



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec
S.A.C., Los Olivos, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Quijandria Martínez Arlene Lilibeth (ORCID: 0000-0001-8314-096X)

ASESOR:

Dr. Romero Pacora, Jesús (ORCID: 0000-0003-4188-2479)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios, mis padres, mi familia, mi novio, su familia y todas las personas que me apoyaron para mi crecimiento tanto personal como profesional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme seguir creciendo como persona, a los que partieron, pero los llevo en mi corazón y a todas las personas que me brindaron su apoyo para el logro de mis objetivos.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	41
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1.	Tabla cruzada entre la variable gestión administrativa y la satisfacción del cliente.	21
Tabla 2.	Tabla cruzada entre la dimensión planificación y la satisfacción del cliente.	22
Tabla 3.	Tabla cruzada entre la dimensión organización y la satisfacción del cliente.	23
Tabla 4.	Tabla cruzada entre la dimensión dirección y la satisfacción del cliente.	24
Tabla 5.	Tabla cruzada entre la dimensión control y la satisfacción del cliente.	25
Tabla 6.	Prueba de normalidad para las variables	26
Tabla 7.	Correlación de Rho de Spearman hipótesis general	27
Tabla 8.	Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 1	38
Tabla 9.	Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 2	29
Tabla 10.	Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 3	30
Tabla 11.	Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 4	31

Índice de figuras

Figura 1.	Histograma de la variable gestión administrativa y la variable satisfacción del cliente.	21
Figura 2.	Histograma de la dimensión planificación y la variable satisfacción del cliente.	22
Figura 3.	Histograma de la dimensión organización y la variable satisfacción del cliente.	23
Figura 4.	Histograma de la dimensión dirección y la variable satisfacción del cliente.	24
Figura 5.	Histograma de la dimensión control y la variable satisfacción del cliente.	25

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación existente entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. Desde el aspecto metodológico la investigación presenta un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño transversal no experimental y nivel correlacional descriptivo. La población investigada estuvo formada por 109 clientes, la muestra por 85 clientes y el muestreo fue probabilístico, aleatorio simple. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario, compuesto por 20 preguntas en la escala de Likert. Los instrumentos se validaron mediante el juicio de expertos y su confiabilidad se determinó mediante el Alpha de Cronbach, el cual logró una puntuación de 0.919 para la variable gestión administrativa y 0.916 para la variable satisfacción del cliente. Se obtuvo como resultado que el valor del coeficiente de Spearman es $r = 0,667$ y el valor de significancia calculado fue 0.000 inferior a 0.05; rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna. Se concluye determinando que la gestión administrativa tiene una correlación alta positiva con la satisfacción del cliente de la empresa Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021, es decir si la gestión administrativa se aplica correctamente, aumentará el nivel de satisfacción del cliente.

Palabras Clave: Gestión administrativa, satisfacción del cliente, gestión gerencial.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between administrative management and customer satisfaction at Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. From the methodological aspect, the research presents a quantitative approach, applied type, non-experimental cross-sectional design and descriptive correlational level. The investigated population consisted of 109 clients, the sample of 85 clients and the sampling was probabilistic, simple random. The technique used was the survey and the instrument applied was the questionnaire, made up of 20 questions on the Likert scale. The instruments were validated through expert judgment and their reliability was determined using Cronbach's Alpha, which achieved a score of 0.919 for the administrative management variable and 0.916 for the client satisfaction variable. It was obtained as a result that the value of the Spearman coefficient is $r = 0.667$ and the calculated significance value was 0.000 less than 0.05; rejecting the null hypothesis and accepting the alternative hypothesis. It is concluded by determining that administrative management has a high positive correlation with customer satisfaction of the company Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021, that is, if administrative management is applied correctly, the level of customer satisfaction will increase.

Keywords: Administrative management, customer satisfaction, managerial management.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente venimos atravesando una crisis mundial debido a la pandemia del COVID-19, reportado por primera vez en diciembre del 2019 en China. En 2020 en el mes de marzo fue reportado el primer caso de contagio en el Perú, en consecuencia, el estado peruano aplico medidas epidemiológicas de vigilancia, las cuales se basan en buscar casos sospechosos por contacto y aislamiento domiciliario de casos confirmados. La pandemia COVID-19, ha causado mucho daño a nuestro país, hemos visto cómo distintos sectores se han visto afectados por esta enfermedad y las grandes pérdidas económicas generadas a nivel empresarial lo que ha desencadenado problemas en las gestiones administrativas debido a las nuevas modalidades de trabajo que se implementan, como lo es el teletrabajo.

Hoy más que nunca entre los problemas principales de las organizaciones internacionales se encuentran las malas gestiones administrativas, que sin duda son cada vez más notorias, la intranquilidad de las empresas en obtener la excelencia y la mejora continua en sus gestiones administrativas para alcanzar el éxito es mayor. En este contexto Montes y Pulla (2019), la administración y su repercusión en el rendimiento de las microempresas ecuatorianas en el taller Dipromax, ciudad de Santo Domingo, tuvo como fin aportar con la realización de objetivos y mejora de recursos conociendo el nivel de productividad, para dicho estudio se desarrolló una investigación descriptiva y de campo, esto permitió identificar los niveles de mejora en recursos disponibles y la aplicación de implementos administrativos que ayuden a mejorar su situación permitiendo un diseño de patrón de gestión administrativa.

Sin embargo, las malas gestiones administrativas también se visualizan en el territorio nacional y esto lo vemos reflejado en los reclamos realizados por los clientes con mucha frecuencia, son muy pocas las empresas que mantienen satisfechos a sus trabajadores y clientes. Para Ortiz Castilla (2017), la gestión administrativa y satisfacción del cliente externo en el área de juventud, deporte y esparcimiento del municipio de San Borja, tuvo el propósito de asentar la relación entre administración y satisfacción del cliente externo. Se realizó una investigación descriptiva, no experimental, correlacional y transversal. Se aplicó dos cuestionarios

con escala de Likert a 156 usuarios. Los resultados demostraron que hay una significativa relación entre las dos variables.

Hemos observado en los últimos años el incremento en el mercado de la empresa Globaltec SAC., esto ha traído consigo un crecimiento en la cartera de clientes y por ende nuevos manejos de gestiones administrativas, sin embargo se han observado algunas falencias dentro de estas gestiones, por lo cual es importante darle solución, con el fin de tomar decisiones adecuadas y necesarias para alcanzar las metas trazadas, de esta forma se permanece vigente en el mercado y obtiene la satisfacción y fidelización de los clientes.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), señalan que abordar el problema no es sino precisar y regularizar de manera sensata el concepto de investigación. Esta investigación propone como problemática general: ¿Cuál es la relación existente entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021?, del mismo modo se plantean los problemas específicos: 1) ¿Cuál es la relación existente entre planificación y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021?, 2) ¿Cuál es la relación existente entre organización y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021?, 3) ¿Cuál es la relación existente entre dirección y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021?. 4) ¿Cuál es la relación existente entre control y satisfacción del cliente en Globaltec SAC, Los Olivos, 2021?

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), indican que la justificación nos muestra el porqué de la investigación, con la justificación debemos argumentar que el estudio es necesario y conveniente. La justificación teórica obtenida de Robbins & Coulter con relación a la variable gestión administrativa y de Philip Kotler para la variable satisfacción del cliente serán de soporte para futuras investigaciones, originando debates académicos y entendimiento en temas como gestión administrativa, que son acciones en conjunto orientadas a lograr los objetivos de una empresa mediante la aplicación y el cumplimiento del proceso administrativo. La satisfacción del cliente es una medición de servicios y/o productos que brinda una empresa, puestas por el cliente cuando fueron o no cumplidas sus necesidades o expectativas. En la justificación metodológica, se basó el estudio en los procesos de investigación científica, donde se establecieron problemas, hipótesis y objetivos

de estudio. Para emplear el instrumento se elige una muestra significativa donde se obtendrán resultados y se plantearán recomendaciones a la empresa. La investigación realizada tuvo un enfoque cualitativo con un nivel descriptivo correlacional, este tiene el propósito de implantar la relación existente entre las variables. Finalmente, en la justificación práctica, los resultados obtenidos en la investigación concederán de manera provechosa al gerente de la empresa Globaltec SAC. a tomar decisiones que conlleven a un progreso de la empresa, debido a las estrategias brindadas sobre la gestión administrativa mediante análisis, que tendrá como propósito la satisfacción y fidelización de clientes, ampliando las ventas y en consecuencia las utilidades de la empresa.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), mencionan que los objetivos indican las metas de la investigación, éstas deben ser plasmadas de manera clara porque son pautas investigativas. Como objetivo general se planteó; Determinar la relación existente entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. Se desarrolló para los objetivos específicos: 1) Identificar la relación existente entre planificación y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. 2) Identificar la relación existente entre organización y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. 3) Identificar la relación existente entre dirección y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. 4) Determinar la relación existente entre control y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), señalan que la hipótesis es aquello intentamos probar y lo define como una posible explicación del fenómeno que se investiga. Se abordó como hipótesis general: Existe relación entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. Asimismo, se establecieron hipótesis específicas: 1) Existe relación entre planificación y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. 2) Existe relación entre organización y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. 3) Existe relación entre dirección y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021. 4) Existe relación entre control y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional Altamirano y Moreno (2019) en su investigación tuvieron como fin describir si hay relación entre gestión administrativa y desempeño laboral, dicha investigación fue aplicada y descriptiva, realizando una correlación de datos basada en encuestas, donde se determinó el número de pymes. Como resultado, el estudio llega a la conclusión que se deben tomar en cuenta factores para el crecimiento continuo de la gestión administrativa; reconocer el impacto entre la gestión administrativa y el desempeño laboral en las pymes del cuero y del calzado; utilizar una propuesta de investigación para presentar un esquema en el que la gestión administrativa de las pymes apoye el desempeño laboral.

Flores (2015) en su investigación tuvo el propósito de examinar los procedimientos del desarrollo administrativo para establecer el efecto que causa en la gestión empresarial; ya que la organización requería resultados y evaluación para tomar acciones que generen una mejora. La investigación fue descriptiva y cualitativa, se utilizó el método empírico, ya que la muestra utilizada para la investigación se encuentra formada por trabajadores que por medio de la praxis alcanzaron cogniciones administrativas, se utilizó la encuesta como herramienta de evaluación. La investigación concluye que no existe un buen desempeño de la gestión empresarial ya que los procesos administrativos no son los adecuados, ni están siendo manejados de manera correcta.

