nutrición del hospital nacional Almanzor Aguinaga Asenjo, Chiclayo. *Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración Pública*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3101/Paredes_S_nchez_Mar_a_Elena_del_Pilar.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Pozo, A. (2020). La satisfacción de clientes y gestión administrativa en restaurantes en la ciudad de Tulcán. *Trabajo de titulación previa la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi,

Tulcán. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1086/1/500-%20POZO%20MORILLO%20%C3%81MBAR%20MIKAELA.pdf>

Quispe, G., & Urteaga, M. (2022). Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Dimarclass S.A.C, Lima – 2022. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/107892/Quispe_FG-Urteaga_PMI-SD.pdf?sequence=1

Quispe, G., & Urteaga, M. (2022). Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Dimarclass S.A.C, Lima – 2022. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/107892/Quispe_FG-Urteaga_PMI-SD.pdf?sequence=1

Ramírez, J. (2018). 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. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciada de Administración*. Universidad César Vallejo, Ferreñafe. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33210/ramirez_ej.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramírez, J. (2019). 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. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciada de Administración*. Universidad César Vallejo, Chiclayo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33210/ramirez_ej.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, J. (14 de febrero de 2019). *IPSIA Psicología*. Obtenido de <https://www.psicologosmadrid-ipsia.com/la-atraccion-terapia-de-pareja-madrid/>

Ramos, J. (2023). Gestión administrativa y satisfacción del usuario de la unidad local de empadronamiento en una municipalidad de la provincia de Chiclayo. *Tesis para obtener el grado académico de Maestra en Gestión Pública*. Universidad César Vallejo,

- Chiclayo. Obtenido de
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/121341/Ramos_TJDC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera, A. (21 de abril de 2020). *¿Qué es el bienestar y cómo conseguirlo desde el hogar?* Obtenido de <https://www.saint-gobain.com.mx/que-es-el-bienestar-y-como-conseguirlo-desde-el-hogar>
- Salazar, F., & Suarez, A. (2021). La gestión administrativa y su relación con la satisfacción del cliente en una cooperativa de ahorro y crédito de Lima durante el periodo 2019. *Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas*. Universidad de Piura, Lima. Obtenido de <https://pirhua.udep.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/5e4e062b-67c5-421a-b85d-09cdc38c1862/content>
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 165.
- Velasco, M. (2012). *Teoría General de la Administración*. Santander: Universidad de Pamplona. Obtenido de https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre1/11092015/teoriageneraladmin.pdf
- Villalba, c. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de vista*, 20.
- Yovera, M. (2021). La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Reque, provincia Chiclayo. *Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración Pública*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8692/Yovera%20Rea%C3%B1o%20Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

ENCUESTA ORIENTADA A LOS COLABORADORES DE LA FINANCIERA CONFIANZA EOB MOTUPE 2023 PARA MEDIR LA VARIABLE GESTION ADMINISTRATIVA

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo analizar el nivel de influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

INDICACIONES: A continuación, se presentan varias preposiciones, para lo cual se le pide que conteste cada pregunta considerando que solo se debe marcar una respuesta con un aspa (X) el cuadro de la opción correspondiente. Elija una de las posibles categorías de respuesta que van del 1 al 5, dado que:

1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo

Género:

Edad:

GESTIÓN ADMINISTRATIVA						
Nº	ÍTEMS	PUNTAJES				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Planificación						
1	La financiera realiza un desempeño eficiente según los planes establecidos y comunicados.					
2	La financiera cumple eficazmente lo manifestado en su plan operativo.					
3	Las estrategias de marketing que la financiera aplica están alineadas a mejorar su imagen.					
Dimensión 2: Organización						
4	La estructura orgánica de la financiera está distribuida equilibradamente para cumplir el objetivo de satisfacer al cliente-socio.					
5	Las actividades de responsabilidad social de la financiera están enmarcadas en brindar un servicio de calidad al cliente-socio.					
6	Considero que los planes de trabajo del consejo de administración están diseñados para brindar una buena gestión.					
Dimensión 3: Dirección						
7	Los directivos manifiestan que la razón de ser de la financiera se debe a sus clientes.					
8	Los directivos se comunican e interrelacionan con celeridad y coherencia mostrando aptitud profesional.					
9	La financiera me brinda soluciones específicas o alternativas de soluciones a las solicitudes comunicadas.					
Dimensión 4: Control						
10	Los directivos realizan seguimiento de las actividades que desarrolla la financiera con el objeto de que esta brinde mejoras a su gestión.					
11	Los directivos efectúan algún monitoreo de los productos o servicios que les han ofrecido y/o adquirido.					
12	La financiera propone medidas correctivas que permitan simplificar y mejorar los procedimientos en la atención al cliente.					

