



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

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

AUTORAS:

Quispe Farfan, Glenda (orcid.org/0000-0002-0873-5381)

Urteaga Paz, Maria Isabel (orcid.org/0000-0002-2018-2855)

ASESOR:

Mg. Infante Takey, Henry Ernesto (orcid.org/0000-0003-4798-3991)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a nuestros padres quienes son nuestro principal apoyo y quienes nos impulsan por seguir esforzándonos a ser mejores cada día.

Agradecimiento

A Dios por la vida y todo lo que me regala;
A mi hijo Mathew por ser amor, alegría y motivación en mi vida y a mis padres por ser mi apoyo siempre.

Urteaga Paz María, Isabel

A nuestro estimado asesor Mg. Henry Infante Takey y a mis ex compañeros(as) de que me impartieron sus conocimientos y enseñanzas día a día.

A la Universidad César Vallejo, que nos apertura un camino para llevar a cabo el desarrollo de esta tesis para un avance en nuestra vida profesional.

Quispe Farfán, Glenda

Índice de contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tabla	v
Índices de figuras	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Variables y Operacionalización	17
3.3 Población, muestra y muestreo	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5 Procedimientos	21
3.6 Método de análisis de datos	22
3.7 Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	40
ANEXOS	455

Índice de tabla

Tabla 1: Validación Juicio de Expertos	21
Tabla 2: Niveles: Gestión administrativa en la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	23
Tabla 3: Niveles: Dimensiones de la gestión administrativa de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	24
Tabla 4: Niveles: Satisfacción de los clientes en la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	25
Tabla 5: Niveles dimensiones de la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	26
Tabla 6: Resultados de la evaluación de normalidad de los datos.	27
Tabla 7: Correlación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	28
Tabla 8: Correlación de la planeación y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	29
Tabla 9: Correlación de la organización y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C, Lima,2022.	30
Tabla 10: Correlación de la dirección y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	31
Tabla 11: Correlación del control y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.	32

Índices de figuras

Figura 1: Variable Gestión Administrativa	23
Figura 2: Dimensiones de la variable Gestión Administrativa	24
Figura 3: Variable Satisfacción del cliente	25
Figura 4: Dimensiones de la variable Satisfacción del cliente	26

RESUMEN

Acerca de la importancia de la gestión administrativa, ésta radica en que, a través de la ejecución de sus procesos, estos favorecerán el cumplimiento de objetivos y metas de las empresas, tanto en ámbitos organizacionales, como financieros. Al permitir que los procesos sean eficientes tendrán una relación directa con la satisfacción de los clientes, lo que permitirá el desarrollo y crecimiento de la organización.

El objetivo fundamental de la investigación es determinar la influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C. Sobre una muestra de 40 consumidores de la editorial en estudio se aplicó un cuestionario de 20 interrogantes. La investigación que se desarrolló es de tipo aplicada, el diseño que se utilizó es no experimental y de un nivel correlacional. Es de enfoque cuantitativo. Se obtuvo una correlación positiva considerable de 0.744 entre las dos variables, por lo que se concluye que si existe influencia de la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes.

Palabras Clave: Gestión Administrativa – Satisfacción del cliente – Planificación
– Dirección

ABSTRACT

About the importance of administrative management, it lies in the fact that, through the execution of its processes, these will favor the fulfillment of objectives and goals of the companies, both in organizational and financial scope. By allowing processes to be efficient, they will have a direct relationship with customer satisfaction, which will allow the development and growth of the organization.

The main objective of the investigation was to determine the influence that administrative management has on the satisfaction of the clients of the Company Dimarclass S.A.C. A 20- question questionnaire was applied to sample of 40 clients of the Company under study. The research that was developed is of an applied type, the design that was used is non-experimental and of a correlational level. It is of quantitative approach. As a result of the investigation, a considerable positive correlation of 0.744 was obtained between the two variables, so it is concluded that there is an influence of administrative management on customer satisfaction.

Keywords: Administrative management- Customer Satisfaction - Planning - Direction

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad se observa que muchas empresas peruanas presentan dificultades para realizar una eficiente gestión administrativa y entendemos que una adecuada gestión administrativa en las organizaciones es de vital importancia debido a que básicamente se ocupa de la adecuada toma de decisiones respecto a la forma de como poder planificar, organizar, direccionar y controlar las tareas y actividades que se ejecuta en la empresa, así como es clave para la potencialización de estas y así poder alcanzar los objetivos que se plantean y conseguir el desarrollo de la empresa, logrando así que el servicio final que se le brinde al consumidor sea de forma, tiempo y cantidad deseada, para así poder llegar a satisfacer al cliente.

Así mismo la ausencia de una eficiente gestión administrativa provoca una mala ejecución de tareas y la ausencia de coordinación en las actividades que desarrolla la empresa. La Empresa Dimarclass S.A.C fue creada en el año 2006, es una editorial de textos educativos en Lima y provincias como Juliaca, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Chimbote.

A raíz de la pandemia hubo una significativa reducción de ventas, en la que se redujo la cartera de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C. Por consecuencia se redujo personal y se generó una gran desorganización dentro de la empresa, donde actualmente no se le toma importancia a un manual de organización de funciones (MOF). La preocupación se haya en que los clientes se encuentran presentando quejas constantes y existe un descenso en el nivel de satisfacción con ellos, esto debido a la deficiencia en los servicios de distribución de mercadería que se viene brindando. Además, en algunas ocasiones las promotoras de venta de la empresa no realizan una adecuada recepción de datos al momento en que se toma un pedido, ocasionando retrasos o fallos en la entrega de los textos.

La ausencia de organización dentro de los almacenes genera que en ocasiones la mercadería no tenga una rotación oportuna y llegue a deteriorarse significando pérdidas para la empresa. Por otro lado, no se realiza un adecuado control de entradas y salidas ocasionando confusiones y pérdidas.

Una inadecuada manipulación de la mercancía al momento de ser transportada viene siendo otro de los problemas que presenta la empresa Dimarclass S.A.C, ocasionando que la mercancía llegue en mal estado a manos de los clientes, causando malestar y descontento del servicio.

Además de ello encontramos que durante el transporte de la mercadería no se tiene establecido un adecuado sistema de rutas de distribución, ocasionando retrasos con las entregas y significando costos innecesarios en la empresa.

No solucionar los problemas lleva a la empresa a la reducción de la cartera de clientes con la que cuenta debido a la constante insatisfacción que presentan, además podría generar una disminución de ventas y pondría en situación riesgosa la estabilidad de la empresa.

Una administración adecuada consiste en estudiar como las organizaciones obtienen y usan sus recursos para así poder cumplir con los objetivos trazados y obtener beneficios.

Para que se llegue a desarrollar un proceso administrativo eficiente se requiere trazar metas, una correcta planificación, la aplicación de estrategias que hayan sido bien formuladas y políticas que junto de un orden permitan obtener resultados, además de cumplir con planes que se establezcan, para así poder reducir riesgos significativos para la empresa. Además, se resalta la importancia de elegir indicadores que permitan monitorear y controlar los procesos de la empresa, todo esto para así poder lograr satisfacer a los clientes.

Nuestra investigación tiene el objetivo general de determinar la influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C.

Como objetivos específicos se plantean: Determinar la influencia que tiene la planeación en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022. Determinar la influencia que tiene la organización en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022. Determinar la influencia que tiene la dirección en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022. Determinar la influencia que tiene el control en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022.

Analizando la problemática que se menciona anteriormente nos planteamos como hipótesis general “si existe o no influencia significativa de la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C, Lima, 2022.” De esta hipótesis general se desprenden hipótesis más específicas como son: “si existe o no influencia significativa de la planeación en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022.”, “si existe o no influencia significativa de la organización en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022.”, “si existe o no influencia significativa de la dirección en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022.” y “si existe o no influencia significativa del control en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C., Lima,2022.”

II. MARCO TEÓRICO

La presente investigación está basada en teorías internacionales como el artículo escrito por Gavilánez, Espín y Arévalo (2018) Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador. El artículo hace mención de una gestión administrativa realizada con eficiencia, directa hacia las pymes, brindándoles la capacidad de poder distinguir los muy diversos requerimientos de los clientes para poder entregar un modelo que otorgue elementos que ayuden al análisis de gestión. Este artículo nos menciona las limitaciones que existen en la administración de las PYMES, y que estas se dividen en dos rangos: respecto al carácter público y carácter privado. Los autores mencionan que una de las bastantes soluciones es lograr concientizar a empresarios de pequeñas empresas para que así busquen y desarrollen una mejor organización y puedan aplicar un plan estratégico para así poder obtener mejores resultados.

Ramírez C., Ramírez G. y Calderón (2017) en su artículo “La gestión administrativa en el desarrollo empresarial”, Revista Contribuciones a la Economía de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador mencionan la intervención que se le realizó a la empresa Industrias La Fortaleza en Ecuador, la cual presentaba problemas administrativos por el gerente y por sus trabajadores, lo cual se veía reflejado en una mala atención de sus clientes.

En la investigación se decidió la aplicación del “FODA”, con el objetivo de poder conocer la situación que atravesaba la empresa, además se realizó varios estudios administrativos, con el fin de lograr identificar la problemática que este especialmente relacionada entre la gerencia, empleados y/o trabajadores; ya que se consideró como el principal factor que afectaba el desarrollo y ejecución de las tareas que realiza la empresa en cuanto a la producción, administración, comercialización y rentabilidad. Con el apoyo y aporte de maestros y estudiantes universitarios, se desarrollaron reglamentos de personal, financieros, de mantenimiento de equipos; maquinaria y de ventas, con el fin de optimizar el desarrollo de actividades de los colaboradores. De igual modo, se decidió prestar capacitación y aportes de tecnología obteniendo como resultado, lograr disminuir los costos de materiales que se desperdiciaban y una mayor rentabilidad, logrando

así una recuperación de la empresa y asegurando un crecimiento y desarrollo de la empresa en el ámbito económico.

Bert, Richard M. Walker y Joost Monster (2019) en su artículo ¿La planificación estratégica mejora el desempeño organizacional? Un meta análisis ¿“Does Strategic Planning Improve Organizational Performance? A Meta-Analysis” menciona que el plan estratégico es uno de los enfoques de gestión más populares en las organizaciones contemporáneas.

El artículo aborda la inconsistencia entre la popularidad de la planificación estratégica y sus críticas al preguntar ¿Cuál es la relación entre el desempeño organizacional y la planificación estratégica? Se realizó un meta análisis de 31 estudios empíricos (87 correlaciones vistas en la revista de Social Sciences Citations Index para así poder dar respuesta a esta pregunta). El artículo concluye que la planificación estratégica está claramente viva en las organizaciones contemporáneas. El meta análisis indica que tiene un impacto significativo.

Bravo (2020) en su tesis La gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción al cliente de los restaurantes de la parroquia San Lorenzo – Manta, Universidad Estatal del sur de Manabí – Ecuador, cuyo objetivo principal es realizar un análisis sobre la forma en que la gestión administrativa logra influir en la satisfacción al cliente de los establecimientos de comida, aplicando el método inductivo a fin de extraer conclusiones y datos donde se analizó las dos variables. En la población se considera 1500 clientes y con una muestra de 306 personas, se determina la cantidad de extranjeros que visitan para probar la gastronomía de los establecimientos de comida de la parroquia, se utilizó el instrumento de las encuestas, como se menciona uno de los problemas evidenciados debido a la mala reputación son el servicio lento y la falta de cumplimiento y orden entre sus trabajadores, en el peor de los escenarios los consumidores dejan de visitar el restaurante. De tal modo, la gestión administrativa es una pieza de vital estimación que se constituye en cualquier rubro de comercio o negocio, ayudando a que se desarrolle un plan estratégico y un control de la forma más ordenada y evitando pérdidas que afecten a una organización, logrando así su desarrollo y el continuo crecimiento.