Peñaranda, Quijano y Thomas (2019) en su estudio tuvieron como fin estimar el nivel satisfactorio en clientes de las corporaciones financieras, la investigación fue descriptiva, inferencial, explicativa, cuantitativa y de campo, la muestra de clientes fue de 381 y de empleados fue de 91, el instrumento utilizado fue la encuesta, este se analizó en el SPSS versión 23, usando la estadística descriptiva e inferencial. La investigación brindó como resultado que no existe una satisfacción en los clientes, ya que el 61.4% de los clientes mencionan que en horas pico se disponga de nuevos servidores para suplir sus necesidades. Por ello se recomienda efectuar un estudio de teoría de colas que permita a la empresa distinguir los errores al momento de prestar el servicio y agilizar las atenciones prestadas a los clientes, esto generará un aumento de satisfacción.

Padilla, Herrera, Acevedo y Pardillo (2016) en su investigación tuvieron como finalidad efectuar un estudio del actual estado de los servicios en el Centro de Inmunología Molecular. En dicho estudio se hicieron entrevistas a jefes de departamento, encuestas a 407 trabajadores que representan el 39% del total de empleados, de los cuales el 12,3% pertenecen al SERVICIM, que son los que prestan servicios, y el 87,7% al resto de áreas, que, en relación con los servicios, son los clientes. Se programó que se utilizó Excel para contabilizar los resultados cuantitativos. Los resultados muestran que el 17% de trabajadores están desmotivados por salario insuficiente y poco reconocimiento del trabajo que realizan, el 58% pide acercar las líneas de bus a los lugares de residencia y el aumento de la calidad alimentaria y el 12% pide mejoras en las condiciones laborales y en la cadena logística. Lo obtenido en dicho estudio destaca que no existe una cultura por parte del personal que ofrece la prestación de servicios, aun cuando existe un incremento progresivo de personas satisfechas con dichos servicios, debe buscarse mejorar las falencias encontradas, incrementar la cultura del personal de la empresa.

Betancourt y Cuenca (2020) en su investigación tuvieron como objetivo elaborar una técnica de evaluación para determinar la satisfacción de clientes externos, el cual se presentó en el modelo SERVPEF y también fue incorporado al sistema de gestión de calidad. La metodología que se usó para cumplir el objetivo constó de un diagnóstico de dicho proceso lo que ayudó a identificar cuáles fueron los logros, deficiencias y causas. Con los resultados obtenidos se diseñó un procedimiento que permitía evaluar la satisfacción de clientes externo la cual se valoran de acuerdo con los siguientes criterios: muy satisfecho 95-100 %, satisfecho 80-94 % e insatisfecho <80%; esto ayudó a diseñar instrumentos de recolección, establecer cuál es el nivel de satisfacción, y poder tomar decisiones para la mejora continua de la evaluación.

Romero, Álvarez y Álvarez (2018) en su investigación tuvieron como finalidad evaluar la satisfacción de los clientes en empresas de servicio, la investigación tuvo un enfoque mixto, descriptivo y la metodología aplicada fue una encuesta, la muestra fue seleccionada de manera aleatoria a 344 clientes, este se analizó en el software estadístico SPSS versión 25.0. Los resultados obtenidos demuestran que

un 39% de insatisfacción de los clientes, por lo cual se recomienda implementar de manera inmediata acciones de mejora.

Torres, Vallejo y Burbano (2019) en su investigación tuvieron como finalidad establecer las habilidades de gestión empresarial en las empresas de servicios de hospedaje y alimentación en la ciudad de Ibarra desde febrero hasta agosto del 2018. Esta fue cualitativa de tipo descriptiva y no experimental. El estudio presentó una muestra fue conformada por 40 restaurantes y 37 hoteles seleccionados de manera aleatoria, se les aplicó instrumentos investigativos. Como resultado se obtuvo que 56% de hoteles y 65% de restaurantes conocen sobre las buenas prácticas empresariales, así mismo el 67% de hoteles y 0% de restaurantes realiza capacitaciones a sus colaboradores; finalmente el 92% de los propietarios de las empresas implementarían las buenas prácticas empresariales para mejora de sus procesos. Se concluye en la investigación que las habilidades de gestión colaboran con los crecimientos económicos y el reconocimiento de los clientes, esto indica que las empresas tienen un lugar ganado en el mercado.

Ochoa, Pinda, León y Mayorga (2019) en su investigación tuvieron como objetivo profundizar en las prácticas gerenciales administrativas y la estructura organizacional existente en "San Francisco Ltda.", Agencia Puyo, la cual fue descriptiva y los métodos utilizados para recolectar datos fueron la encuesta y la entrevista aplicada a 20 trabajadores, el estudio es cuantitativo y cualitativo. Como resultado se obtuvo que el 32% de colaboradores conoce la estructura organizacional, el 42% cuenta con manual de funciones, el 74% conoce sus funciones específicas, el 16% menciona que existe una organización dentro de los puestos de trabajos y el 11% menciona que existe un favorable ambiente laboral. La investigación concluye con el hallazgo de que existen importantes debilidades en términos de estructura organizacional y gestión administrativa, así como también notables fortalezas a partir de las cuales pueden actuar y dar forma a una transformación, podrán planificar estrategias basadas en la mejora de su estructura organizacional.

Montes de Oca y Pulla (2019) en su estudio tuvo como propósito conocer el nivel productivo de las microempresas de la ciudad de Santo Domingo y ayudar con el alcance de objetivos y la optimización de recursos. El estudio se desarrolló con

una investigación descriptiva y de campo con metodología cuantitativa, para la toma de datos se empleó la encuesta a 12 colaboradores. Dando como resultado la necesidad de trabajar con personal que conozca los horizontes estratégicos de la unidad, la necesidad de capacitación, la provisión de un ambiente físico ideal y vestimenta adecuada. Se concluye que se deben utilizar herramientas de gestión que ayuden a diseñar un modelo de gestión administrativa que lleve a la empresa a mejorar su situación.

Rosales y Guadarrama (2015) en su investigación tuvieron como finalidad la recopilación y la examinación crítica de variados estudios orientados en la gestión de contacto con los clientes, su satisfacción, lealtad, retención y su efecto en los resultados de la organización. La investigación fue descriptiva y cualitativa ya que se realizaron prácticas interpretativas. Se concluye en la investigación que el marketing relacional fortalece los conocimientos de la empresa respecto a sus clientes, también se ha demostrado que es más económico retener clientes que atraer nuevos, por ello para alcanzar niveles altos de retención, se debe potenciar la calidad en el servicio tanto como la satisfacción de los clientes, esto se logrará buscando la fidelización de los clientes.

En el ámbito nacional López (2015) en su investigación tuvo la finalidad de establecer la repercusión de la administración en la satisfacción de los clientes exportadores de café de San Ignacio en la Asociación Bosques Verdes - Cajamarca, esta fue descriptiva, correlacional, diseño no experimental. En la cual se empleó encuestas a 119 clientes y trabajadores de la asociación, para su análisis se requirió del programa SPSS 22. Dando como resultado que el 11% de trabajadores no se encuentra de acuerdo con los métodos y estatutos establecidos, el 7% en total desacuerdo. Debido a que el 35% de colaboradores se expresa de acuerdo, 15% en desacuerdo y 10% en total desacuerdo sobre la atención adecuada; los niveles satisfactorios de los clientes son moderados. Finalmente, la planificación es lo más influyente en la satisfacción del cliente, eso se debe a que la prueba chi-cuadrado fue de 0,819; este es menor a 0,094 por el cual determina que existe una relación significativa.

Ramírez (2017) en su estudio buscó precisar el poder de la gestión administrativa en el nivel satisfactorio de los clientes externos del área de

operaciones de la caja financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017. Este tuvo un diseño no experimental, donde aplicaron cuestionarios a 70 clientes que conforman la muestra del presente estudio. Como resultado de obtuvo una gestión administrativa deficiente, ya que el 40% de trabajadores se encuentra indiferente al trato brindado por la empresa y un nivel bajo de satisfacción de cliente, ya que el 35.71% de clientes que visitan el establecimiento se encuentran indiferentes. Se concluyó que existe un poder significativo de la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes de la financiera CrediScotia Ferreñafe 2017.

Galindo (2017) tuvo como propósito de su estudio evaluar la relación existente entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en el área de tesorería del municipio de Carabayllo. Este estudio no experimental, tuvo como población a 146 clientes y como muestra 106 clientes, a los cuales se les realizó una encuesta, las cuales se analizaron a través del programa SPSS 22. La investigación encontró que había una relación entre ambas variables; aplicando adecuadamente los procesos administrativos mejorarían notablemente los servicios brindados al cliente.

De la Fuente (2018) orientó su investigación a precisar si hay relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en Primavera Medical Clinic, Los Olivos. Esta fue aplicada, diseño transversal no experimental y nivel descriptivo de correlación. La población estaba conformada por 70 trabajadores y la muestra se conformó por 59 trabajadores. La investigación encontró que ambas variables mostraron una asociación significativa en el centro médico, esto se dio a que el estadístico de Spearman arrojó un 0.965 con un nivel de significancia menor a 0.05.

Tuanama (2019) en su investigación dirigida a concretar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la óptica de Visual Medics, Huaraz. La investigación fue cuantitativa, diseño descriptivo, correlacional y no experimental. Donde 120 clientes formaron la población y 92 clientes la muestra, se empleó el cuestionario para la recopilación de información, este fue validado por presentar un nivel de confianza aceptable del alfa de Cronbach (0.816). El desenlace de la investigación estableció la existente relación entre las variables, concluyendo que hay una relación asertiva y significativa entre ellas, puesto que la

prueba correlacional de Spearman dio como resultado 0.285, con nivel de significancia de 0.006.