**ENCUESTA ORIENTADA A LOS USUARIOS QUE HACEN USO DEL SERVICIO DE LA FINANCIERA
CONFIANZA EOB MOTUPE 2023 PARA MEDIR LA VARIABLE SATISFACCION DEL CLIENTE**

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo analizar el nivel de influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023.

INDICACIONES: A continuación, se presentan varias preposiciones, para lo cual se le pide que conteste cada pregunta considerando que solo se debe marcar una respuesta con un aspa (X) el cuadro de la opción correspondiente. Elija una de las posibles categorías de respuesta que van del 1 al 5, dado que:

1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo

Género:

Edad:

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
N°	ÍTEMS	PUNTAJES				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Necesidad						
1	Me siento a gusto con la calidad de servicio brindado por la financiera.					
2	La financiera me brinda un servicio personalizado.					
3	Me siento atraído con la calidad del servicio brindado.					
4	Tengo manifiesto interés y predisposición para realizar mis consultas en la financiera.					
Dimensión 2: Servicio						
5	Recomendaría a la financiera para la ejecución de servicios de consultoría empresarial.					
6	Estoy satisfecho con el cumplimiento de los servicios ofrecidos.					
7	Estoy tranquilo con respecto al servicio que me brinda la financiera.					
8	Siento un bienestar con atención que me brinda la financiera					
Dimensión 3: Atributos						
9	Reconozco la buena calidad de atención por parte de la financiera.					
10	La financiera ha logrado absolver todas mis preguntas.					
11	La financiera ha podido absolver todas mis quejas.					
12	En la financiera es idóneo el tiempo empleado para la atención.					

Anexo 02

Tabla 19

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICA DE RECOLECCION	MÉTODOS DE ANÁLISIS
	Objetivo General						
	Determinar el nivel de influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe – 2023	Ho: La gestión administrativa no influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023		Investigación básica con enfoque cuantitativo	Está conformado por 89 colaboradores de la empresa y por 1200 clientes comprendidos entre los 25 – 60 años de edad que hacen uso del servicio	Encuesta	Estadística descriptiva
	Objetivos Específicos						
¿De qué manera la gestión administrativa influye en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023?	Describir el nivel de influencia que tiene la planeación en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023		Variable Independiente: Gestión administrativa				
	Describir el nivel de influencia que tiene la organización en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe – 2023	Ha La gestión administrativa influye de modo significativo en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023	Variable Dependiente Satisfacción del cliente	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	MUESTRA	INSTRUMENTO	
	Describir el nivel de influencia que tiene la dirección en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023			El diseño es no experimental descriptivo – correlacional - causal	La muestra censal de 89 trabajadores y 89 clientes que utilizan el servicio de la financiera	Cuestionario	Estadística inferencial
	Describir el nivel de influencia que tiene el control en la satisfacción del cliente en la Financiera Confianza -EOB Motupe - 2023						

Anexo 03

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION (GESTION ADMINISTRATIVA)

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del validador:** Dr. José Foción Echeverría Jara.
- 1.2 **Grado académico, cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- 1.3 **Nombre del Instrumento:** Cuestionario.
- 1.4 **Título de la Investigación:** Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023.
- 1.5 **Autores:** José Eduardo Roncal Muro y Luis Manuel Vidarte Saldaña.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					100%
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100%
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones.					100%
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					100%
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					100%
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del trabajo.					100%
9. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					100%
PROMEDIO DE VALIDACION						