De igual modo toda globalización del sector económico se deriva a la gran escala de competencias debido a estos cambios se brindó ideas innovadoras implementando estrategias con variados platos de comida y diversidad de sabores y mejorando la calidad de un buen servicio logrando que estos consumidores darán su mejor versión y recomendación a otros clientes. Como resultado el 67% clientes indica que son platillos que no consumen a diario, el 29% clientes menciona que son de buena calidad y con una buena preparación de los platos de comida y el 4% que no son de su agrado.

Achmad (2021) Según el artículo Efectos de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la lealtad de los clientes bancarios Universitas Negeri Malang. *Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers Universitas Negeri Malang, Indonesia*. Se utilizó el método cuantitativo con un diseño de encuesta, tiene como objetivo poner a prueba la calidad del servicio en la satisfacción y lealtad del cliente, la población de este estudio son los clientes de servicios bancarios en la ciudad de Malang y la ciudad de Java Oriental. Se utilizó la técnica del muestreo aleatorio intencional para seleccionar la muestra de los clientes cuyos puestos son directores, docentes y personal administrativo. Hubo 1190 encuestados que devolvieron el cuestionario que constaba de 78 directores, docentes 1017 y 95 personal administrativo.

En cuanto a la confiabilidad utilizaron el alfa de Cronbach, de donde se tuvo un valor 0,985; para medir las variables de investigación fue asistido por un software estadístico, así como por las versiones IBM SPSS Statistics 26. La clave para sobrevivir en un mercado global es centrarse en la calidad del servicio para los consumidores, es una fuente donde las organizaciones pueden mejorar su desempeño a través de la calidad logrando satisfacer la necesidad del consumidor de forma eficaz y eficientemente. Según la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se ha llevado una solución a un nivel de gestión demostrando y mejorando el desempeño organizacional a un nivel de la calidad de atención proporcionando por la organización de los clientes que contribuye el compromiso y la lealtad a los servicios bancarios. Los clientes tenderán a ser leales si el banco es confiable y eficiente en la comunicación y capaz de resolver problemas adecuadamente. Como resultado calidad de satisfacción del cliente es

0.96, lo que nos quiere decir que entre el servicio de calidad en relación con satisfacción de los clientes es positiva y tiene una fuerte influencia y el valor de -0.257 refleja que la calidad de servicio y la lealtad del cliente son negativos o si se basa en el nivel de fortaleza, se puede confirmar que si hay una débil relación con la calidad del servicio en fidelizar a los clientes.

Encontramos como antecedentes nacionales: Huamani y Ascuña (2019) Su tesis Gestión administrativa y satisfacción laboral en trabajadores administrativos de la UGEL Arequipa Sur 2018 de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, se basa en conocer la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción laboral del personal administrativo. Metodológicamente es un estudio de tipo descriptivo-correlativo, cuyo instrumento fue el cuestionario y la muestra que se tomó fue por tipo no probabilístico y está integrada por 108 empleados de la organización. De los resultados se afirma que el 66,7% de los trabajadores de área administrativa se encuentran en gestión administrativa permanente y el 82% de estos trabajadores tienen satisfacción laboral normal. Además, se logra afirmar que no hubo diferencias de género estadísticamente significativas en el manejo de las variables de gestión o satisfacción laboral. En referencia al objeto de la tesis, se reveló que estadísticamente existe una relación significativa ($r= 0,831^{**}$; $p= 0,001$), lo que confirma la hipótesis de su investigación.

Ramírez (2017) con su investigación “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”, en la cual se realiza la investigación en mención con el propósito de determinar si la organización trabaja de manera eficiente para poder satisfacer clientes. En la investigación se tiene en estudio un escenario ya existente y la satisfacción de los clientes de la organización por lo que se construye con un diseño no experimental. Los investigadores utilizan cuestionarios para poder evaluar la relación que existe entre las variables En la agencia Ferreñafe en una muestra formada por 70 clientes entre hombres y mujeres se aplicó un instrumento. El cuestionario que se aplicó consto de 32 ítems distribuidas en la siguiente forma: 16 preguntas (satisfacción al cliente) y 16 preguntas (gestión administrativa).

Según la investigación hay una relación significativa entre las variables que se seleccionaron en este estudio. También se concluye que existe un bajo nivel de satisfacción de los clientes de la caja financiera en el área de operaciones ya que la investigación obtuvo como resultado que 35.71% de la muestra de clientes se encuentra indiferente.

Quijandria (2021) en su investigación Gestión Administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec S.A.C, Los Olivos, 2021 de la Universidad Cesar Vallejo tuvo como principal propósito evidenciar que hay una relación entre las variables mencionadas anteriormente en el título de la investigación, respecto al aspecto metodológico se desarrolla en la investigación de un enfoque cuantitativo, no se realiza manipulación de variables por lo que es de diseño no experimental. Los autores determinan una población de 109 clientes, donde se realiza un muestreo probabilístico, aleatorio simple logrando obtener una muestra de 85 clientes. Para recopilar la información requerida en la investigación se aplica la encuesta y un cuestionario que contiene 20 interrogantes referidas en la escala de Likert. Luego del análisis se llega a la conclusión afirmando que hay una correlación alta positiva con la variable independiente y la dependiente de la empresa mencionada, es decir que mientras la gestión administrativa se desarrolle de manera eficiente, aumentará el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa.

Por otro lado, Chumpitaz (2020) en su tesis Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena de la Universidad Cesar Vallejo. De la cual se establece como objetivo principal lograr demostrar la existencia de una relación entre gestión administrativa y la satisfacción del cliente socio, se presentó su investigación como cuantitativa, el cual tiene el nivel de estudio correlacional y con un modelo no experimental utilizando la recopilación de datos de las encuestas aplicada su confiabilidad a través del uso del Alfa de Cronbach, el valor es 0.860 correspondiente a las variables independiente y la dependiente 0.867, con una población de 130 socios de la empresa, la empresa presenta la posibilidad de perder como una entidad financiera confiable, posicionamiento en el sector financiero y credibilidad. En conclusión, el 56.1% de los clientes socios presentan un nivel bajo, es decir, que ha disminuido la

rentabilidad de la empresa dando a un nivel poco satisfecho, el 43.2% refiere un nivel insatisfecho y el 7,0% representa el nivel satisfactorio.

Por otro lado, Galindo y Diaz (2017) en su investigación Gestión Administrativa y satisfacción del cliente en el área de tesorería de la municipalidad de Carabaylo de la universidad Cesar Vallejo. Tiene como principal objetivo que se determine si las variables que titulan la investigación presentan una relación con significancia, el diseño que se uso es no experimental y el tipo de investigación es descriptivo, con población de 146 consumidores en el área de tesorería y con una muestra aleatoria simple. Se obtuvo una muestra por 106 clientes que vendrían a ser los contribuyentes con un nivel alto de confiabilidad al 95%, la cual demostró su confiabilidad gracias al Alfa de Cronbach y gracias a la utilización y aplicación del SPSS, con 23 ítems, se efectuó un trabajo Piloto a 25 clientes.

Como resultado del análisis estadístico mencionado, 67,92% contestó que no está de acuerdo ni en desacuerdo que contribuiría a la empresa, y con porcentaje de 17,92% que está de acuerdo que contribuiría a la empresa y el 14,15% respondió que no contribuiría a la empresa.

Núñez (2017) en su investigación Gestión Administrativa y satisfacción de los estudiantes del programa de Educación Superior a Distancia de la Universidad Peruana Unión, Lima – 2017 centra su investigación en precisar si existe o no relación entre la variables gestión administrativa y satisfacción de los individuos que realizan sus estudios en la Institución; La investigación en mención tiene un estudio cuantitativo y es de enfoque no experimental, al buscar relación entre sus variables en estudio es correlacional y descriptiva. Los estudiantes de la Universidad en estudio constituyeron la muestra, conformándose por 90 estudiantes; la validez y confiabilidad de la tesis se basó en el alfa de Cronbach y el instrumento requirió validación por la opinión de expertos. Luego de ser aplicado, del análisis y la interpretación de sus resultados se llega a concluir que significativamente hay una influencia entre ambas variables.

Mientras según Agurto y Araujo (2018) en su investigación Influencia de la Gestión Administrativa en la satisfacción del cliente en la empresa MV Motors, Huaraz, 2018 de la universidad Cesar Vallejo. Se utilizó un modelo no experimental con un tamaño de población de 100 clientes, con nivel de correlación causal y una muestra de investigación de 80 clientes; a quienes se les solicitó completar el cuestionario, cuyos resultados fueron tratados con el programa estadístico SPSS. En base al producto que se obtuvo, se concluyó el nivel de gestión administrativa como intermedio con 83.75% y la satisfacción con 95.00%. Finalizando la aplicación de estadística inferencial se determina para la gestión administrativa en la investigación un valor de 0.700 y 0.698 correspondiente a la variable dependiente.

Correa (2017) en su tesis "Gestión administrativa y Satisfacción al cliente en la empresa de transporte de valores, Surco 2017- Lima". Se pudo evidenciar la relación entre las variables gestión administrativa y satisfacción del cliente en la empresa estudiada. La investigación fue de tipo básico y se presentó un cuestionario para poder recolectar la información requerida sobre una población de 50. La información que se obtuvo fue analizada mediante el SPSS, por lo cual se llega a concluir que las variables que se estudian si presentan una relación positiva de 0,783. De la misma manera se obtuvo la percepción de la muestra de la siguiente manera, un 44% percibía la gestión administrativa como media y la satisfacción al cliente era considerada media con un 48% por lo que se pudo demostrar así su relación.

Tuanama (2019) en su investigación "Gestión administrativa y la satisfacción a los clientes de la óptica VISUAL MEDICS, Huaraz 2019" busca determinar la existencia la relación entre las 2 variables mencionadas anteriormente. Es un estudio de tipo aplicada. La tesis mencionada tuvo una población integrada por 120 clientes. De esta población se obtiene una muestra de 92 personas a las cuales se les pidió responder los cuestionados elaborados y verificados por juicios expertos. La investigación llega al final de su investigación a concluir que evidentemente existe una significativa correlación entre las variables gestión administrativa y satisfacción del cliente. Esta afirmación se comprobó mediante el resultado que se obtuvo de la prueba estadística de Spearman, el cual arrojó como producto un resultado de 0,285.

Según Bao, Armas y Gutierrez, (2020) Según la investigación Gestión administrativa y calidad de servicio percibida por usuarios de una escuela de posgrado, Huánuco-Perú, el fin de la tesis es determinar el control administrativo sobre el usuario de la Escuela de estudiantes Graduados de Huánuco. Este enfoque se centra en un estudio cuantitativo, es de diseño correlacional, transversal y es prospectivo con población de 147 estudiantes, la cual fue seleccionada mediante el método de muestreo probabilístico. Por otro lado, se utilizó para la variable independiente que es la gestión administrativa un cuestionario y otro para la variable dependiente que se refiere a la calidad de servicio, ambos aprobados y validados. En el estudio se aplicaron consideraciones éticas y se realizó análisis descriptivo, y se comprobó la hipótesis a través de la aplicación de la prueba de correlación de Spearman sustentada en SPSS. De dicha aplicación de estadística se obtiene que el 69,4% de la gestión administrativa lo realizó de manera aceptable, el 23,1% de manera ineficaz y el 7,5% de manera efectiva; Respecto a la calidad del servicio, el 67, % la calificó como buena, el 26,5% normal y el 6,1% muy buena. La comparación de estos resultados dio $r = 72$ y $p = 0,000$, que son significativos. Se dice que la gestión administrativa está relacionada con la calidad del servicio que experimentan los estudiantes de las instituciones de educación superior.