Suarez y Vásquez (2020) tuvieron como finalidad establecer el predominio de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de Calzados “VALLES” SAC. Trujillo. La investigación es de tipo aplicada, la población asciende a 50 clientes, para dicha investigación la metodología utilizada fue descriptiva correlacional y la técnica aplicada fue una encuesta de 14 preguntas analizadas a través del programa SPSS 26. Las conclusiones indican que la gestión administrativa sostiene un predominio significativo en la satisfacción del cliente, ya que el valor de significancia calculado fue de 0.05, indicando correlación significativa, esto nos hace saber que implementando correctamente los procesos administrativos se incrementarán los niveles satisfactorios de los clientes.

Chumpitaz (2020) en su investigación tuvo el propósito de precisar la relación existente entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena. Esta fue cuantitativa de tipo básica, correlacional, no experimental y de corte transversal. El estudio fue conformado por 142 clientes como muestra, el procedimiento para la compilación de información fue la encuesta, para ello se utilizaron como instrumento dos cuestionarios y se analizaron a través del programa SPSS 26. La investigación concluye que ambas variables están relacionadas, ya que se obtuvo una significancia de 0.002, que es menor a 0.05; también un coeficiente de correlación de 0,251; se muestra una baja idoneidad entre las variables.

Monzón (2018) en su investigación tuvo la finalidad de precisar el predominio del control interno en la gestión administrativa de SEGEMIND S.A.C.; Chimbote. Dicha investigación fue descriptiva, bibliográfica, documental y no experimental; para recopilar la información necesaria se usaron fichas bibliográficas y un cuestionario, este último fue administrado al Gerente de la empresa, la técnica utilizada fue la entrevista. Como resultado del estudio queda evidenciado que la empresa no implemento de manera formal el control interno, este se realizaba de manera empírica; por ello la gestión administrativa se expone a distintos riesgos en sus operaciones, en conclusión, el predominio de la gestión administrativa es desfavorable.

Cáceres (2015) en su estudio tuvo la finalidad de precisar la relación entre el telemarketing y la satisfacción de los clientes del Banco de Crédito del Perú de Huaraz, la investigación fue descriptiva, diseño no experimental, corte transversal. Tuvo una muestra de 379 clientes, la información fue recolectada mediante una encuesta y utilizando el cuestionario como instrumento, la información recopilada fue analizada mediante la estadística inferencial y descriptiva mediante el programa SPSS. Se concluyó en la investigación que el 44% de encuestados estima esta insatisfecho como cliente del Banco de Crédito del Perú y califica al telemarketing como deficiente, así mismo existe una relación significativa entre telemarketing y la satisfacción de los clientes del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huaraz.

Carranza (2018) buscó en su estudio efectuar una propuesta para el incremento de calidad de servicio al cliente de la Empresa ALFRIMAC PERU SAC – SMP. La investigación utilizó como herramienta la encuesta mostrando las perspectivas de los clientes, los resultados obtenidos mostraron la urgencia de plantear y desenvolver una propuesta de mejora. Se concluye en la investigación que debe capacitarse al personal en calidad de servicio y en las diversas acciones que efectúan con la finalidad de brindar herramientas para mejorar su desempeño laboral y con ello incrementar las ventas.

Respecto las teorías que sustentan la primera variable gestión administrativa:

Fayol (1916) en su teoría clásica de la administración, se preocupó por conceptualizar las tareas básicas una empresa y los denominados principios generales de la administración, propuso 14 principios administrativos e identificó cinco reglas y son las siguientes: planificación, organización, dirección, coordinación y control.

Weber (1940) en su teoría de la burocracia, menciona que la burocracia es la disposición lógica y efectiva, asimismo afirma que es una norma de estructuración basada en seis magnitudes: labores divididas, jerarquía, reglamentación, comunicaciones, impersonalidad y competencia.

Drucker (1954) en su teoría neoclásica conceptualiza a la estructuración como un sistema social con fines alcanzables. Esta teoría atribuye rangos a las definiciones de organización, jefatura y responsabilidad, así mismo añade la

dinámica de grupos, comunicación interpersonal e introduce la idealización de gestiones democráticas.

Respecto a las teorías que sustentan la segunda variable satisfacción al cliente:

Marshall (1943) en su teoría del comportamiento del consumidor menciona que las determinaciones de compra son consecuencia de medidas económicas, razonables y conscientes, el comprador intenta gastar su dinero en bienes rentables según sus gustos.

Liljander y Strandvik (1995) argumentan en su teoría de las expectativas que antes de comprar, los atributos del producto y / o servicio deben cumplir con las expectativas del comprador. Así, existen anomalías positivas cuando los productos y / o servicios son mejores de lo esperado, anomalías negativas cuando los productos o servicios no son los esperados y una declaración cuando el producto y / o servicio es el esperado.

Brooks (1995) en su teoría del desempeño o resultados, afirma que los atributos percibidos de los productos y / o servicios van de la mano con la satisfacción del cliente y también con la percepción del rendimiento como el nivel de calidad del producto en relación con el precio. . La satisfacción es el valor, es decir, la calidad percibida en relación con el precio atribuido al producto y / o servicio.

En el aporte conceptual con respecto a la primera variable gestión administrativa:

Coulter y Robbins (2005), definen gestión o administración a la coordinación de actividades de trabajo, estas deben realizarse de manera eficiente con otras personas, lo cual se convierte en el principal objetivo de toda gestión. Así mismo está compuesta por 4 dimensiones, las cuales son: 1) Planificación. Al respecto Robbins y Coulter (2005), lo conceptualizan como el hecho de establecer estrategias, fijar metas y diseñar planes de integración y coordinación en la organización. Esta dimensión cuenta con 3 indicadores: 1) Planificación de actividades. Hitt (2010) consiste en establecer las acciones que se deben seguir, la cadena de las operaciones, tiempos y todos los recursos establecidos para lograr las metas. 2) Métodos. Amador (2008) medio por el cual se fija la forma más conveniente para llegar a los objetivos estipulados, todo ello para un eficiente

crecimiento y rendimiento de actividades. 3) Objetivos. Chiavenato (2006) son resultados que se esperan obtener en determinado tiempo con recursos establecidos. 2) Organización. Robbins y Coulter (2005) manifiestan que aquí inicia el proceso de la estructura organizacional, igualmente permite fijar recursos según lo requieran las actividades. Esta dimensión cuenta con 2 indicadores: 1) Cooperación entre área. Amador (2008) El correcto ordenamiento de las áreas permite el buen funcionamiento de la empresa e identificar los aspectos faltantes, la ayuda de los colaboradores favorece el cumplimiento de normativas y el alcance de metas. 2) Capacitaciones. Chiavenato (2007) lo define como el desarrollo educativo empleado de forma organizada, por el cual se obtienen conocimientos, desarrollan habilidades y competencias; basados en lograr los objetivos establecidos. 3) Dirección. Robbins y Coulter (2005) lo conceptualizan como incentivar e influenciar en los colaboradores y de alguna manera ocuparse de su comportamiento. Esta dimensión cuenta con 2 indicadores: 1) Liderazgo. Chiavenato (2007) es la influencia que se desarrolla entre dos o más personas producido en una situación, dado mediante el proceso de comunicación humana. 2) Comunicación. Robbins y Coulter (2005), es el traspaso y entendimiento de significados, estableciendo relación entre los individuos, prioritaria para el desarrollo de la organización. 4) Control. Robbins y Coulter (2005) lo definen como supervisar las actividades laborales para asegurar y modificar alguna variante significativa. Esta dimensión cuenta con 2 indicadores: 1) Supervisión. Reyes (2007) supone ver que las cosas se realicen como fueron ordenadas, verificando se cumpla con las actividades y corrigiendo si existiere alguna irregularidad. 2) Evaluación de desempeño. Fayol (2012) implica medir las tareas realizadas por los subordinados, con el objetivo de asegurar el cumplimiento económico y efectivo de los planes para lograr las metas.

En el aporte conceptual con respecto a la segunda variable satisfacción del cliente:

Kotler (2003), lo detalla como el nivel de estado de ánimo de un individuo, esta se da al confrontar las expectativas con la percepción de rendimiento de un producto o servicio. Así mismo está compuesta por tres dimensiones, las cuales son: 1) Atención al cliente. Escudero (2015) Conjunto de actividades interrelacionadas brindadas con la finalidad de que el consumidor adquiera su producto o servicio en

el momento y lugar conveniente. Esta dimensión cuenta con 2 indicadores: 1) Calidad de servicio. Sastre (2009) rango en el que las propiedades del producto o servicio entregado concurren con las propiedades solicitadas o esperadas por el cliente. 2) Seguridad. Drucker (1990) sentimiento del consumidor cuando deja sus dificultades sobre una organización y confía que se resolverán de manera adecuada. 2) Comportamiento del consumidor. Schiffman (2010) es la conducta mostrada por los compradores al buscar, adquirir, utilizar, evaluar y desechar un producto o servicio. Esta dimensión cuenta con 2 indicadores: 1) Expectativa. Porto y Merino (2009) lo que se cree más allá de lo que se observa, puede o no ser realista. 2) Experiencia. Bob (2002) Es la sensación percibida por el cliente durante la adquisición de algún producto o servicio del negocio. 3) Capacidad de respuesta. Valerie (2002) nivel de respuesta de las distintas áreas de una empresa a las solicitudes del cliente, brindando el servicio en tiempo razonable. Esta dimensión cuenta con 2 indicadores: 1) Rapidez. Ramos (2014) es el tiempo asociado al término de una acción, la rapidez se relaciona con la productividad. 2) Eficiencia. Grande (2012) habilidad para realizar el servicio prometido sin errores.

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación:

La investigación presentada ha sido tipo aplicada, ya que, a través de los conocimientos teóricos de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente, es posible solucionar el problema encontrado en la empresa Globaltec S.A.C.

En referencia a lo mencionado, Behar (2008) asegura que se singulariza por las ansias de acogerse a conocimientos adquiridos para examinar problemas específicos bajo características y circunstancias precisas, por ello es necesario un marco teórico para comparar la teoría con la realidad.

Diseño de investigación:

La investigación presentó un diseño transversal no experimental, porque no realizamos cambios entre las variables y la información y se realizan en un solo tiempo.

En referencia a lo mencionado, Hernández (2004) detalla que la investigación se debe efectuar sin maniobrar ninguna variable, ya que se basa primordialmente en reconocer el desarrollo y desenvolvimiento de los acontecimientos en su contexto natural.