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%

IV: OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

Lambayeque, 5 de junio del 2024

.....
Firma del Experto

Años de experiencia: 40 DNI. N° 17843016

Teléfono N° 979665696

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION
(SATISFACCION DEL CLIENTE)

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador:** Dr. José Foción Echeverría Jara.
1.2 Grado académico, cargo e institución donde labora: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
1.3 Nombre del Instrumento: Cuestionario.
1.4 Título de la Investigación: Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023.
1.5 Autores: José Eduardo Roncal Muro y Luis Manuel Vidarte Saldaña.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100%
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100%
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					100%
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100%
5.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones.					100%
6.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					100%
7.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					100%
8.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del trabajo.					100%
9. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					100%
PROMEDIO DE VALIDACION						

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%

IV: OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

Lambayeque, 5 de junio del 2024



.....
Firma del Experto

Años de experiencia: 40 DNI. N° 17843016

TeléfonoN°979665696

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION (GESTION ADMINISTRATIVA)

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del validador: **Dr. Guido Alarcón Villanueva**

1.2 Grado académico, cargo e institución donde labora: **Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo**

1.3 Nombre del Instrumento: **Cuestionario.**

1.4 Título de la Investigación: **Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023**

1.5 Autores: **José Eduardo Roncal Muro y Luis Manuel Vidarte Saldaña.**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				70%	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				70%	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				70%	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				70%	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones.				70%	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				70%	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				70%	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del trabajo.				70%	
9. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				70%	
PROMEDIO DE VALIDACION					70%	

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: **70%**

IV: **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

Lambayeque, 10 de junio del 2024

.....
Firma del Experto

Años de experiencia: 40 DNI. N° 16426097 Teléfono N° 981919090

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION
(SATISFACCION DEL CLIENTE)

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del validador:** Dr. Guido Alarcón Villanueva
1.2 **Grado académico, cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo
1.3 **Nombre del Instrumento:** Cuestionario.
1.4 **Título de la Investigación:** Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023
1.5 **Autores:** José Eduardo Roncal Muro y Luis Manuel Vidarte Saldaña.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				70%	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				70%	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				70%	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				70%	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones.				70%	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				70%	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				70%	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del trabajo.				70%	
9. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				70%	
PROMEDIO DE VALIDACION					70%	

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 70%

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

Lambayeque, 10 de junio del 2024



.....
Firma del Experto

Años de experiencia: 40 DNI N°16426097 Teléfono N°981919090

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN (GESTION ADMINISTRATIVA)

I. DATOS GENERALES:

1.1 **Apellidos y Nombres del validador:** Mgt. Castañeda Vásquez Yasmy Fiorella

1.2 **Grado académico, cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

1.3 **Nombre del Instrumento:** Cuestionario

1.4 **Título de la Investigación:** Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe - 2023

1.5 **Autores:** José Eduardo Roncal Muro y Luis Manuel Vidarte Saldaña.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					85%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					85%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					85%
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					85%
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones.					85%
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					85%
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					85%
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del trabajo.					85%
9. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		85%				

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85%

IV: OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

Lambayeque, 30 de mayo del 2024

Mgt. Yasmy Fiorella Castañeda Vásquez

Años de experiencia: 10 años.

DNI.

N°17640685

Teléfono

994345974

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
(SATISFACCION DEL CLIENTE)**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del validador:** Mgt. Castañeda Vásquez Yasmy Fiorella.
 1.2 **Grado académico, cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
 1.3 **Nombre del Instrumento:** Cuestionario.
 1.4 **Título de la Investigación:** Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la financiera Confianza -EOB Motupe – 2023.
 1.5 **Autores:** José Eduardo Roncal Muro y Luis Manuel Vidarte Saldaña.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					85%
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					85%
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					85%
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					85%
5.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones.					85%
6.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					85%
7.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					85%
8.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del trabajo.					85%
9. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN		85%				

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85%

IV: OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

Lambayeque, 30 de mayo del 2024



Mgt. Yasmy Fiorella Castañeda Vásquez

Años de experiencia: 10 años.

DNI.

N°17640685

Teléfono

994345974