Los autores Gonzales, Arias, Rodríguez y Flores (2021) La gestión administrativa y compromiso organizacional en instituciones educativas, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima – Perú, la investigación en mención se enfoca en poder determinar la gestión administrativa con relación al compromiso organizacional en trabajadores del sector educación. Se ha construido la investigación con un enfoque cuantitativo, es una investigación básica de corte transversal cuyo diseño es no experimental y el tipo es correlacional, se ha aplicado el método hipotético deductivo. Los 88 colaboradores pertenecientes del rubro educación integraron la población del estudio. Dos cuestionarios fueron aplicados, uno para cada variable de la investigación. Se obtuvo por alfa de Cronbach 0.885 y 0.801 de fiabilidad respectivamente. Los productos fueron alcanzados a través de Rho de Spearman, lográndose un valor positivo para las dos variables que se establecieron. En la investigación se llega a concluir que, si hay una relación positiva y significativa de las variables, por lo que se establece que, si se ejerce una

adecuada gestión, aumentara de forma progresiva el compromiso de los trabajadores.

A continuación, vamos a definir términos que se emplean durante el desarrollo de la investigación:

Respecto a la variable Gestión Administrativa:

Ramírez (2015) cuando se refiere a la gestión administrativa nos habla de que la validación clásica de la definición gestión se relaciona muy estrechamente con el concepto de administración, y que este significaría “realizar tareas que conducen a los objetivos. La gestión se refiere a la acción de realizar determinadas acciones para llegar a un resultado. Por otro lado, también se refiere al control como aquella función que se sitúa como parte del proceso administrativo y no de un vacío; y dependiendo del nivel de decisión en el que se vaya operar va presentar o caracterizarse muy diferenciadamente. Un adecuado sistema de control será aquel que ayudará a mantener los productos con las características de su sistema de referencia, dentro de un predeterminado rango de tolerancia. Gracias al control, el administrador puede hacer verificación de que los recursos de la organización, sean aplicados racional y sistemáticamente y así lograr que se puedan dar por cumplidos los objetivos de la empresa. El control es fundamental en las organizaciones para poder alcanzar los objetivos trazados.

Juran (2007), considera que la gestión se refiere a otorgar un soporte de aspecto administrativo a los procedimientos que realiza la empresa en las diferentes áreas funcionales con las que cuenta, con el objetivo de lograr alcanzar resultados y obtener una gran ventaja competitiva que se vea reflejado en el ámbito financiero.

Ruiz (2000), considera que la gestión en la administración es una agrupación de actividades que a través de altos mandos jerárquicos se muestra realizando sus actividades por medio de la estricta ejecución de las fases del proceso administrativo

Koontz (1994), nos dice la gestión administrativa es una agrupación de actividades dirigidas a lograr los objetivos de la organización; seguimiento y

ejecución óptima del proceso de gestión; planear, organizar, dirigir, coordinar y monitorear.

Bernal (2012) nos dice que la planificación es la función administrativa inicial ya que a partir de ella se establecerán las demás funciones. La planificación es la encargada de establecer por anticipado los objetivos por los cuales se debe trabajar y que debe hacerse para poder cumplirlos, por lo que nos ayuda como modelo para actuar en un futuro. La planificación empieza por fijar objetivos y en entrar en detalle con los planes que se requieran para poder de la mejor manera conseguirlos. Esta función determina el lugar al que se desea llegar, como, en qué momento y el orden en el que se debe realizarse.

Aguilar, Cabral y Arras V. (2012) las políticas pueden ser definidas como normas que guiaran la conducta y además brindaran una orientación en el accionar administrativo y en procesos de toma de decisiones.

George Terry (1997) la función de planificar se refiere a seleccionar información y en base al futuro realizar suposiciones, para en base a ello elaborar las acciones que se basa en realizar alcanzar los objetivos.

Arguello, LLumiguano, Gavilánez y Torres (2020) define la organización como el conjunto de reglas, estructuras y cargos que han de respetar todos aquellos que formen o constituyen la empresa. La principal tarea de la organización es coordinar y destinar todos aquellos recursos que son disponibles, ya sean recursos materiales, recursos humanos y recursos financieros. Es una estructuración técnica que debe existir con el fin de desarrollar eficientemente los objetivos y planes que se fijaron en la anterior etapa.

Schein (1990) la cultura Organizacional es definida como aquello que un grupo aprende durante un período de tiempo a medida que ese grupo resuelve sus problemas; en un entorno externo y sus problemas de integración interna. tal aprendizaje es simultáneamente un proceso conductual, cognitivo y emocional. extrapolando más allá de una visión antropológica funcionalista, el nivel más profundo de la cultura será el cognitivo en el que la percepción, el lenguaje y los procesos de pensamiento que un grupo llega a compartir será el último

determinante causal de sentimientos, actitudes, valores propugnados y comportamiento manifiesto.

Mirabal (2012) la motivación es definida como aquella dinámica en la cual la persona dirige su accionar a la satisfacción de las necesidades por un estímulo específico, el cual al lograr conseguirlo producirá un conjunto de gratificantes sensaciones o sentimientos.

Certo (2001) nos dice: La organización se encarga de la creación y el mantenimiento de aquellas relaciones entre los recursos de la organización, señalando cuáles serán los recursos que serán utilizados en determinadas actividades. Al aplicarse un real esfuerzo de organización, lo cual se verá manifestado en la reducción de costos.

Arguello, LLumiguano, Gavilánez y Torres (2020) consideran la dirección como el proceso administrativo que se basa en la influencia que tiene el administrador para que se desarrollen los planes, donde se pueda obtener de sus colaboradores positivas respuestas gracias a una asertiva comunicación y motivación. Comprende como principal función la forma en que se alcanzara los objetivos de la empresa.

Ramírez (2015) se refiere al control como aquella función que se sitúa como parte del proceso administrativo y no de un vacío; y dependiendo del nivel de decisión en el que se vaya operar va presentar o caracterizarse muy diferenciadamente. Un adecuado sistema de control será aquel que ayudará a mantener los productos con las características de su sistema de referencia, dentro de un predeterminado rango de tolerancia. Gracias al control, el administrador puede hacer verificación de que los recursos de la organización, sean aplicados racional y sistemáticamente y así lograr la consecución de los objetivos del organismo. El control es fundamental en las organizaciones para poder alcanzar los objetivos trazados.

En la investigación se hace énfasis en el autor Henry Fayol y su aporte con la Teoría Clásica de la Administración, en la cual se fundamentaron los principios de la administración. La teoría mencionada se inició por los años de 1926 y tuvo origen en el país de Francia. Henry Fayol dejó importantes aportes que aún están

vigentes en las ciencias administrativas como lo son las etapas del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar, etapas asociadas con las dimensiones de la variable independiente estudiada. (Mendoza, 2017, p.951; Medina y Ávila ,2002)

A continuación, la variable satisfacción del cliente, según Kotler (2017) se define aquella respuesta que emiten los clientes tras evaluar sus expectativas y el servicio mismo y el rendimiento real de este.

Para Kotler y Armstrong (2013), la satisfacción se define como una especie de equilibrio que sucederá cuando para el cliente se igualan la percepción del valor de un producto con la que esperaba de él. Con la mención anterior, se podrían tener tres tipos de resultados:

1. La empresa tendrá a un cliente satisfecho, si logra que la percepción que tiene del producto o el valor que le da es igual a lo que esperaba.
2. La empresa tendrá un cliente si no logra que la percepción que tiene del producto o el valor que le da sea igual a lo que se esperaba.
3. La empresa tendrá a un muy cliente satisfecho, si logra que la percepción que tiene del producto o el valor que le da sea de mayor grado de lo que esperaba.

Por otro lado, Vavra (2002) indica que la satisfacción del cliente puede definirse como la contestación emocional frente a la valoración de lo que percibe entre la experiencia previa y la expectativa que tuvo del producto.

Mejías y Manrique (2011) se refieren a la satisfacción como aquella medida en la cual sus requerimientos se logran compatibilizar con el servicio que se les brinda. Por lo cual, el cliente de la empresa quedara insatisfecho si el servicio que se le brinda no logro cumplir con dichos requerimientos.

Hernández (2011) considera que la satisfacción es un conglomerado de apreciaciones mentales, físicas y espirituales que se tiene en respuesta a un servicio que se le brinda. De esta manera, como los autores mencionan anteriormente, se trata de que el cliente realiza una evaluación, es decir hace una comparación entre lo que obtuvo y lo que esperaba.

Roche, R. (2004) se refiere a la empatía como la capacidad de conectar a nivel emocional y, a nivel cognitivo también, con otras personas y se considera base en la cual se establecen positivas relaciones interpersonales.

Empatía se refiere a que la empresa está en disposición de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes, va más allá de la cortesía, y a la vez es parte de la seguridad. Requerirá de un grande compromiso y conocimiento de las características, necesidades y requerimientos de los clientes.

Cottle (1991) Los elementos tangibles son aquellos como las evidencias físicas y los artefactos o elementos que forman parte de brindar un servicio, el aspecto superficial o de apariencia del personal, la infraestructura de las instalaciones dentro de una empresa y los equipos con los que se cuenta.

Bertrand L. Hansen y Prabhakar M. Ghare (1989) definen la fiabilidad como la probabilidad de que se realice sin fallas una determinada función, en un periodo de tiempo determinado y bajo ciertas condiciones.

Petro Perú (2008). La eficiencia hará hincapié en los recursos que se emplean y los resultados que se consiguen. Debido a ello, la eficiencia es una muy valorada cualidad por las organizaciones, ya que en toda aquella actividad que realizan las organizaciones tienen como objeto lograr alcanzar sus objetivos, con recursos limitados como financieros, tecnológicos, humanos, etc., e incluso en algunas situaciones complejas.

Hernández (2002). El meta análisis se refiere al análisis sistemático de diferentes estudios realizados acerca de un mismo tema. Se refiere al conjunto o la compilación de estudios que tienen como objetivo reunir la información que este en disponibilidad, para luego por temas más específicos poder realizar agrupaciones. El meta análisis se refiere a diseñar una nueva población de la suma de otras poblaciones de un conjunto de informes publicados, para así poder analizarlo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

En la tesis se desarrollará una investigación de estudio tipo aplicada, este tipo de investigación es llamada además como empírica o práctica. Se centra en la utilización de conocimientos que se consiguen a partir de la investigación, además depende de un marco teórico. Según Baena Paz (2014) refieren que la investigación aplicada tiene como fin estudiar un problema para destinarlo a la acción. (p. 11).

3.1.2 Diseño de investigación

El estudio hace referencia a un diseño que es no experimental, esto en principio de que en la investigación no se manipula ninguna de las variables señaladas (Hernández y Fernandez,2018, p. 174).

En la investigación se utiliza un enfoque cuantitativo justificado en que las hipótesis o suposiciones planteadas se verificaran con procesos secuenciales sistematizados. Según Gómez (2006) afirma que el enfoque cuantitativo recolecta y analiza datos para así poder responder cuestionamientos de una investigación. (p. 60). El nivel de la investigación es correlacional por que analiza el grado de la relación existente entre dos variables. Por tal motivo, en primera instancia se enfoca en la medición de cada variable para luego estudiar y medir la correlación que puede existir entre ellas.

Considerando el momento de recolección de los datos es transversal, esto en base a que la recolección de los datos se dio en un solo momento u oportunidad.

3.2 Variables y Operacionalización

En el presente estudio se establecen dos variables es: Gestión administrativa y satisfacción del cliente. Las variables mencionadas se encuentran enunciadas en la matriz de operacionalización que se puede apreciar en el anexo 1.

Variable 1: Definición conceptual de gestión administrativa:

Chiavenato (2014), la gestión administrativa es definida como la agrupación de toda aquella actividad que se realizan para poder coordinar el esfuerzo de una agrupación, es decir, la forma de lograr cumplir los objetivos y metas trazados con el aporte de los clientes y elementos cuyo desarrollo de ciertas actividades fundamentales como lo son la planeación, la organización, la dirección y el control, p.70.