Nivel de investigación:

También se determinó un nivel de investigación de correlación descriptiva, ya que estamos tratando de utilizar su medición para averiguar si existe una relación entre las dos variables y así llegar a una conclusión.

Referente a ello, Hernández (2014) enfoca que el alcance de la correlación tiene como fin analizar el grado de relación que pueda hallarse entre dos o más variables en una circunstancia específica, de la misma forma se continúa

explicando que la investigación descriptiva revela características de las variables y sus elementos.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión administrativa

Definición Conceptual:

Coulter y Robbins (2005) definen la gestión administrativa o gobernanza como la coordinación de las actividades laborales, que deben llevarse a cabo de forma eficaz con los demás, se convierte en el objetivo principal de cualquier actividad, es decir, la acción de gestión.

Definición Operacional:

Es un método sistemático a través de la cual se hace posible el buen desarrollo de las actividades administrativas de una empresa, en base a los siguientes aspectos: planificación, organización, dirección y control.

Indicadores:

- Planificación de actividades
- Métodos y objetivos.
- Cooperación entre áreas
- Capacitaciones.
- Liderazgo
- Comunicación
- Supervisión
- Evaluación de desempeño

Variable 2: Satisfacción de clientes

Definición conceptual:

Kotler (2003), lo detalla como el nivel de estado de ánimo de un individuo, esta se da al comparar las expectativas con la percepción de rendimiento de un producto y/o servicio.

Definición operacional:

La apreciación que los clientes dan a la calidad de la atención que reciben, ya sea de un producto o servicio brindado por una empresa, tomando en cuenta las siguientes dimensiones: el servicio brindado por el cliente, y el comportamiento y respuesta del consumidor.

Indicadores:

- Calidad de servicio
- Seguridad
- Expectativa
- Experiencia
- Rapidez
- Eficiencia

Escala de Medición:

La Escala es ordinal para ambas variables, puesto que se establecen niveles para la variable gestión administrativa, así como satisfacción del cliente; aplicando la escala de Likert: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca.

3.3. Población, muestra y muestreo

Parra (2003) detalla que se pueden definir diversas poblaciones basándose en las características en las que se midan dentro de una misma investigación, ya que estas se refieren a la medición o reconocimiento del espacio que está siendo sometido a investigación.

La presente investigación tuvo una población formada por 109 clientes fidelizados registrados en el sistema manejado por la empresa Globaltec S.A.C. ubicada en la provincia de lima, distrito de los olivos. Los criterios de inclusión tomados en cuenta fueron los clientes correspondientes a grandes empresas,

con compras en promedio mensual, asimismo los criterios de exclusión fueron los clientes correspondientes a pequeñas empresas, con compras eventuales.

Sánchez (2019) señala que la muestra es una fracción característica del universo poblacional. Se define por ser ecuánime, siendo un reflejo fiel del total. La muestra estuvo conformada por un total de 85 clientes fidelizados ya que se obtuvo dicho resultado aplicando la fórmula de cálculo de muestra.

Hernández y Mendoza (2018) referente al muestreo indican que es una técnica que selecciona un segmento de elementos de un universo poblacional con el objeto de analizarlos, la que debe ser representativa. En ese sentido, el probabilístico, se refiere a la selección probabilística interpretada como una elección al azar, aleatoria, con la condicionante de que la población tenga las mismas condiciones y posibilidades de ser seleccionada.

El muestreo es una muestra probabilística y aleatorio simple; ya que se utilizó una fórmula simple y una elección de muestra de manera íntegramente aleatoria.

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que la unidad de análisis hace referencia a los sujetos que van a ser medidos, para esta investigación en la unidad de análisis se considera a los clientes correspondientes a grandes empresas que compran mensual en la empresa Globaltec.S.A.C.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica apropiada para obtener los datos necesarios fue la encuesta, que tiene como intención alcanzar los resultados y ver si se encuentra correlación entre gestión administrativa y satisfacción de clientes en Globaltec SAC., los Olivos, 2021. Según Vilca (2012), la encuesta se basa en una serie de preguntas o cuestionario realizados con el fin de conseguir datos de las personas.

Por otro lado, el instrumento aplicado para la investigación fue el cuestionario, este estuvo compuesto por 20 preguntas con cinco opciones de respuestas tipo Likert, dicho cuestionario fue elaborado por el investigador.

Hernández y Sánchez (2017) entienden al cuestionario como una herramienta en el mundo de la investigación, también como un documento estructurado por preguntas diseñadas con el objeto de recoger información precisa y ajustada a la realidad del estudio, en la que puede observarse una estructura asociada a las variables, dimensiones e indicadores.

Para la validez del instrumento se requirió la calificación reconocida de tres expertos relacionados con el tema de investigación, estos fueron el Dr. Cárdenas Saavedra Abraham, el Dr. Manrique Céspedes Julio Cesar y la Dra. Villanueva Figueroa Rosa Elvira

Hernández (2014) enfatiza que la validez hace referencia al nivel en que un instrumento cuantifica efectivamente la variable medida, así mismo asegura que la confiabilidad se refiere al nivel de aplicación frecuente sobre un mismo asunto o individuo en estudio dando origen al alcance de resultados similares.

Para comprobar la confiabilidad, se ha realizado la medición con ayuda del método de Alfa de Cronbach, utilizando las respuestas de 85 cuestionarios que luego fueron validados.

3.5. Procedimientos

La información se recopiló mediante el cuestionario en línea a través de un enlace enviado por correo electrónico. Este trámite se realizó por los problemas que estamos atravesando a nivel mundial por el COVID-19. Se obtuvo acceso a los correos electrónicos corporativos mediante la base de datos brindada por la

jefa del área administrativa de la empresa, toda la información fue enviada mediante un correo electrónico.

3.6. Método de análisis de datos

Para la investigación presentada la metodología de análisis de datos se basó en la estadística descriptiva, teniendo en cuenta que esta es presentada en cuadros, tablas y gráficos, la cual nos arrojaran resultados para analizar que finalmente nos conllevaran a las conclusiones.

Hernández (2014), menciona que la estadística descriptiva es un grupo de técnicas que permite caracterizar y resumir los datos extraídos en forma de tablas y gráficos.

El procesamiento de la información de las encuestas se midió con la ayuda del Alpha de Cronbach; donde se han realizado cálculos, representados por tablas diseñadas para mostrar los resultados del comportamiento de ambas variables.

Fiabilidad de la variable gestión administrativa.

De acuerdo con el análisis realizado mediante el SPSS Versión 26, a partir de una muestra de 85 clientes de Globaltec S.A.C. del cual no se excluyó a ningún encuestado, se pudo observar que la prueba alfa de Cronbach logró una puntuación de $0.919 > 0.90$ en los 10 enunciados del cuestionario para la variable gestión administrativa, lo que indica un excelente nivel de prueba; observando la fiabilidad del instrumento.

Fiabilidad de la variable satisfacción del cliente.

De acuerdo con el análisis realizado mediante el SPSS versión 26 a partir de una muestra de 85 clientes de Globaltec S.A.C. del cual no se excluyó a ningún

encuestado, se pudo observar que la prueba alfa de Cronbach logró una puntuación de $0,916 > 0,90$ en los 10 enunciados del cuestionario para la variable satisfacción del cliente, lo que indica un excelente nivel de prueba; observando la fiabilidad del instrumento.

3.7. Aspectos éticos

En la investigación presentada se respetaron las fuentes internas y externas sin alterarlas, sin incurrir en copias y citando a cada autor de manera adecuada, se empleó el consentimiento informado hacia los clientes encuestados manteniendo la discreción de sus nombres, no siendo expuestos en ningún momento, además la gerente y los jefes de área administrativa en todo momento estuvieron informados de cada acontecimiento ocurrido.

IV. RESULTADOS

4.1. Tablas cruzadas

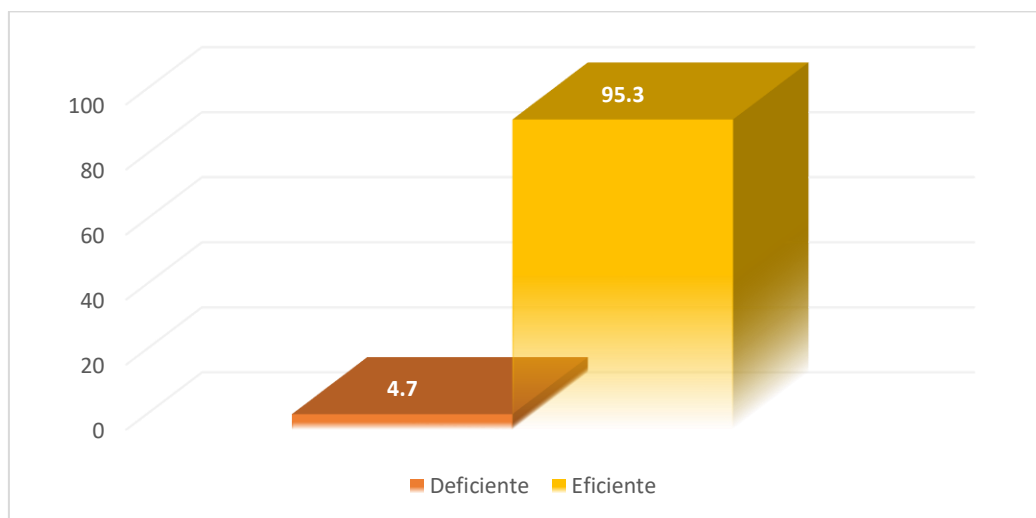
Tabla 1.

Tabla cruzada entre la variable gestión administrativa y la variable satisfacción del cliente.

Gestión administrativa	Satisfacción del cliente		total
	Deficiente	Eficiente	
Eficiencia	4.7%	95.3%	100.0%
Total	4.7%	95.3%	100.0%

Figura 1.

Histograma de la variable gestión administrativa y la variable satisfacción del cliente.



Nota. Según lo observado en la tabla 6 y a la figura 1, el 4.7% indicó que, aunque la gestión administrativa es eficiente existe una deficiencia en la satisfacción de los clientes de Globaltec S.A.C., así mismo el 95.3% señaló que, cuando la gestión administrativa es eficiente, la satisfacción del cliente también es efectiva en Globaltec S.A.C.