Definición operacional de gestión administrativa:

La presente investigación dentro de la variable gestión administrativa presenta dimensiones como la Planeación que tiene como indicadores Objetivos, Políticas y Plan estratégico; la dimensión Organización que tiene como indicadores Estructura Organizacional, Clima Organizacional y Comunicación; la dimensión de Dirección que tiene como indicadores la Motivación y la Toma de decisiones y finalmente la dimensión de Control con indicadores como la Evaluación de resultados y la Evaluación de desempeño.

Indicadores: Objetivos, políticas, plan estratégico, estructura organizacional, cultura organizacional, comunicación, motivación, toma de decisiones, evaluación de resultados y evaluación de desempeño.

Escala de medición: En la investigación se utilizará el instrumento con escala Likert.

Variable 2: Definición conceptual de satisfacción del cliente:

Vavra (2002) indica que la satisfacción del cliente puede definirse como la contestación emocional frente a la valoración de lo que percibe entre la experiencia previa y la expectativa que tuvo del producto. La satisfacción del cliente influirá en las futuras relaciones que el cliente desee crear con la empresa u organización, deseo del volver a hacer una compra, dar una recomendación de nuestra marca. (p. 25)

Definición operacional de satisfacción del cliente:

La tesis que se elaboró presenta la variable satisfacción del cliente que abarca dimensiones como empatía, elementos tangibles, seguridad y eficiencia.

Las dimensiones mencionadas presentan indicadores como: Empatía con indicadores como respeto, compromiso y amabilidad; la dimensión Elementos tangibles presenta indicadores como bien e infraestructura; la dimensión Seguridad con indicadores como experiencia y cumplimiento del servicio; por último, la dimensión Eficiencia con indicadores como personal proactivo, respuesta oportuna y rapidez.

Indicadores: Respeto, compromiso, amabilidad, bien, infraestructura, experiencia, cumplimiento del servicio, personal proactivo, respuesta oportuna, rapidez.

Escala de medición: En la variable satisfacción del cliente también se utilizará la escala Likert.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

Se define la población como la agrupación de aquellos elementos de un tipo particular, donde el conocimiento que poseen es de interés. (Vladimirovna, 2005, p.261). Dicho esto, nuestra población está definida por 750 clientes de la Editorial Dimarclass S.A.C que requirieron nuestro servicio durante el año 2022.

Muestra

Se define como cualquier subconjunto de la población. (Vladimirovna, 2005, p.261).

Según lo mencionado la muestra que se empleara para el análisis son 40 clientes de la Editorial Dimarclass S.A.C.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos

(Abascal y Grande ,2005, p. 14) La técnica que se utiliza la encuesta está definida como una técnica de nivel primario cuyo fin será obtener información en base a un conjunto coherente, objetivo y ordenado de cuestionamientos o preguntas, que asegura que la información que se adquiere de una muestra se pueda usar para análisis mediante métodos cuantitativos.

(Marín, 2015, p. 135) Un cuestionario es aquel conjunto articulado y ordenado de preguntas referidas a un tema en particular sobre el cual se requiere información de investigación mediante una encuesta para poder describir o explicar el propósito de la investigación.

Instrumento de recolección de datos

Según lo mencionado previamente, el instrumento que se utilizará en la tesis es el cuestionario aplicado a 40 de clientes que requirieron de los servicios de la empresa Dimarclass S.A.C durante el primer semestre del año 2022; el instrumento se descompone en la investigación de dos variables, 4 dimensiones y 10 indicadores, por cada variable que tendrá 5 alternativas de respuesta (nunca, casi nunca, ocasionalmente, frecuentemente, muy frecuentemente).

Validez

Se realizó la recolección de los datos con el principal fin de obtener la información mediante los productos que se pudo obtener de cada una de las respuestas de los clientes de la Editorial Dimarclass S.A.C.

Respecto a la validez de nuestro instrumento, se logró obtener la validación mediante el juicio de tres que son expertos en el campo administrativo. Luego de que hayan determinado que el instrumento si es aplicable se procedió a su aplicación.

Tabla 1: Validación Juicio de Expertos

Nombres del experto	Calificación
Dr. Kerwin Chávez Vera	Es aplicable
Dra. África Calanchez Urribarri	Es aplicable
Mg. Edinson Fernández Vega	Es aplicable

Nota. Los tres juicios expertos por unanimidad han emitido que el instrumento es aplicable.

Confiabilidad

Nos referimos a la confiabilidad cuando en repetidas ocasiones, en una misma muestra se aplica un instrumento y se obtiene como resultados aproximados las mismas respuestas. Esta se mide por medio de la prueba de Alfa de Cronbach, como se observa en el **Anexo 4**.

3.5 Procedimientos

Mediante un documento se remitió al Gerente General de la empresa Dimarclass S.A.C solicitando una solicitud de permiso para poder realizar la investigación.

Luego de validar nuestro instrumento por tres jueces expertos se recopiló el número de clientes con ayuda de nuestros promotores por cada cartera bajo reporte de la administración.

Se procedió a la recopilación de la información en la base de, mediante la encuesta elaborada en un formulario Google, se envió por correo electrónico y vía WhatsApp el cuestionario a los clientes, después de ello, se registró en Excel la información recolectada y se procedió a ingresar la información en el programa SPSS 26.

3.6 Método de análisis de datos

El estudio cuantitativo, estadístico se aplicó a través del programa SPSS 26, determinando la correlación de las variables de la investigación.

Se utilizó la prueba de correlación de Rho de Spearman para de esta manera ver si se procede a aceptar o rechazar las hipótesis planteadas.

3.7 Aspectos éticos

Durante el proceso de construcción de la presente tesis la recopilación de los datos fue anónima y el registro de la codificación fue de manera transparente, responsable y en su totalidad. No se realizó modificaciones sobre los datos recolectados ya que esto significaría una desacreditación de la tesis.

Durante la elaboración de la investigación se ha considerado el respeto a la propiedad intelectual de autores, citando de manera correcta según la normativa APA. La originalidad de nuestra investigación fue verificada por el programa Turnitin, descartando de cualquier forma todo tipo de plagio.

Por último, la estructura de nuestra investigación se basó en la Guía de Elaboración de Tesis de la Universidad Cesar Vallejo.

IV. RESULTADOS

Para el desarrollo de la investigación se requirió a 40 clientes de la empresa Dimarclass SAC. completar la encuesta elaborada.

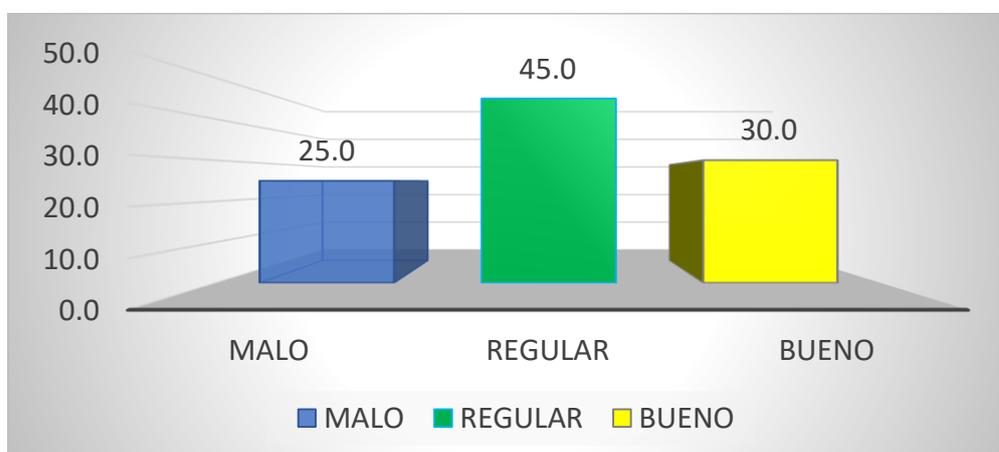
4.1 Resultados descriptivos

Tabla 2: Niveles: Gestión administrativa en la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

NIVELES	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MALO	10	25,0	25,0
REGULAR	18	45,0	70,0
BUENO	12	30,0	100,0
Total	40	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada sobre gestión administrativa en la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Figura 1: Variable Gestión Administrativa



Nota. Resultados de la variable Gestión administrativa.

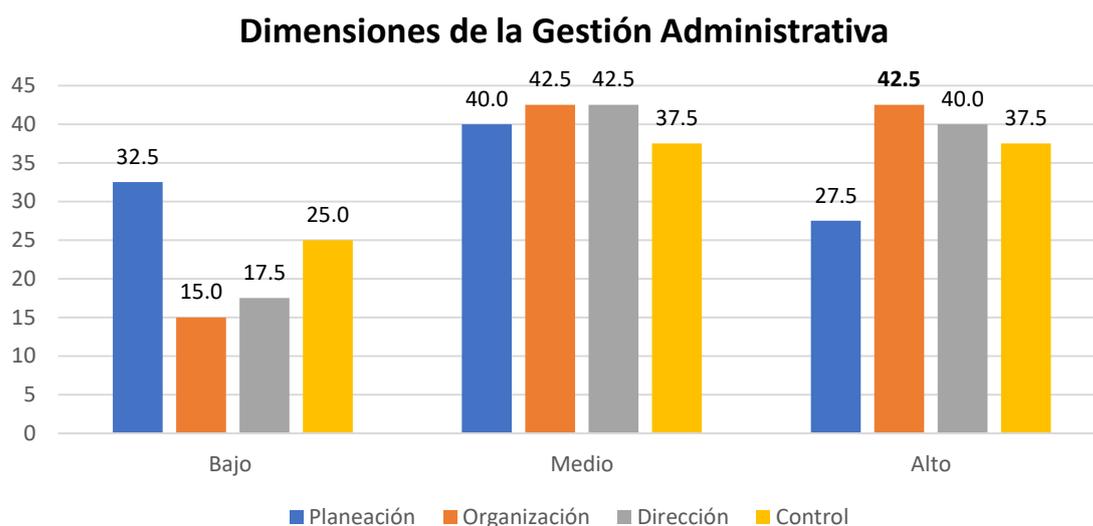
Interpretación: Según la tabla 2, el 45.0% de los clientes de la editorial Dimarclass SAC que se encuestó, respondió que la gestión administrativa es de nivel regular, el 30.0% consideró que el nivel es bueno y el 25.0% restante consideró que es malo.

Tabla 3: Niveles: Dimensiones de la gestión administrativa de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Nivel	Planeación		Organización		Dirección		Control	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	13	32,5	6	15,0	7	17,5	10	25,0
Medio	16	40,0	17	42,5	17	42,5	15	37,5
Alto	11	27,5	17	42,5	16	40,0	15	37,5
Total	40	100,0	40	100,0	40	100,0	40	100

Fuente: Encuesta aplicada sobre dimensiones de gestión administrativa de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Figura 2: Dimensiones de la variable Gestión Administrativa



Nota. Resultados de las dimensiones de la Gestión Administrativa.