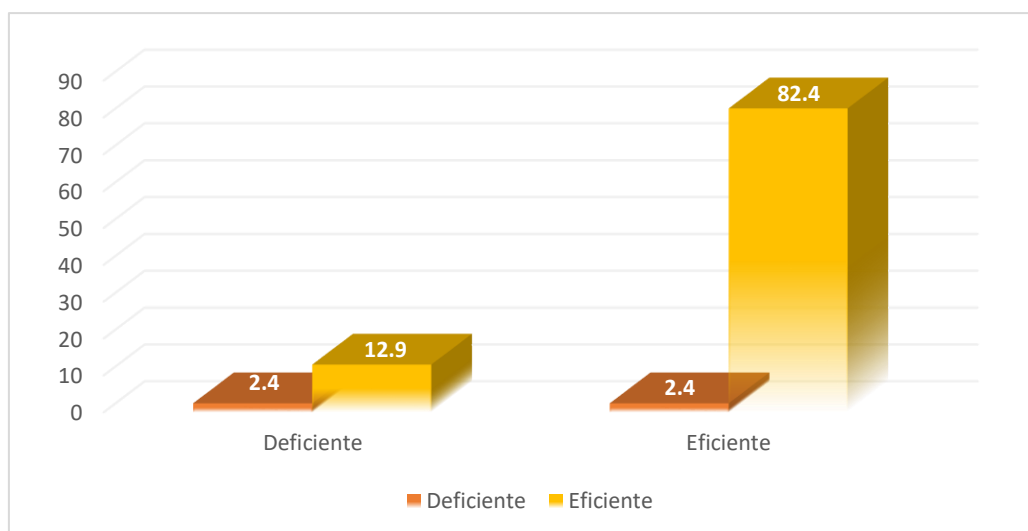
Tabla 2.

Tabla cruzada entre la dimensión planificación y la variable satisfacción del cliente.

Planificación	Satisfacción del cliente		Total
	Deficiente	Eficiente	
Deficiente	2.4%	12.9%	15.3%
Eficiente	2.4%	82.4%	84.7%
Total	4.7%	95.3%	100.0%

Figura 2.

Histograma de la dimensión planificación y la variable satisfacción del cliente.



Nota. Según lo observado en la tabla 7 y a la figura 2, el 2.4% indicó que cuando la planificación es deficiente, la satisfacción de los clientes también es deficiente en la empresa Globaltec SAC. El 12.9% señaló que, aunque la planificación es deficiente, la satisfacción del cliente es eficiente en la empresa Globaltec S.A.C. El 2.4% señaló que, aunque la planificación es eficiente, la satisfacción del cliente es deficiente en la empresa Globaltec SAC, así mismo el 82.4% indicó que cuando la planificación es eficiente la satisfacción del cliente también es eficiente en la empresa Globaltec S.A.C.

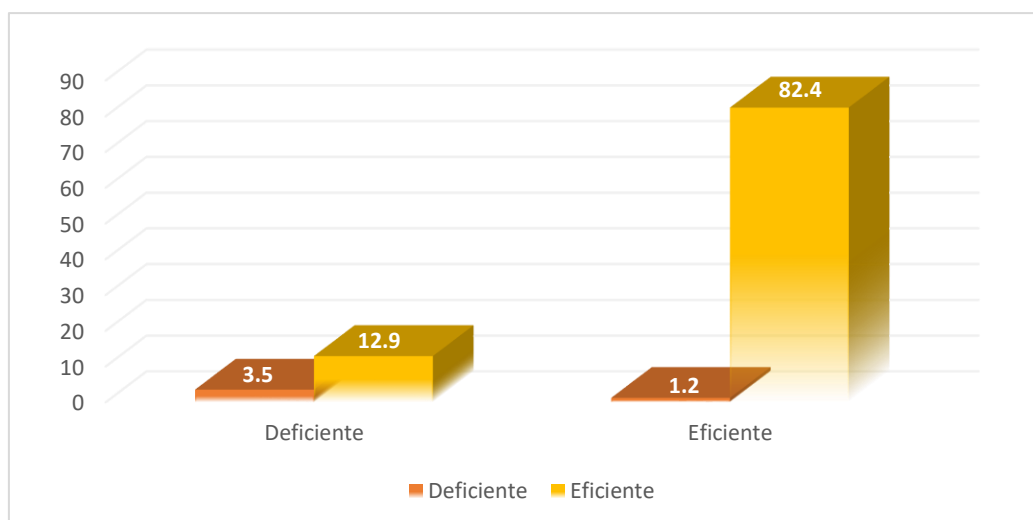
Tabla 3.

Tabla cruzada entre la dimensión organización y la variable satisfacción del cliente.

Organización	Satisfacción del cliente		Total
	Deficiente	Eficiente	
Deficiente	3.5%	12.9%	16.5%
Eficiente	1.2%	82.4%	83.5%
Total	4.7%	95.3%	100.0%

Figura 3.

Histograma de la dimensión organización y la variable satisfacción del cliente.



Nota. Según lo observado en la tabla 8 y a la figura 3, el 3.5% indicó que mientras la organización es deficiente, la satisfacción de los clientes también es deficiente en la empresa Globaltec S.A.C. El 12.9% señaló que, aunque la organización es deficiente, la satisfacción del cliente es eficiente en Globaltec S.A.C. El 1.2% señaló que, aunque la organización es eficiente, la satisfacción del cliente es deficiente en la empresa Globaltec S.A.C, así mismo el 82.4% indicó que cuando la organización es eficiente la satisfacción del cliente también es eficiente en Globaltec S.A.C.

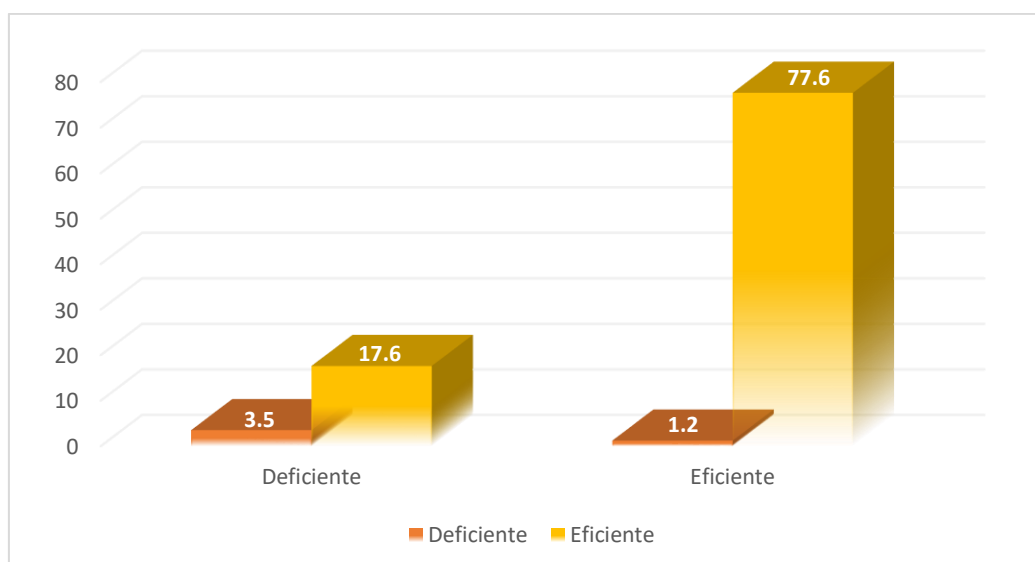
Tabla 4.

Tabla cruzada entre la dimensión dirección y la variable satisfacción del cliente.

Dirección	Satisfacción del cliente		Total
	Deficiente	Eficiente	
Deficiente	3.5%	17.6%	21.2%
Eficiente	1.2%	77.6%	78.8%
Total	4.7%	95.3%	100.0%

Figura 4.

Histograma de la dimensión dirección y la variable satisfacción del cliente



Nota. Según lo observado en la tabla 9 y a la figura 4, el 3.5% indicó que cuando la dirección es deficiente, la satisfacción de los clientes también es deficiente en Globaltec S.A.C. El 17.6% señaló que, aunque la dirección es deficiente, la satisfacción del cliente es eficiente en Globaltec S.A.C. El 1.2% señaló que, aunque la dirección es eficiente, la satisfacción del cliente es deficiente en Globaltec S.A.C, así mismo el 77.6% indicó que cuando la dirección es eficiente la satisfacción del cliente también es eficiente en Globaltec S.A.C.

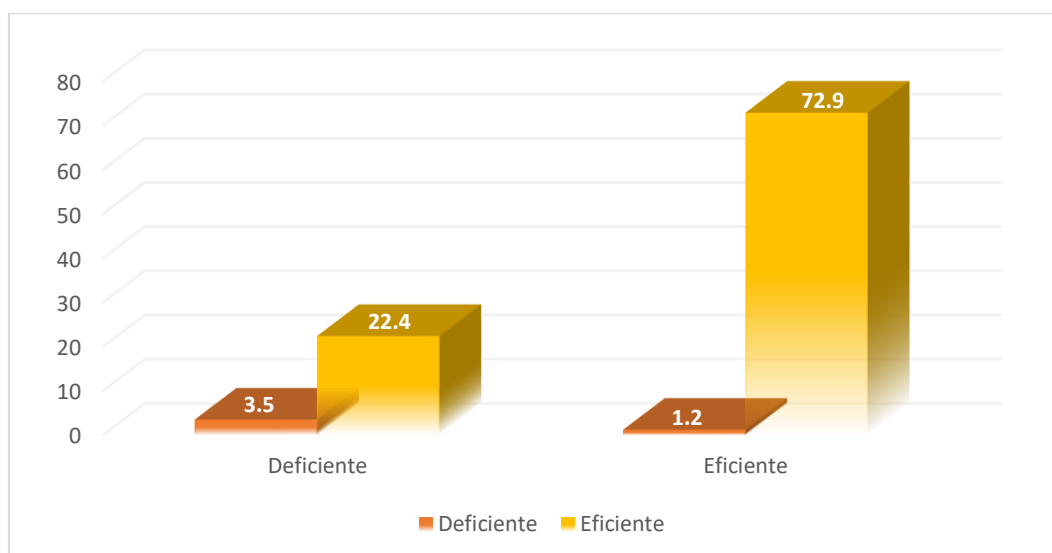
Tabla 5.

Tabla cruzada entre la dimensión control y la variable satisfacción del cliente.

Control	Satisfacción del cliente		Total
	Deficiente	Eficiente	
Deficiente	3.5%	22.4%	25.9%
Eficiente	1.2%	72.9%	74.1%
Total	4.7%	95.3%	100.0%

Figura 5.

Histograma de la dimensión control y la variable satisfacción del cliente.



Nota. Según lo observado en la tabla 10 y a la figura 5, el 3.5% indicó que cuando el control es deficiente, la satisfacción de los clientes también es deficiente en Globaltec S.A.C. El 22.4% señaló que, aunque el control es deficiente, la satisfacción del cliente es eficiente en Globaltec S.A.C. El 1.2% señaló que, aunque el control es eficiente, la satisfacción del cliente es deficiente en Globaltec S.A.C, así mismo. el 72.9% indicó que cuando el control es eficiente la satisfacción del cliente también es eficiente en S.A.C.

4.2. Prueba de normalidad

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) mencionan que si la muestra es menor a 50 deben utilizarse los resultados de Shapiro-Wilk y si la muestra es mayor a 50, se deben utilizar los resultados de Kolmogorov-Smirnov.

Para precisar si la muestra es o no paramétrica, se considera la significancia obtenida, si el valor Sig.>0.05 la muestra es paramétrica. Para la determinación del estadígrafo también se tomó en cuenta si la muestra era paramétrica o no paramétrica para cada variable. Si la muestra no es paramétrica, se emplea la estadística de Spearman-Rho, y si es paramétrica, se emplea la estadística de Pearson-R. Si se obtuviera una muestra paramétrica y no paramétrica de la intersección de las variables, se emplea el estadístico de Spearman-Rho.

Tabla 6.

Prueba de normalidad para las variables.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1: Gestión administrativa	.059	85	.200*	.984	85	.371
V2: Satisfacción del cliente	.128	85	.002	.960	85	.009

Nota. Acorde con la tabla 11, dado que la muestra estuvo conformada por 85 clientes, se empleó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para determinar la integridad del ajuste de la distribución de las variables de gestión administrativa y satisfacción del cliente. A su vez, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman para examinar muestras no paramétricas y mixtas; y por tanto conocer el grado de correlación de las variables de investigación.

4.3. Pruebas de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H0: No existe relación significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Ha: Existe relación significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Parámetros estadísticos

Si (Sig.) < 0,05, se descarta la hipótesis nula

Si (Sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis alternativa

Tabla 7.

Correlación de Rho de Spearman hipótesis general.

Correlación de Rho de Spearman		V2: Satisfacción del cliente
V1: Gestión administrativa	Coefficiente de correlación	,667**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	85

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Con base en las observaciones de la Tabla 12, los resultados estadísticos de correlación de Spearman indican que existe una correlación significativa entre la variable gestión administrativa y la variable de satisfacción del cliente, según los valores reportados para Rho de Spearman $r = .667$, con un (Sig. = $.000 < 0.05$); Por tal motivo se descarta la hipótesis nula y se acepta la alternativa, esto nos hace entender que existe una relación entre la variable gestión administrativa y la variable de satisfacción del cliente de Globaltec S.A.C.

Prueba de hipótesis específica 1

H0: No existe relación significativa entre la planificación y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Ha: Existe relación significativa entre la planificación y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Parámetros estadísticos.

Si (Sig.) < 0,05, se descarta la hipótesis nula

Si (Sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis alternativa

Tabla 8.

Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 1.

Correlación de Rho de Spearman		V2: Satisfacción del cliente
V1D1: Planificación	Coeficiente de correlación	,570**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	85

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Con base en las observaciones de la Tabla 13, los resultados estadísticos de correlación de Spearman indican que existe una correlación significativa entre la dimensión planificación y la variable de satisfacción del cliente, según los valores reportados para Rho de Spearman $r = .570$, con un (Sig. = $.000 < 0.05$); Por tal motivo se descarta la hipótesis nula y se acepta la alternativa, esto nos hace entender que existe una relación entre la dimensión planificación y la variable de satisfacción del cliente de Globaltec S.A.C.

Prueba de hipótesis específica 2

H0: No existe relación significativa entre la organización y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Ha: Existe relación significativa entre la organización y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Parámetros estadísticos.

Si (Sig.) < 0,05, se descarta la hipótesis nula

Si (Sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis alternativa

Tabla 9.

Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 2.

Correlación de Rho de Spearman		V2: Satisfacción del cliente
V1D2: Organización	Coeficiente de correlación	,614**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	85

**** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).**

Nota. Con base en las observaciones de la Tabla 14, los resultados estadísticos de correlación de Spearman indican que existe una correlación significativa entre la dimensión organización y la variable de satisfacción del cliente, según los valores reportados para Rho de Spearman $r = .614$, con un (Sig. = .000 < 0.05); Por tal motivo se descarta la hipótesis nula y se acepta la alternativa, esto nos hace entender que existe una relación entre la dimensión organización y la variable de satisfacción del cliente de Globaltec S.A.C.

Prueba de hipótesis específica 3

H0: No existe relación significativa entre la dirección y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Ha: Existe relación significativa entre la dirección y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Parámetros estadísticos.

Si (Sig.) < 0,05, se descarta la hipótesis nula

Si (Sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis alternativa

Tabla 10.

Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 3.

Correlación de Rho de Spearman		V2: Satisfacción del cliente
V1D3: Dirección	Coeficiente de correlación	,584**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	85

**** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).**

Nota. Con base en las observaciones de la Tabla 15, los resultados estadísticos de correlación de Spearman indican que existe una correlación significativa entre la dimensión dirección y la variable de satisfacción del cliente, según los valores reportados para Rho de Spearman $r = .584$, con un (Sig. = $.000 < 0.05$); Por tal motivo se descarta la hipótesis nula y se acepta la alternativa, esto nos hace entender que existe una relación entre la dimensión dirección la variable de satisfacción del cliente de Globaltec S.A.C.

Prueba de hipótesis específica 4

H0: No existe relación significativa entre el control y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Ha: Existe relación significativa entre el control y la satisfacción del cliente de Globaltec SAC. en el año 2021.

Parámetros estadísticos.

Si (Sig.) < 0,05, se descarta la hipótesis nula

Si (Sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis alternativa

Tabla 11.

Correlación de Rho de Spearman hipótesis específica 4.

Correlación de Rho de Spearman		V2: Satisfacción del cliente
V1D4: Control	Coeficiente de correlación	,580**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	85

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Con base en las observaciones de la Tabla 16, los resultados estadísticos de correlación de Spearman indican que existe una correlación significativa entre la dimensión control y la variable de satisfacción del cliente, según los valores reportados para Rho de Spearman $r = .580$, con un (Sig. = .000 < 0.05); Por tal motivo se descarta la hipótesis nula y se acepta la alternativa, esto nos hace entender que existe una relación entre la dimensión control y la variable de satisfacción del cliente de Globaltec S.A.C.

V. DISCUSIÓN

El objetivo del estudio fue determinar si las variables de gestión administrativa y la satisfacción del cliente están correlacionadas en Globaltec SAC, Los Olivos, 2021 mediante el análisis de resultados estadísticos obtenidos a partir de datos, recolectados en una muestra de 85 clientes seleccionados.

Hipótesis general

Se ha propuesto una hipótesis general para inferir la existe relación entre las variables gestión administrativa y satisfacción del cliente, los resultados extraídos a través del estadístico de Spearman especifican el nivel de significancia como 0.000 y el valor 0.667, y esto demuestra que aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula, podemos concluir que la relación es proporcional, es decir, mientras más sea la importancia de la gestión administrativa, mayor será la satisfacción del cliente. Teniendo en cuenta al autor teórico Robbins y Coulter (2005), quienes refieren que las actividades de trabajo para que se lleven a cabo de manera eficiente y eficaz con y por otros, convirtiéndose en el objetivo primordial de todas las actividades de gestión. La situación fue compartida por la tesis de Suárez y Vásquez (2020), que concluyó que la gestión administrativa aún domina en gran medida la satisfacción del cliente porque el valor del coeficiente de Pearson es 0,869; Muestra una alta correlación positiva y el valor de significancia calculado de 0,000 es menor que el valor de la fórmula 0.05. Esto indica que a través de la implementación correcta de los procesos gerenciales se incrementará la satisfacción del cliente, en base a la teoría de García (2020) que indica que la gestión administrativa incluye el establecimiento de una relación recíproca entre los principios fundamentales, con el fin de lograr una buena gestión. De igual manera, la tesis de De la Fuente (2018), demostró que existe una relación significativa entre la variable gestión administrativa y la variable satisfacción del cliente; esto se debe a que el estadístico de Spearman arroja un resultado de 0.965, con un nivel de significancia menor a 0.05, con base en sus teóricos Anzola y Servolo (2002) afirman que la gestión administrativa incluye todas las actividades, acciones que realiza la empresa para lograr una meta u objetivo. Ayudar a personas y cosas

mediante la realización de determinadas tareas básicas como planificar, organizar, dirigir y controlar. Asimismo, la tesis de Mazón (2014) estableció el alcance de la relación entre las variables de gestión administrativa y la satisfacción del cliente a partir de las opiniones y conclusiones inherentes de los clientes, concluyendo que la estrategia administrativa más beneficiosa para mejorar la posición de las empresas y lograr un alto nivel de satisfacción del cliente, será implementar un plan de mejora para la gestión administrativa. El artículo de Torres, Vallejo y Burbano (2019) presenta un enfoque aproximado de las buenas prácticas de gestión empresarial, que concluye que las buenas prácticas de gestión se convierten en un activo intangible que contribuye al beneficio económico y al reconocimiento del negocio por parte de los clientes. De igual manera el artículo de Montes de Oca y Pulla (2019) concluye que se deben utilizar herramientas de gestión que ayuden a diseñar un modelo administrativo que lleve a la empresa a mejorar su situación, el modelo de gestión debe ser estructurado contemplando la misión, visión, objetivos, estrategias, presupuesto y analizando de manera externo e interno la empresa, esto ayudara a dar solución a los problemas de productividad que puedan existir en una empresa.