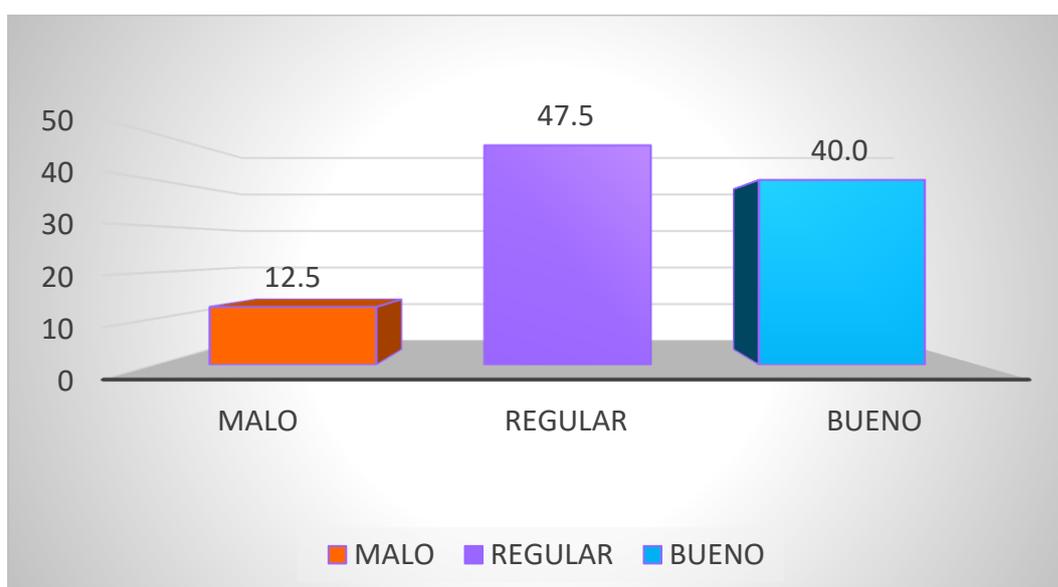
Interpretación: De la tabla 3 se observa que las dimensiones de la gestión administrativa muestran niveles variados, es por ello, que los niveles de planeación, organización y dirección son considerados de medio nivel en base a sus porcentajes del 40.0%, 42.5% y 42.5% respectivamente de los clientes de la empresa Dimarclass SAC. Por otro lado, se logra apreciar que el nivel de planeación es considerado de nivel bajo, según el 32.,5% de los clientes de la editorial.

Tabla 4: Niveles: Satisfacción de los clientes en la empresa Dimarclass SAC, Lima, 2022.

NIVELES	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MALO	5	12,5	12,5
REGULAR	19	47,5	60,0
BUENO	16	40,0	100,0
Total	40	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada sobre satisfacción de los clientes.

Figura 3: Variable Satisfacción del cliente



Nota. Resultados de la variable Satisfacción del cliente.

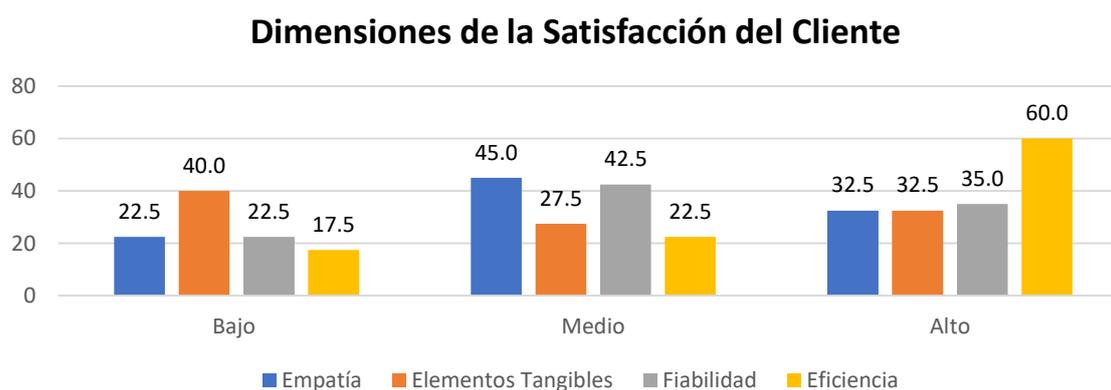
Interpretación: A partir de la tabla 4, se puede visualizar que un 47.5% de los clientes de la editorial Dimarclass SAC que completaron la encuesta, percibieron que la satisfacción de los clientes es de nivel regular, el 40.0% considero que tiene un buen nivel y solo un 12.5% que el nivel es malo.

Tabla 5: Niveles dimensiones de la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima, 2022.

Nivel	Empatía		Elementos tangibles		Fiabilidad		Eficiencia	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	9	22,5	16	40,0	9	22,5	7	17,5
Medio	18	45,0	11	27,5	17	42,5	9	22,5
Alto	13	32,5	13	32,5	14	35,0	24	60,0
Total	40	100,0	40	100,0	40	100,0	40	100,0

Fuente: Encuesta aplicada sobre dimensiones de satisfacción de los clientes.

Figura 4: Dimensiones de la variable Satisfacción del cliente



Nota. Resultados de las dimensiones de la Satisfacción del cliente.

Interpretación: Según la tabla 5, se puede visualizar que las dimensiones de la variable satisfacción de clientes muestra niveles variados, de ellos, los niveles de empatía y fiabilidad son de un nivel medio según las respuestas del 45.0% y 42.5% respectivamente de los clientes de la empresa Dimarclass SAC. También se logra apreciar que los niveles de elementos tangibles son considerados de nivel bajo según consideración de los clientes con un 40% y la eficiencia es considerada de nivel alto, según percepción del 60.0% de los clientes de la empresa Dimarclass SAC.

4.2 Resultados Estadísticos inferenciales

4.2.1 Prueba de normalidad

Tabla 6: Resultados de la evaluación de normalidad de los datos.

Variables	Pruebas de normalidad		
	Shapiro – Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión administrativa	0,973	40	0,047
Satisfacción del cliente	0,97	40	0,011

Fuente: Base de datos de variables estudiadas de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Interpretación: Según la tabla 6, se logra apreciar de la prueba de Shapiro-Wilk ,utilizada en muestras inferiores a 50 utilizada para probar la normalidad de los datos de las variables en investigación, en el cual se logra observar que los niveles de significancia para variables como gestión administrativa y satisfacción de los clientes son inferiores al 0.05,demostrándose que no hay una distribución normal de los datos; de los resultados se indica la aplicación de la prueba de correlación de Spearman.

4.2.2 Contratación de hipótesis

Objetivo General:

Determinar la influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

H1: La gestión administrativa si influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Ho: La gestión administrativa no influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Tabla 7: Correlación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Correlaciones			
		GESTION ADMINISTRATIVA	SATISFACCION DEL CLIENTE
GESTION ADMINISTRATIVA	Coefficiente de correlación	1,000	,744**
	Sig. (bilateral)		,000
Rho de Spearman	N	40	40
	Coefficiente de correlación	,744**	1,000
SATISFACCION DEL CLIENTE	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 7 se puede visualizar que el coeficiente de correlación de Spearman es 0.744, lo que indica que existe una correlación positiva considerable de las variables. Además, de acuerdo al nivel de significancia ($0.000 < 0.05$), se llega a finalizar que la gestión administrativa si influye con la satisfacción de los clientes de la editorial Dimarclass SAC, Lima,2022.

Objetivo Especifico 1: Determinar la influencia que tiene la planeación en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C, Lima,2022.

H1: La planeación si influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Ho: La planeación no influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Tabla 8: Correlación de la planeación y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Correlaciones			
		PLANEACION	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
PLANEACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,626**
	Sig. (bilateral)		,000
Rho de Spearman	N	40	40
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,626**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
N		40	40

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

INTERPRETACIÓN:

De igual manera, en la tabla 8 se logra observar que el coeficiente de correlación de Spearman es 0.626, lo que claramente nos indica que, entre la planeación y la satisfacción de los clientes, existe una correlación positiva considerable. Así mismo, en términos del nivel de significancia ($0.001 < 0.05$), se puede finalizar que la planeación si influye con la satisfacción de los clientes.

Objetivo Especifico 2: Determinar la influencia que tiene la organización en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C, Lima,2022.

H1: La organización si influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

H0: La organización no influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Tabla 9: Correlación de la organización y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C, Lima,2022.

Correlaciones			
		ORGANIZACIÓN	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Rho de Spearman	ORGANIZACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,510**
		N	40
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,510**
	Sig. (bilateral)	,000	1,000
	N	40	40

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

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 9 se observa que el coeficiente de correlación es 0.510, de lo cual se indica que, entre la organización y la satisfacción de los clientes, existe una correlación positiva considerable. Respecto al nivel de significancia es inferior al 0.05, se llega a la conclusión de que la organización si influye en la satisfacción de los clientes.

Objetivo Especifico 3: Determinar la influencia que tiene la dirección en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C, Lima,2022.

H1: La dirección si influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

H0: La dirección no influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Tabla 10: Correlación de la dirección y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Correlaciones			
		DIRECCIÓN	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DIRECCIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,698**
	Sig. (bilateral)		,000
Rho de Spearman	N	40	40
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,698**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

INTERPRETACIÓN:

De igual manera, en la tabla 10 se logra visualizar que el coeficiente de correlación es 0.698, lo que nos dice que, entre la dirección y la satisfacción de los clientes, hay una correlación positiva considerable. En términos del nivel de significancia es inferior al 0.05, por lo que se finaliza concluyendo que la dirección si influye con la satisfacción de los clientes de la editorial.

Objetivo Especifico 4: Determinar la influencia que tiene el control en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C, Lima,2022.

H1: El control si influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

H0: El control no influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Tabla 11: Correlación del control y la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC, Lima,2022.

Correlaciones			
		CONTROL	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
CONTROL	Coeficiente de correlación	1,000	,852**
	Sig. (bilateral)		,000
Rho de Spearman	N	40	40
	Coeficiente de correlación	,852**	1,000
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Sig. (bilateral)	,000	
	N	40	40

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

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 11 se logra visualizar que el coeficiente de correlación es 0.852, lo que evidencia que entre el control y la satisfacción de los clientes efectivamente si existe una correlación positiva muy fuerte. Así mismo, en términos del nivel de significancia es inferior al 0.05, concluimos que la dirección si influye con la satisfacción de los clientes.

V. DISCUSIÓN

En la investigación que se desarrolló se planteó como interrogante ¿De qué manera influye la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de la empresa Dimarclass S.A.C.?, debido a la fundamental importancia que tiene aplicar la gestión administrativa en las organizaciones para poder así tener un adecuado desarrollo de actividades, brindando servicios de calidad que logren tener a los clientes satisfechos.

En relación con el objetivo general, el cual fue determinar la influencia que tiene la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C. Se aplicó estadística inferencial de Rho Spearman; y el resultado que se obtuvo fue un coeficiente de correlación de 0.744, por lo que se demuestra que si existe una correlación positiva considerable entre las variables en estudio. De acuerdo al nivel de significancia que se obtuvo ($0.000 < 0.05$), se puede afirmar que la gestión administrativa si influye en la satisfacción de los clientes, por lo que se hace énfasis en que si la satisfacción de los clientes disminuye se debe a que no se está realizando una adecuada gestión administrativa. Por otro lado, un 45% de la muestra encuestada considera que la gestión administrativa es regular, de igual modo la satisfacción al cliente se califica como regular con un 47.5%. El resultado de la investigación mencionado es contrastable con Quijandria (2021) quien en su investigación finaliza que la gestión administrativa y la satisfacción al cliente tienen una correlación positiva considerable con un coeficiente Rho Spearman de 0.667 y un valor de significancia inferior a 0,05 por lo que al igual que en nuestra investigación se acepta la hipótesis alterna.

Núñez (2017) en su investigación para optar por el grado de Maestra finaliza que la gestión administrativa se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente, aplicando estadística inferencial chi-cuadrado obtuvo un valor de 12.25 mayor al valor de chi critico de 9.49. Ramírez (2017) de igual modo reafirma lo mencionado anteriormente en su tesis, concluyendo que existe una correlación positiva entre las variables en estudio, se utilizó el análisis inferencial de Pearson obteniendo un valor de correlación de 0.833. Se determina una dirección de correlación positiva, con lo que se afirma que, al mejorar la gestión administrativa, se lograría mejorar la satisfacción de los clientes.

Con respecto al objetivo específico n°1 donde se planteó determinar la influencia que tiene la planeación en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C. El resultado que se obtuvo luego de aplicar la estadística inferencial Rho Spearman fue un coeficiente de correlación de 0.626, lo que demuestra que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión planeación y la satisfacción de los clientes. Por otro lado, de acuerdo al nivel de significancia inferior al 0.05 (0.001), se evidencia que la planeación si influye con la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass SAC. Asimismo, 40% de las personas encuestadas consideran que la planeación que realiza la editorial es regular. De igual modo Chumpitaz (2020) en su tesis concluye que existe una correlación positiva media de 0.225 entre la planeación y la satisfacción del cliente y un valor de significancia de 0.006 que de igual modo es inferior al 0.05, con lo que se determina que la planeación si se relaciona con la satisfacción de los socios.

Para poder analizar el objetivo n°2, donde se busca determinar la influencia que tiene la organización en la satisfacción de los clientes de la editorial evaluada, se evidencia que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,510 lo que nos demuestra que entre la dimensión organización y la satisfacción del cliente existe una correlación positiva moderada. Además, en referencia al nivel de significancia inferior 0.05, se reafirma que la organización si influye en la satisfacción del cliente, por lo que se procedió a rechazar la hipótesis nula y se aceptó la hipostasis alterna. Además, de los datos obtenidos se obtuvo que el 42.5% de las personas que se encuestaron se refieren como regular a la organización. El resultado estadístico mencionado es contrastable con la investigación que desarrolla Correa (2017) donde se determina que la organización y la satisfacción del cliente, respecto al análisis inferencial de Spearman, tienen una correlación positiva considerable de 0.692, la organización de la empresa en estudio fue evaluada como media con 64% y la variable satisfacción al cliente fue percibido con 40% clasificándola como media.

Con respecto al objetivo n°3 que se enfoca en determinar la influencia que tiene la dirección en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C. Se utilizó la estadística inferencial donde se pudo obtener que el coeficiente de correlación es de 0.698, lo cual nos permite decir con certeza que entre la

dimensión dirección y la satisfacción del cliente existe una correlación positiva moderada. En referencia al nivel de significancia inferior al 0.05, se puede finalizar que la dirección si influye con la satisfacción de los clientes de la editorial en estudio. Por otro lado, un 42.5 % considera como regular la dirección y solo un 17.5% lo considera mala. De igual modo Tuanama (2019) determina que existe una relación significativa entre la dimensión dirección y la variable satisfacción del cliente, esto se logró demostrar con el producto obtenido con la prueba de correlación Spearman, el cual dio el producto de una correlación positiva media de 0.305 y con un nivel de significancia inferior a 0.05 de 0.032.

Para analizar el objetivo n° 4 que busca determinar la influencia que tiene el control en la satisfacción de los clientes de la empresa Dimarclass S.A.C. se visualiza que efectivamente se evidencia una correlación positiva alta, ya que nos arrojó un coeficiente de correlación de 0.852. Por otro lado, en referencia al nivel de significancia que es inferior al 0.05, se puede finalizar que la dirección si influye con la satisfacción de los clientes de la editorial en mención. Así mismo, el control es considerado como medio por un 37.5% de los encuestados, el otro 37.5% lo considera bueno y solo un 25% lo considera malo. Del mismo modo Correa (2017) estableció en su investigación que la dimensión control tiene una influencia significativa en la satisfacción del cliente. El resultado de la estadística inferencial de Spearman fue de una correlación positiva media de 0.508. Se halló también que el valor de p. fue igual a 0.000 por lo que al ser inferior de 0.005 se desaprueba la hipótesis nula planteada en su investigación.

VI. CONCLUSIONES

1. Se evidencia en los resultados obtenidos un valor de significancia inferior a 0.05 y una correlación de las variables en estudio, cuyo valor es 0.744, de donde se confirma que existe una correlación positiva considerable. Así mismo, respecto a la información recolectada de los 40 clientes de la empresa Dimarclass, el 45% de los encuestados se refirió a la gestión administrativa como regular y el 25% la considero en un nivel malo o bajo, respecto a la satisfacción del cliente, un 12.5% considera la satisfacción en un nivel malo y un 47.5 de un nivel intermedio. Dichos resultados evidencian que los clientes de la empresa Dimarclass no se sienten del todo satisfechos con el servicio que ha brindado la empresa, ya que en su mayoría indican un nivel regular o medio de satisfacción. Luego de lo puesto en mención se afirma que se procedió a aceptar la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, debido a la existencia de una relación entre las variables estudiadas en la investigación. De igual manera, se alcanzó el objetivo central, el cual fue lograr que se demuestre la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente.

2. Se obtuvo en los resultados un valor de significancia inferior a 0.05 y una correlación entre la variable Gestión administrativa y la dimensión planeación con valor de 0.626, el cual nos confirma una correlación positiva considerable. Según las respuestas que se obtuvieron de los 40 clientes de la editorial, 32.5% considera la planeación con un nivel bajo ,40 % la considera de nivel regular y un 27.5% la considera alto. Se logra deducir, en conclusión, que un 72.5% de los encuestados no considera que la empresa Dimarclass tenga un alto nivel de planeación de sus procesos, lo que se ve contrastado en el nivel de satisfacción del cliente obtenidos. De lo mencionado se afirma que se procedió a dar rechazo de la hipótesis nula planteada y se acepta la hipótesis alterna; debido a la existencia de una relación significativa entre la Gestión administrativa y la planeación. Por lo tanto, se cumple con el objetivo específico n° 1.

3. De los productos se obtuvo un valor de significancia inferior al 0.05 y entre la variable Gestión administrativa y la dimensión organización una correlación con un valor de 0.510, donde se puede demostrar que existe una correlación positiva considerable. A pesar de que el 42.5 % de las personas encuestadas considera la organización de un nivel alto, el otro 57.5% lo considera de nivel regular y malo, debido a que aún existe la ausencia de una adecuada organización y los problemas

que esta origina dentro de la editorial y por consecuencia que no se alcance un nivel de satisfacción de clientes alto. Debido a que, si existe influencia de la organización en la satisfacción del cliente, se rechazó la hipótesis nula y se procedió a aceptar la hipótesis alterna. Se logra cumplir con el objetivo específico n° 2 planteado en la investigación.

4. De los resultados se refiere un p-valor menor de 0.05 y una correlación entre la variable gestión administrativa y la dimensión dirección de 0.698, de lo que se evidencia que existe una correlación positiva considerable. Según la encuesta realizada a los clientes de la editorial Dimarclass, un 42.5% de ellos indican el nivel de la dirección como regular, un 40% la considera de nivel alto y un 17.5% de ellos la percibe de un nivel bajo. Por lo mencionado, se concluye que los clientes en su mayoría, no consideran el nivel de dirección bajo, pero aun así existe un porcentaje importante que la considera de nivel regular, por lo que existen posibilidades de que si disminuye el nivel de dirección esto siga generando insatisfacción en los clientes. De lo anteriormente expuesto se puede rechazar la hipótesis nula y se procedió a aceptar la hipótesis alterna debido a la existencia de una relación significativa entre la dirección y la variable independiente de la investigación. Se cumplió con el objetivo específico n°3.

5. En los resultados se halló un valor de significancia inferior de 0.05 y una correlación entre la gestión administrativa y la dimensión control de 0,852, un valor que indica una correlación positiva muy fuerte. Luego de la encuesta realizada se obtuvo que un 25% considera el control que realiza la empresa de un nivel bajo y el 37.5% considera el nivel de control con nivel regular. Debido a ello, es que aún se evidencian problemas de control en la editorial lo que se refleja en un nivel de satisfacción de clientes regular con un 47.5% de los encuestados. De esta forma se logra el cumplimiento del objetivo n°4 al demostrar que el control si tiene influencia en la satisfacción de los clientes.

VII. RECOMENDACIONES

Tomando en consideración los problemas identificados y las conclusiones a las que se llegó en la investigación que se realizó a la empresa Dimarclass S.A.C. A continuación, se enuncian las siguientes recomendaciones.

Primero, A la gerencia general se le recomienda la mejoría de los procesos de Gestión Administrativa adaptándose a las diversas necesidades y requerimientos que los clientes de la editorial Dimarclass S.A.C presenta actualmente.

Segundo, Se recomienda realizar un adecuado proceso de planeación, en donde se especifiquen claramente los objetivos que se desea alcanzar como empresa. Así mismo establecer o fijar estrategias como la implementación periódica de capacitaciones, para así lograr fortificar el desarrollo de los talentos y capacidades de los trabajadores con el fin de que con eficiencia se logren desarrollar las actividades ya establecidas, y así lograr que se brinde un servicio de calidad para poder alcanzar la satisfacción de los clientes de la editorial.

Tercero, Respecto a la organización de la empresa, a la gerencia se sugiere la actualización constante del organigrama de la empresa y la implementación del MOF (Manuel de Organización de Funciones), para que de este modo los colaboradores puedan conocer claramente sus funciones básicas y específicas, las dependencias que existen y así lograr la coordinación como equipo, evitando confusiones y deficiencia en las tareas que se deben ejecutar.

Cuarto, En función de la dirección, se recomienda desarrollar la implementación de dinámicas de integración laboral, para que de esta forma se motive a los colaboradores de la empresa, se conozca mejor a los empleados y se desarrolle una adecuada comunicación y trabajo en equipo entre los miembros de cada área, logrando un impacto positivo en el desempeño de sus tareas y atención al cliente. Además de esta forma se logrará que los trabajadores se identifiquen más con la organización.

Quinto, Se sugiere realizar un control o seguimiento post venta, para que de este modo se pueda obtener información valiosa de los clientes como su percepción del servicio que se les ha brindado. En caso de no haber logrado la satisfacción de este, se recomienda poder corregir y compensar al cliente para poder conservarlo.

Para áreas como almacén y transporte se recomienda la asignación de personal que se encargue específicamente de verificar y controlar el cumplimiento eficiente de las funciones dentro de las áreas mencionadas.

REFERENCIAS:

- Abascal, E. y Grande, I. (2005). *Análisis de Encuestas*. Editorial ESIC. Madrid, España.
- Achmad (2021). Efectos de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la lealtad de los clientes bancarios. Artículo Universitas Negeri Malang, Indonesia.
- Aguilar, Cabral y Arras v. (2012) "la técnica de la administración estratégica, adoptada y adaptada a la actividad antecedentes históricos", revista mexicana, vol. 30.
- Agurto L. y Araujo V. (2018). Influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la empresa MV MOTORS, Huaraz, 2018, Universidad Cesar Vallejo.
- Arguello M., Llumiguano M., Gavilánez C. y Torres L. (2020). *Administración de empresas: Elementos básicos*. 1ra Edición 2020. Educador.
- Baena Paz (2014). *Metodología de la Investigación*. Primera edición Ebook. Grupo Editorial Patria. México.
- Bao, Armas, Gutierrez (2020). *Gestión administrativa y calidad de servicio percibida por usuarios de una escuela de posgrado*. Huánuco-Perú, En la universidad Gaceta Científica.
- Bernal (2012). Gestión de la innovación empresarial La Planificación: Conceptos Básicos, Principios, Componentes, Características y Desarrollo del Proceso. Universidad Santa María. Venezuela.
- Bert George, Richard M. Walker y Joost Monster (2019). *¿La planificación estratégica mejora el desempeño organizacional? Un meta análisis*. Revista Public Administrations Review.
- Bertrand L. Hansen y Prabhakar M. Ghare (1989). *Control de Calidad, Teoría y aplicaciones*. Ediciones DIAZ DE SANTOS. Madrid

- Bravo (2020). *La Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción al cliente de los restaurantes de la parroquia San Lorenzo – Manta – Universidad Estatal del sur de Manabí – Ecuador*
- Cottle, D. (1991) *El servicio centrado en el cliente*. Ediciones Díaz de Santos. Madrid, España.
- Certo (2001). *Administración Moderna, Editorial Interamericana, p. 194.*
- Chumpitaz (2020). *Gestión Administrativa y satisfacción del cliente socio en la cooperativa de ahorro y crédito Santa María Magdalena* Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo. Repositorio Institucional.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (8va Ed). Editorial MCGRAW-HILL interamericana editores de C.V. España.
- Correa, L. (2017) *“Gestión administrativa y Satisfacción al cliente en la empresa de transporte de valores, Surco 2017- Lima”*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional.
- Gavilánez M., Espín M. y Arévalo M. (2018). Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador. Eumed net.
- Gómez, M. (2006), *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*, (1ª. Ed). Córdoba. Editorial Brujas
- Galindo (2017). *Gestión Administrativa y satisfacción del cliente en el área de tesorería de la Municipalidad de Carabayllo*. Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo. Repositorio Institucional.
- George Terry (1997). *Principios de administración. Décima segunda reimpresión. México, 1997. CECSA*
- Gonzales, Arias, Rodríguez, Flores (2021). *La Gestión Administrativa y compromiso organizacional en instituciones educativas*. Universidad San Ignacio de Loyola, lima – Perú.