El presente estudio arroja una conclusión similar pero no igual a la tesis propuesta por Tuanama (2019), quien estableció la relación entre las variables, y concluyó que existe una relación firme y significativa pero débil entre ellas, pues la prueba de correlación de Spearman arrojó 0.285 , con un nivel de significancia de 0.006, menor a 0.005, según su teórico Stoner (1999), quien afirmó que la gestión gerencial es un conjunto de actividades a través de las cuales un gerente expande sus funciones respetando el proceso administrativo. Asimismo, la tesis de Chumpitaz (2020) tuvo un nivel de significancia de 0.002, menor a 0.05, y el coeficiente de correlación fue de 0.251; Concluyó que la gestión administrativa está vinculada a la satisfacción del cliente. Sin embargo, estos muestran una correlación débil, según su teórico Chiavenato (2017), afirmaron que la gestión administrativa es una serie de acciones que se emprenden para gestionar una entidad a través de la adecuada gestión de mano de obra, energía y materiales.

Primera hipótesis específica.

Se propuso la primera hipótesis concreta para concluir que existe relación entre la dimensión de planificación y la variable de satisfacción del cliente, los resultados obtenidos mediante el estadístico Rho de Spearman, la significancia del nivel es 0.000 y el valor es 0.570, por lo dicho anteriormente se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, podemos concluir que la relación es proporcional. Sí, es decir, cuanto mayor es el número de planes, mayor es la satisfacción del cliente. Teniendo en cuenta a los autores teóricos Robbins y Coulter (2005), quienes refieren que la planificación se conceptualiza como el hecho de establecer estrategias, fijar metas y diseñar planes de integración y coordinación en la organización. Esta posición fue compartida por la tesis de Suárez y Vásquez (2020), quienes determinaron que el grado de influencia de la dimensión de planificación en la satisfacción del cliente es moderado, positivo y significativo, ya que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es 0,566. Concluye que es necesario mejorar el nivel de planificación empresarial y desarrollar estrategias para ayudar a mejorar la satisfacción del cliente.

El presente estudio arroja una conclusión similar, pero no idéntica, a la propuesta por Tuanama (2019), que identificó una débil relación positiva entre planificación y comportamiento del consumidor, y esto se muestra con los resultados de la prueba el coeficiente de correlación de Spearman es 0.323, con un nivel de significancia de 0.026, y menos de 0.05. De manera similar la tesis de Chumpitaz (2020) tuvo un nivel de significancia de 0.006 y menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.225; Concluyó que la planificación está vinculada a la satisfacción del cliente. Sin embargo, estos muestran una relación débil.

Segunda hipótesis específica.

La segunda hipótesis específica se propuso para inferir la existencia de una relación entre la dimensión organización y la variable de satisfacción del cliente, los resultados obtenidos mediante el estadístico de Spearman, determinan el nivel de significancia 0,000 y el valor 0,614, esto demuestra que aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula, podemos concluir que la relación es

proporcional, es decir, cuanto mayor es la organización, mayor es la satisfacción del cliente. Teniendo en cuenta a los autores teóricos Robbins y Coulter (2005), quienes refieren que la organización manifiesta que aquí inicia el proceso de la estructura organizacional igualmente permite fijar recursos según lo requieran las actividades. Esta posición fue compartida por la investigación de Suarez y Vásquez (2020), quienes determinaron que el grado de influencia del aspecto regulatorio en la satisfacción del cliente es moderado y significativo, como se observa en la prueba de Pearson de correlación 0.554 y significancia calculada. 0,000 es menor que 0,05 y describe la importancia de la relación entre estas variables, aspecto que demuestra la importancia de la organización de una empresa para mejorar la satisfacción del cliente. De igual manera, la tesis de De La Fuente (2018), enfatiza la relación significativa entre la dimensión organización y la variable satisfacción del cliente; esto se confirma porque el estadístico de Spearman da un resultado de 0.503, con un nivel de significancia menor que 0.05.

El presente estudio arroja una conclusión similar pero no igual a la tesis de Tuanama (2019), mostrando que existe una débil relación positiva entre organización y servicio al cliente, sugiriendo resultados de la prueba del coeficiente de correlación de Spearman de 0.477, con un nivel de significancia de 0.009, menos de 0.05. De manera similar, la tesis de Chumpitaz (2020) tuvo un nivel de significancia de 0.001 y menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.274; Concluyó que la organización está relacionada con la satisfacción del cliente. Sin embargo, estos muestran una relación débil.

Tercera hipótesis específica.

Se ha propuesto una tercera hipótesis específica para inferir que existe una relación entre la dimensión dirección y la variable satisfacción del cliente, los resultados obtenidos mediante el estadístico Rho de Spearman especifican el nivel de significancia en 0.000 y el valor 0.584, esto demuestra que aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula, podemos concluir que la relación es proporcional, es decir, cuanta más gestión, más satisfecho está el cliente. Teniendo en cuenta al autor teórico Robbins y Coulter (2005), quienes refieren que la

dirección se lo conceptualiza como incentivar e influenciar en los colaboradores y de alguna manera ocuparse de su comportamiento. La posición es compartida por Suárez y Vásquez (2020), quienes han determinado el efecto de la dimensión dirección en la satisfacción del cliente, es moderadamente significativa, según el valor del coeficiente de correlación de 0.679 y el valor de la significancia calculada 0.00 es menor al formulado 0.05, que describe una relación significativa, que indica la importancia de la motivación y el liderazgo adecuados en el trabajo por su impacto en los clientes. De igual manera, la tesis de De La fuente (2018) enfatiza que existe una relación significativa entre la dimensión dirección y la variable satisfacción de los clientes; esto se obtiene puesto que el estadístico de Spearman arrojó un resultado de 0.534, con un nivel de significancia inferior a 0.05.

Este estudio arrojó una conclusión similar, pero no idéntica, a la tesis propuesta por Tuanama (2019), que determinó que existe una débil relación positiva entre la dimensión dirección y servicio postventa. Esto se evidencia en los resultados de la prueba del coeficiente de correlación de Spearman de 0.305, con un nivel de significancia de 0.032 menor que 0.05. De manera similar, el estudio de Chumpitaz (2020) tuvo un nivel de significancia de 0.007 menor de 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.219; concluyó que la dirección está relacionada con la satisfacción del cliente. Sin embargo, estos muestran una relación débil.

Cuarta hipótesis específica.

Se ha propuesto una cuarta hipótesis específica para inferir que existe una relación entre la dimensión control y la variable de satisfacción del cliente, los resultados obtenidos mediante el estadístico Rho de Spearman determinan una significancia de 0.000 y un valor de 0.580, lo que muestra que aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula, y podemos concluir que la relación es proporcional, lo que significa que, a mayor control, mayor satisfacción del cliente. Teniendo en cuenta los autores teóricos Robbins y Coulter (2005), quienes refieren que el control se define como supervisar las actividades laborales para asegurar y modificar alguna variante significativa. Situación que es compartida por la tesis de Suarez y Vásquez (2020) quienes determinaron que el efecto de la dimensión control es

moderadamente significativa, donde notamos que el valor del coeficiente de correlación es 0.501 y el valor de significancia calculado 0.00 inferior al formulado 0.05, apreciándose una correlación significativa, resaltando el papel de los controles en la verificación del cumplimiento de lo planificado e implementado y proporcionar la retroalimentación adecuada. Asimismo, la tesis de De La Fuente (2018), quien enfatiza la dimensión de control y la variable de satisfacción del cliente, afirma que existe una relación significativa, esto se obtiene puesto que el estadístico de Spearman da un resultado de 0.597, con un nivel de significancia menor a 0.05.

El presente estudio arroja una conclusión similar, pero no parecida a la tesis de Tuanama (2019) que muestra que existe una débil relación positiva entre el control y el método de distribución del producto, y esto es corroborado por los resultados de la prueba de Spearman, el coeficiente de correlación es 0.433, con un nivel de significancia de 0.021 y menor de 0.05. Asimismo, la tesis de Chumpitaz (2020) tuvo un nivel de significancia de 0.006, menor a 0.05, y el coeficiente de correlación fue de 0.226; Al concluir que el control está vinculado a la satisfacción del cliente. Sin embargo, estos muestran una relación débil.

VI. CONCLUSIONES

Basándonos en lo obtenido como resultados se precisan las siguientes conclusiones:

Primera: Al analizar la hipótesis general, se obtiene un valor del coeficiente de Spearman $r = 0,667$, y el valor de significancia calculado $0,000$ es menor que $0,05$; Rechace la hipótesis nula y acepte la hipótesis alternativa. Por lo tanto, concluimos que la gestión gerencial tiene una fuerte relación positiva con la satisfacción del cliente de Globaltec SAC, Los Olivos, 2021, es decir, si la gestión gerencial se aplica correctamente la satisfacción del cliente aumentará.

Segunda: Al analizar la primera hipótesis específica mencionada, el resultado es que el valor del coeficiente de Spearman es $r = 0.570$ y el valor de significancia calculado (0.000) es menor que (0.05); Rechace la hipótesis nula y acepte la hipótesis alternativa. Por lo tanto, concluimos que la planificación está fuertemente correlacionada de manera positiva con la satisfacción del cliente en Globaltec SAC, Los Olivos, 2021, es decir, si se aplica correctamente, los niveles de satisfacción del cliente aumentarán.

Tercera: Al analizar la segunda hipótesis específica, el resultado es que el valor del coeficiente de Spearman es $r = 0,614$ y el valor de significancia calculado ($0,000$) es menor que ($0,05$); Rechace la hipótesis nula y acepte la hipótesis alternativa. Por tanto, concluimos que la organización tiene una alta relación positiva con la satisfacción del cliente para Globaltec SAC, Los Olivos, 2021, es decir, si la organización se aplica correctamente, aumentará el nivel de satisfacción del cliente.

Cuarta: Al analizar la tercera hipótesis específica, el resultado es que el valor del coeficiente de Spearman es $r = 0.584$ y el valor de significancia calculado (0.000) es menor que (0.05); Rechace la hipótesis nula y acepte la hipótesis alternativa. Por lo tanto, concluimos que el título tiene una fuerte relación positiva con la satisfacción del cliente para Globaltec SAC, Los

Olivos, 2021, es decir, si se aplica el título correcto, el nivel de satisfacción del cliente aumentará.