- Hernández (2011). *La complejidad del estudio de la cultura organizacional*. México D.F.: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Hernández, F. (2002). *Fundamentos de epidemiología: El arte detectivesco de la Investigación*. Editorial Universidad Estatal a Distancia. Costa Rica.
- Hernández R y Fernández, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- Huamani A. y Ascuña C. (2019). Gestión Administrativa y satisfacción laboral en trabajadores Administrativos de la UGEL Arequipa Sur 2018, de la universidad nacional de San Agustín de Arequipa.
- Juran J. (2007). *Planificación para la Calidad* (Spanish Edition).
- Kotler y Armstrong (2013). Estrategias en las Empresas. Pag 290.
- Koontz (1994), *Administración perspectiva global*. España.
- Kotler y Armstrong (2013). Estrategias en las Empresas. Pag 290.
- Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing para hostelería y turismo*. (7ma ed.). Pearson Education.
- Marín, M. (2015). *UF2123: Realización de encuestas*. Editorial E-learning S.L. España.
- Mejías Acosta y Manrique Chirkova (2011). Dimensión de la satisfacción de los clientes bancarios. Vol. 32.
- Medina, A. & Ávila, A. (2002). *Evolución de la teoría administrativa. Una visión desde la psicología organizacional*. Revista Cubana de Psicología, vol., 19, nro. 3.
- Mendoza, A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la Ciudad de Manta. Dom. Cien., vol.3, núm. 2, pp. 947 – 964
- Mirabal (2012) La toma de decisiones como proceso incidente en materia motivacional Compendium, vol. 15, núm. 29 Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado Barquisimeto, Venezuela.

- Núñez, K. (2017). *Gestión Administrativa y satisfacción de los estudiantes del programa de Educación Superior a Distancia de la Universidad Peruana Unión, Lima – 2017* Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Educación Repositorio Institucional.
- PetroPerú (2008). Eficiencia. Boletín de Ética y Valores. Perú. Comisión de ética y transparencia institucional. Perú.
- Quijandria, A. (2021). *Gestión Administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021*. Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo. Repositorio Institucional.
- Ramírez C., Ramírez G. y Calderón (2017). *La gestión administrativa en el desarrollo empresarial*. Revista Contribuciones a la Economía de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Ecuador.
- Ramírez Pérez, Graciela (2015). *Introducción a la Administración*. Ediciones Limusa. Perú.
- Ramírez J. (2017). *Gestión Administrativa y su Influencia con el Nivel de Satisfacción del Cliente Externo del Área de Operaciones de la Caja Financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017*. Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo. Repositorio Institucional
- Ruiz, M. (2000). *Sistema de planeación para instituciones educativas*. México: Trillas.
- Rocher R. (2004). *Inteligencia emocional: Educación de las emociones y valores*. Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra.
- Schein, (1990). *Cultura Organizacional, papeles de trabajo sloan. Organizational culture, sloan working papers*.
- Tuanama, D. (2019). *Gestión administrativa y la satisfacción de los clientes de la óptica "VISUAL MEDICS", Huaraz 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio Institucional.
- Vavra, T. (2002) *Como medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. (2ª Ed). Edición en español Fundación Confemetal. Madrid.

Vladimirovna, O. (2005). Fundamentos de Probabilidad y Estadística. (1ª Ed).
Toluca, México.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN			
Gestión Administrativa	Chiavenato, (2014) Indica la forma en la cual se busca lograr cumplir los objetivos y metas trazados con el aporte de personas y elementos mediante el desarrollo de ciertas actividades fundamentales como lo son la planeación, la organización, la dirección, la organización, la dirección y el control.	Planeación	Se medirá la dimensión planeación mediante	Objetivos	Ordinal Tipo Likert: 1.Nunca 2.Casi nunca 3.Ocasionalmente 4.Frecuentemente 5.Muy frecuentemente			
				Políticas				
				Plan Estratégico				
		Organización	Se medirá la dimensión organización mediante	Estructura Organizacional				
				Cultura Organizacional				
				Comunicación				
		Dirección	Se medirá la dimensión dirección mediante	Motivación				
				Toma de Decisiones				
		Control	Se medirá la dimensión control mediante	Evaluación de Resultados				
				Evaluación de Desempeño				
		Satisfacción del cliente	Vavra (2002). Indica que la satisfacción del cliente puede definirse como la respuesta emocional frente a la evaluación de lo que percibe entre la experiencia previa y la expectativa que tuvo del producto.	Empatía		Se medirá la dimensión empatía mediante	Respeto	Ordinal Tipo Likert: 1.Nunca 2.Casi nunca 3.Ocasionalmente 4.Frecuentemente 5.Muy frecuentemente
							Compromiso	
Amabilidad								
Elementos Tangibles	Se medirá la dimensión elementos tangibles mediante			Bien				
				Infraestructura				
Fiabilidad	Se medirá la dimensión seguridad mediante			Experiencia				
				Cumplimiento del servicio				
Eficiencia	Se medirá la dimensión eficiencia mediante			Personal Proactivo				
				Respuesta Oportuna				
				Rapidez				

Elaboración propia

Anexo 2: Interpretación de los valores de Correlación Rho de Spearman

Rango	Significado
- 0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0	No existe correlación
+ 0.01 a + 0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a + 0.50	Correlación positiva media
+0.51 a + 0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a + 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Hernández et al. (2014) Metodología de la investigación. Sexta edición. México. McGRAW-HILL. (p.346)

Elaboración: Propia

Anexo 3: Escala de Likert

Muy frecuentemente (5)

Frecuentemente (4)

Ocasionalmente (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

Anexo 4: Rangos del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach

Coeficiente de Alfa	Rango
>0.9 a 0.95	Excelente
>0.8	Bueno
>0.7	Aceptable
>0.6	Cuestionable
>0.5	Pobre
>0.5	Inaceptable

Resumen de procesamiento de casos de Gestión Administrativa

	N	%
Válidos	40	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	40	100,0

Estadísticas de fiabilidad de Gestión Administrativa

Alfa de Cronbach	N de elementos
,793	10

De la prueba de fiabilidad de gestión administrativa mediante el software SPSS -26 resultó 0,793 siendo buena.

Resumen de procesamiento de casos de Satisfacción del cliente

	N	%
Válidos	40	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	40	100,0

Estadísticas de fiabilidad de Satisfacción del cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,846	10

De la prueba de fiabilidad Satisfacción del cliente según el software SPSS - 26 siendo el 0,846 buena.

Anexo 5: Autorización para ejecución del proyecto de investigación.



"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA
NACIONAL"

*San Juan de Lurigancho. 12 de septiembre del
2022*

Señor(a)
JESSICA YOVANNA BAO OBLEA
GERENTE GENERAL
EMPRESA DIMARCLASS S.A.C
AV. JAVIER PRADO ESTE 1812 OF 301 SAN BORJA



EDITORA DISTRIBUIDORA DIMAR CLASS S.A
.....
Jessica Yovanna Bao Oblea
Gerente General

Asunto: Autorizar para la ejecución del Proyecto de Investigación de Administración

De mi mayor consideración

Es muy grato dirigirme a usted. para saludarlo muy cordialmente en nombre de la Universidad Cesar Vallejo Filial San Juan de Lurigancho y en el mi propio, desearle la continuidad y éxitos en la gestión que viene desempeñando.

A su vez, la presente tiene como objetivo solicitar su autorización, a fin de que el(la) Bach. GLENDA QUISPE FARFAN con DNI 77295315, del Programa de Titulación para universidades no licenciadas. Taller de Elaboración de Tesis de la Escuela Académica Profesional de Administración, pueda ejecutar su investigación titulada. "GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DIMARCLASS S.A.C", en la institución que pertenece a su digna Dirección, agradeceré se le brinden las facilidades correspondientes

Sin otro particular, me despido de Usted. no sin antes expresar los sentimientos de mi especial consideración personal



Atentamente,

*Dra. Yvette Cecilia Plasencia la Mariños
Coordinadora Nacional titulación
PE Administración*

DIMARCLASS

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANIA NACIONAL"

Lima. 23 de septiembre de 2022

Señora Dra.

YVETTE CECILIA PLASENCIA MARIÑOS

Coordinadora Nacional Titulación PE

Administración Universidad Cesar Vallejo.

Presente.-

De mi consideración.

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial a nombre de la Gerencia, y en atención al documento de la referencia a través del cual solicita autorización para que el Bachiller GLENDA QUISPE FARFAN, pueda ejecutar su Trabajo de Investigación denominado "*Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la Empresa Dimarclass S.A.C.*", al respecto debo indicarle que. esta Gerencia solo autoriza la aplicación de encuestas y/o cuestionarios para su trabajo de investigación.

Atentamente la Gerencia



EDITORA DISTRIBUIDORA DIMAR CLASS S.A.C.
.....
Jessica Yovanna Bao Obles
Gerente General

Instrumento de Recolección de datos

Encuesta

Instrucciones

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información de interés relacionada con “La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Dimarclass S.A.C”. Se le presentará una serie de preguntas donde usted podrá marcar con un aspa (X) la opción que considere correcta.

Se le agradece por su participación.

Escala valorativa

Rango	Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Escala	1	2	3	4	5

GESTION ADMINISTRATIVA		ESCALA DE VALORACION				
		1	2	3	4	5
Planificación						
1	Considera que los objetivos de la empresa son acordes con una gestión orientada al cliente.					
2	Percibe que la empresa planifica de manera adecuada sus actividades.					
3	Se aprecia que la empresa cuente con principios o normas que ayuden a satisfacer los requerimientos de los clientes					
Organización						
4	Existe cooperación entre las áreas de la empresa para brindarle un buen servicio					
5	Percibe que los colaboradores se relacionan de manera adecuada entre ellos.					
6	La comunicación entre los colaboradores favorece un eficiente desarrollo de actividades para la satisfacción del cliente.					
Dirección						
7	Los colaboradores de la empresa se encuentran motivados y desarrollan sus actividades de manera eficiente.					
8	Se percibe el desarrollo de un liderazgo participativo que favorece la satisfacción de los trabajadores y clientes.					
Control						
9	Evidencia que se realice supervisión o monitoreo de las tareas que realizan los trabajadores.					
10	El personal administrativo desarrolla sus tareas de manera eficiente.					

Encuesta Variable 2

SATISFACCION DEL CLIENTE		ESCALA DE VALORACION				
		1	2	3	4	5
Empatía						
11	El personal de la empresa le brinda una buena atención.					
12	El personal de la empresa se muestra dispuesto a ayudarlo.					
13	El personal que lo atiende y le brinda el servicio es amable con usted.					
Elementos tangibles						
14	Los elementos materiales (folletos, página web) son visualmente informativos.					
15	Considera que las instalaciones de la empresa son adecuadas y confortables.					
Fiabilidad						
16	Considera de calidad el servicio brindado por la empresa.					
17	El personal de la empresa brinda el servicio tal cual es ofrecido.					
Eficiencia						
18	El personal de la empresa siempre está atento y disponible para ayudarlo y/o atender sus inquietudes.					
19	Cuando el personal le ofrece hacer algo en cierto tiempo, lo hace.					
20	El chofer llega puntual a la hora de entrega del producto.					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la Editorial Dimarclass S.A.C.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
		Si	No	Si	No	Si	No
	DIMENSIÓN 1						
	Planeación						
1	Considera que los objetivos de la empresa son acordes con una gestión orientada al	x		x		x	
2	Percibe que la empresa planifica de manera adecuada sus actividades.	x		x		x	
3	Se aprecia que la empresa cuente con principios o normas que ayuden a satisfacer los requerimientos de los clientes.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 2						
	Organización						
4	Existe cooperación entre las áreas de la empresa para brindarle un buen servicio.	x		x		x	
5	Percibe que los colaboradores se relacionan de manera adecuada entre ellos.	x		x		x	
6	La comunicación entre los colaboradores favorece un eficiente desarrollo de actividades para la satisfacción del cliente.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 3						
	Dirección						
7	Los colaboradores de la empresa se encuentran motivados y desarrollan sus actividades de manera eficiente.	x		x		x	
8	Se percibe el desarrollo de un liderazgo participativo que favorece la satisfacción	x		x		x	
	DIMENSIÓN 4						
	Control						

9	Evidencia que se realice supervisión o monitoreo de las tareas que realizan los trabajadores.	x		x		x	
10	10.- El personal administrativo desarrolla sus tareas de manera eficiente.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 5	Si	No	Si	No	Si	No
	Empatía						
11	El personal de la empresa le brinda una buena atención.	x		x		x	
12	El personal de la empresa se muestra dispuesto a ayudarlo.	x		x		x	
13	El personal que lo atiende y le brinda el servicio es amable con usted.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 6	Si	No	Si	No	Si	No
	Elementos tangibles						
14	Los elementos materiales (folletos, página web) son visualmente informativos.	x		x		x	
15	Considera que las instalaciones de la empresa son adecuadas y confortables.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 7	Si	No	Si	No	Si	No
	Fiabilidad						
16	Considera de calidad el servicio brindado por la empresa.	x		x		x	
17	El personal de la empresa brinda el servicio tal cual es ofrecido.	x		x		x	

	DIMENSION 8	Si	No	Si	No	Si	No
	Eficiencia						
18	El personal de la empresa siempre está atento y disponible para ayudarle y/o atender sus inquietudes.	x		x		x	
19	Cuándo el personal le ofrece hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	x		x		x	
20	El chofer llega puntual a la hora de entrega del producto.	x		x		x	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
 Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la
 Editorial Dimarclass S.A.C.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
		Si	No	Si	No	Si	No
	DIMENSIÓN 1						
	Planeación						
1	Considera que los objetivos de la empresa son acordes con una gestión orientada al	x		x		x	
2	Percibe que la empresa planifica de manera adecuada sus actividades.	x		x		x	
3	Se aprecia que la empresa cuente con principios o normas que ayuden a satisfacer los requerimientos de los clientes.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 2						
	Organización						
4	Existe cooperación entre las áreas de la empresa para brindarle un buen servicio.	x		x		x	
5	Percibe que los colaboradores se relacionan de manera adecuada entre ellos.	x		x		x	
6	La comunicación entre los colaboradores favorece un eficiente desarrollo de actividades para la satisfacción del cliente.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 3						
	Dirección						
7	Los colaboradores de la empresa se encuentran motivados y desarrollan sus actividades de manera eficiente.	x		x		x	
8	Se percibe el desarrollo de un liderazgo participativo que favorece la satisfacción	x		x		x	
	DIMENSIÓN 4						
	Control						

9	Evidencia que se realice supervisión o monitoreo de las tareas que realizan los trabajadores.	x		x		x	
10	10.- El personal administrativo desarrolla sus tareas de manera eficiente.	x		x		x	
DIMENSIÓN 5		Si	No	Si	No	Si	No
Empatía							
11	El personal de la empresa le brinda una buena atención.	x		x		x	
12	El personal de la empresa se muestra dispuesto a ayudarlo.	x		x		x	
13	El personal que lo atiende y le brinda el servicio es amable con usted.	x		x		x	
DIMENSIÓN 6		Si	No	Si	No	Si	No
Elementos tangibles							
14	Los elementos materiales (folletos, página web) son visualmente informativos.	x		x		x	
15	Considera que las instalaciones de la empresa son adecuadas y confortables.	x		x		x	
DIMENSIÓN 7		Si	No	Si	No	Si	No
Fiabilidad							
16	Considera de calidad el servicio brindado por la empresa.	x		x		x	
17	El personal de la empresa brinda el servicio tal cual es ofrecido.	x		x		x	

	DIMENSION 8	Si	No	Si	No	Si	No
	Eficiencia						
18	El personal de la empresa siempre está atento y disponible para ayudarle x y/o atender sus inquietudes.			x		x	
19	Cuándo el personal le ofrece hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	x		x		x	
20	El chofer llega puntual a la hora de entrega del producto.	x		x		x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta las características necesarias para su aplicabilidad

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable[]

Apellidos y nombres del juez validador: CHAVEZ VERA,
KERWIN JOSÉ CE: 003058624

Especialidad del validador:
ADMINISTRACIÓN Empresa:
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Cargo: DOCENTE

Correo electrónico: kjchavezve@ucvvirtual.edu.pe

Celular: 921632053



Dr. Kerwin José Chávez Vera
C.E. 003058624
Docente Investigador[®]

Firma del Experto Informante.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la Editorial Dimarclass S.A.C.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
		Si	No	Si	No	Si	No
	DIMENSIÓN 1						
	Planeación						
1	Considera que los objetivos de la empresa son acordes con una gestión orientada al	x		x		x	
2	Percibe que la empresa planifica de manera adecuada sus actividades.	x		x		x	
3	Se aprecia que la empresa cuente con principios o normas que ayuden a satisfacer los requerimientos de los clientes.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 2						
	Organización						
4	Existe cooperación entre las áreas de la empresa para brindarle un buen servicio.	x		x		x	
5	Percibe que los colaboradores se relacionan de manera adecuada entre ellos.	x		x		x	
6	La comunicación entre los colaboradores favorece un eficiente desarrollo de actividades para la satisfacción del cliente.	x		x		x	
	DIMENSIÓN 3						
	Dirección						
7	Los colaboradores de la empresa se encuentran motivados y desarrollan sus actividades de manera eficiente.	x		x		x	
8	Se percibe el desarrollo de un liderazgo participativo que favorece la satisfacción	x		x		x	
	DIMENSIÓN 4						
	Control						

9	Evidencia que se realice supervisión o monitoreo de las tareas que realizan los trabajadores.	x		x		x	
10	10.- El personal administrativo desarrolla sus tareas de manera eficiente.	x		x		x	
DIMENSIÓN 5		Si	No	Si	No	Si	No
Empatía							
11	El personal de la empresa le brinda una buena atención.	x		x		x	
12	El personal de la empresa se muestra dispuesto a ayudarlo.	x		x		x	
13	El personal que lo atiende y le brinda el servicio es amable con usted.	x		x		x	
DIMENSIÓN 6		Si	No	Si	No	Si	No
Elementos tangibles							
14	Los elementos materiales (folletos, página web) son visualmente informativos.	x		x		x	
15	Considera que las instalaciones de la empresa son adecuadas y confortables.	x		x		x	
DIMENSIÓN 7		Si	No	Si	No	Si	No
Fiabilidad							
16	Considera de calidad el servicio brindado por la empresa.	x		x		x	
17	El personal de la empresa brinda el servicio tal cual es ofrecido.	x		x		x	

	DIMENSION 8	Si	No	Si	No	Si	No
	Eficiencia						
18	El personal de la empresa siempre está atento y disponible para ayudarle x y/o atender sus inquietudes.			x		x	
19	Cuándo el personal le ofrece hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	x		x		x	
20	El chofer llega puntual a la hora de entrega del producto.	x		x		x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No

aplicable[] Apellidos y nombres del juez validador: FERNANDEZ VEGA EDINSON ANTONIO
DNI: 10195481

Especialidad del validador: LIC EN
ADMINISTRACION Empresa: UNFV

Cargo: docente

Correo electrónico: edinsonf@gmail.com

Celular: 996437334

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente
o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado
del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados
son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Anexo 6: Data para procesamient

1	2 ENCUESTADOS	VARIABLE 1: GESTION ADMINISTRATIVA										VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE										PREGUNTAS DE CONTROL			
		PLANEACION			ORGANIZACION			DIRECCION		CONTROL		EMPATIA		ELEMENTOS TANGIBLES			FIABILIDAD		EFICIENCIA						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	CP1	CP2	CP3	CP4
4	1	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	3	1	2	1	1
5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	2	1	1
6	3	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	2	1	1	1
7	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	1	1	1	1
8	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	1	1	1	1
9	6	5	5	4	3	4	3	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1
10	7	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	1	1
11	8	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	2	1	1	1
12	9	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1
13	10	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1
14	11	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	1	1
15	12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	2
16	13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1
17	14	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
18	15	3	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1
19	16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
20	17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1
21	18	4	3	5	2	3	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	3	1	2	1	1
22	19	2	5	1	3	2	2	3	2	1	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	1	1	1
23	20	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	1	1	1
24	21	1	5	5	2	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	1	1	1	1
25	22	4	2	2	4	2	4	5	2	4	2	5	4	2	4	2	4	2	4	2	4	1	1	1	2
26	23	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	2	1	1	2
27	24	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	1	1
28	25	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	1	1	1	1
29	26	5	2	2	5	5	5	2	5	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	1	2	1	1
30	27	3	1	4	5	2	5	3	2	1	5	3	5	1	2	3	4	1	3	5	4	1	2	1	1
31	28	3	2	4	5	1	4	5	2	3	1	3	5	4	1	2	3	1	3	4	5	2	1	1	1
32	29	5	3	2	1	5	3	1	4	3	2	1	5	5	3	3	2	1	4	5	3	2	1	1	1
33	30	2	5	1	3	5	3	1	5	3	2	3	5	5	4	2	1	5	4	3	5	2	1	1	1
34	31	5	5	3	5	3	2	1	5	4	3	1	2	5	4	3	1	2	3	5	4	2	1	1	1
35	32	3	4	3	1	2	5	4	3	2	1	3	4	5	1	2	3	4	3	4	3	1	1	1	1
36	33	1	5	2	3	4	5	2	1	3	4	5	5	3	5	5	5	4	5	1	2	1	1	1	1
37	34	4	3	5	2	3	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	3	1	1	1	1
38	35	3	2	1	3	5	5	3	3	5	5	4	3	5	4	2	3	5	3	4	5	1	1	1	1
39	36	1	4	3	5	3	2	3	3	3	4	3	4	3	5	3	2	1	1	4	4	1	1	1	1
40	37	3	1	5	1	3	1	3	5	3	2	3	3	4	3	3	2	5	4	4	4	1	1	1	1
41	38	1	2	3	3	5	2	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	2	2	1	1	1
42	39	3	3	5	5	5	2	1	5	1	2	2	2	3	4	2	4	2	4	2	2	1	2	1	1
43	40	5	4	3	4	5	2	3	3	3	3	5	4	4	2	3	4	5	5	5	2	2	1	1	1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, INFANTE TAKEY HENRY ERNESTO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Dimarclass S.A.C, Lima - 2022", cuyos autores son QUISPE FARFAN GLENDA, URTEAGA PAZ MARIA ISABEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 01 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
INFANTE TAKEY HENRY ERNESTO DNI: 07926119 ORCID: 0000-0003-4798-3991	Firmado electrónicamente por: HINFANTE el 01-12- 2022 11:33:38

Código documento Trilce: TRI - 0465357