Quinta: Al analizar la cuarta hipótesis específica, el resultado es que el valor del coeficiente de Spearman es $r = 0.580$ y el valor de significancia calculado (0.000) es menor que (0.05); Rechace la hipótesis nula y acepte la hipótesis alternativa. Por tanto, concluimos que la medida de control está estrechamente correlacionada positivamente con la satisfacción del cliente de Globaltec SAC, Los Olivos, 2021, es decir, si el control se aplica de forma específica, el nivel de satisfacción del cliente aumentará.

VII. RECOMENDACIONES

Al Propietario de la empresa Globaltec S.A.C. se le recomienda lo siguiente:

Primera: La empresa Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021 debe tener en prioridad mantener en constante mejora e innovación la gestión administrativa, ya que esto nos hará potenciar las actividades de la empresa y así cumplir los objetivos empresariales, a su vez no ayudará en el aumento del nivel satisfactorio de los clientes y su fidelización, además mejoraremos la productividad de la empresa.

Segunda: La empresa Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021 debe realizar una planificación estratégica y participativa, es decir realizar un mapa estratégico de esta manera el plan será comunicado a todos los colaboradores de la empresa, ya que ello favorece al involucramiento y compromiso de los colaboradores, así mismo con esta herramienta ayudaremos en las decisiones a tomar en base a las demandas o cambios que se imponen en el entorno empresarial.

Tercera: La empresa Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021 debe esforzarse en mejorar la organización de la empresa, utilizando métodos que les permita agilizar los procesos, esto ayudará en la mejora de la estructuración de la empresa, lo que será beneficioso para los clientes, ya que su atención será óptima y rápida.

Cuarta: La empresa Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021 debe mantener una política correcta de dirección y motivación para el personal, mediante una comunicación eficiente, esto influye en la efectividad de los colaboradores y por ende en la percepción del público consumidor.

Quinta: La empresa Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021 debe tener un control eficiente de las operaciones y brindar retroalimentación al personal de la empresa, de esta manera impulsaremos la toma de decisiones en las áreas, eliminaremos tareas repetitivas y por ende se mejorará el servicio al cliente.

REFERENCIAS

- Anaya-Aguilar, R., Gemar, G., & Anaya-Aguilar, C. (2021). Factors Associated with Spa Tourists' Satisfaction. *Mathematics*, 9(4), 332. <http://dx.doi.org/10.3390/math9040332>
- Batista, J et al. (2020). Effect of the administrative transition of hospital management on the safety culture in surgical units. *Texto Contexto Enferm* 29 <https://doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2019-0012>.
- Betancourt Agüero, M. Y., & Cuenca Ricardo, M. D. L. (2020). Procedimiento para evaluar el nivel de satisfacción del cliente externo en la Empresa de Aceros Inoxidables de Las Tunas. *Revista Electrónica Innovación Tecnológica*, 26(1). Recuperado a partir de <https://innovacion.ciget.lastunas.cu/index.php/it/article/view/21>
- Cáceres, A. (2015). *Telemarketing y satisfacción de los clientes del Banco de Crédito del Perú, Huaraz, 2014*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Ancash, Perú.
- Carranza, C. (2018). *Propuesta de mejora para incrementar la calidad de servicio al cliente en el área logística de la empresa ALFRIMAC PERU SAC, SMP-2018*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Privada del Norte. Lima, Perú.
- Castillo Cabeza, S. N. (2020). Gestión universitaria administrativa y económica en tiempos de pandemia (Covid-19). *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(3), 20-23. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33351>
- ÇavuGoğlu, S., Demirağ, B., Jusuf, E., & Gunardi, A. (2020). The effect of attitudes toward green behaviors on green image, green customer satisfaction and green customer loyalty. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 33(4), 1513–1519. <https://doi.org/10.30892/gtg.334spl10-601>
- Chiavenato, I. (2003). *Gestión del Talento Humano*. Segunda edición. Editorial McGrawhill. Colombia.

- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de Administración*. Ed. Mc Graw Hill Interamericana, México
- Chi-Phana, A; Thu Nguyena, H y Thi Pham TX. (2021). Relationship between service recovery, customer satisfaction and customer loyalty: Empirical evidence from e-retailing. *Uncertain Supply Chain Management* 9 (2021) 1–10. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.12.007>
- Chumpitaz, N. (2020). *Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020*. (Tesis de Maestría) Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú.
- De la Fuente, D. (2018). *Gestión administrativa y satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los olivos, 2018*. (Tesis de Título) Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú.
- Farfan, C. (2015). *La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: museo San Francisco de Lima*. (Tesis licenciatura). Universidad Nacional Mayor De San Marcos. Lima, Perú.
- Galindo, G. (2017). *Gestión Administrativa y Satisfacción del Cliente en el área de Tesorería de la Municipalidad de Carabayllo, año 2017*. (Tesis de Título) Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú.
- García Fernández, Jerónimo, & Cepeda Carrión, Gabriel, y Ruíz, David Martín (2012). La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT. *Revista de Psicología del Deporte*, 21(2),309-319. [fecha de Consulta 21 de Noviembre de 2021]. ISSN: 1132-239X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235126897011>
- Garzón, P. A., Chicaiza, D. V., Pailiacho, V. M., y Robayo, D. J. (2020). Inteligencia de negocios en la gestion administrativa de una empresa distribuidora del sector eléctrico. *3C TIC. Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 9(3), 43-67. <https://doi.org/10.17993/3ctic.2020.93.43-67>

- Gonzales, et al. (2018). Gestión Integral Administrativa, Financiera y Comercial de las PyME. *Información tecnológica*, 29(1), 1. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000100001>
- Guadarrama Tavira, E., & Rosales Estrada, E. M. (2015). Marketing relacional: Valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. *Ciencia y Sociedad*, 40(2), 307-340. <https://doi.org/10.22206/cys.2015.v40i2.pp307-340>
- Guardiola Lince, C y Velandia Rayo, D. (2020). La estructura administrativa y de gestión público-privada en la promoción de vivienda rural en Colombia: Análisis de actores en el periodo 2014-2018. *Dearq nº. 28* (2020): 60-71. <https://doi.org/10.18389/dearq28.2020.06>
- Hernández, Hugo G, Cardona, Diego A, & Del Rio, Jorge L. (2017). Strategic Direction: Projection of Technological Innovation and Administrative Management in Small Enterprises. *Información tecnológica*, 28(5), 15-22. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000500003>
- Islam, T. et al. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption* (25)123–135. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019>
- Jin, R., & Chen, K. (2020). Impact of Value Cocreation on Customer Satisfaction and Loyalty of Online Car-Hailing Services. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(3), 432–444. <http://dx.doi.org/10.3390/jtaer16030027>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Sexta edición. Editorial Pearson Educación, Mexico.
- Larson, J., & Jaworski, B. J. (2020). Managing your most loyal customer relationships. *Business Horizons*.64 (1), 141-147 <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.002>

- Mazon, S. y Valle, E. (2014). *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas REY AGRO*. (Tesis de Título) Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador.
- Mercado, J. (2017). *Gestión administrativa en la satisfacción laboral de los trabajadores de la Empresa Municipal Administradora de Peaje-Lima, 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Molina, V. (2015). *Relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la asociación Bosques Verdes - exportadores de café de la provincia de San Ignacio – Cajamarca*. (Tesis de Título) Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Montes de Oca- Sanchez, JE. y Pulla-Ochoa, CA (2019). La gestión administrativa y su incidencia en la productividad de las microempresas ecuatorianas. Caso de estudio taller Dipromax de la ciudad de Santo Domingo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.1e(103), 30 – 44. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v31i1.1191>
- Monzón, V. (2018). *El control interno y su influencia en la gestión administrativa de las empresas del sector servicios en el Perú: caso empresa “SEGEMIND S.A.C” – Chimbote, 2017*. (Tesis de Título) Universidad Católica de los Ángeles Chimbote. Chimbote, Perú.
- Ochoa-Galarza, E., Pinda-Guanolema, B. y León Naranjo, M (2019). Estructura organizacional y gestión administrativa: diagnóstico en la cooperativa de ahorro y crédito “San Francisco Ltda.”, Agencia Puyo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.1(44), 1- 19. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v28i1.1669>
- Pacheco-Granados, Raúl J., Robles-Algarín, Carlos A., & Ospino-Castro, Adalberto J. (2018). Analysis of the Administrative Management in the Educational Institutions of the Basic and Middle Levels in the Rural Areas of Santa Marta, Colombia. *Información tecnológica*, 29(5), 259-266. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000500259>

- Padilla-Aguilar, D; Herrera-García, RA; Acevedo- Suárez, JA. y Pardillo-Baez, Y. (2016) Buscando la satisfacción del cliente. Estudio en el Centro de Inmunología Molecular. *Ingeniería Industrial*, 38(3), 313-322. [fecha de Consulta 20 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0258-5960. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031010>
- Pincay-Morales, Y., Parra-Ferié, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>
- Quijano Parra, A., y Thomas Manzano, S. (2019). Evaluar el nivel de satisfacción del cliente de las entidades financieras del municipio de Pamplona. *BISTUA Revista De La Facultad De Ciencias Básicas*, 17(1), 94-111. <https://doi.org/10.24054/bistua.v17i1.275>
- 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 Título) Lima, Perú.
- Rashid, M. H. U., Nurunnabi, M., Rahman, M., & Masud, M. A. K. (2020). Exploring the Relationship between Customer Loyalty and Financial Performance of Banks: Customer Open Innovation Perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 108. <http://dx.doi.org/10.3390/joitmc6040108>
- Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. Octava edición. Editorial Pearson Educación, México.
- Romero-Fernandez, AJ; Álvarez-Gómez, GA y Álvarez- Gómez, S. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 6(50), 1-19. <http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>
- Roque, J. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la mype comercial “San Martín” – Chiclayo*. (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú.

- Santos, H., & Krawszuk, G. (2020). Gestión del conocimiento organizacional: tratamiento archivístico para la reutilización de información administrativa. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 34(83), 103-127. <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2020.83.58146>
- Soto Builes, N., Morillo Puente, S., Calderón-Hernández, G., & Betancur, H. D. (2020). El perfil de gestión del directivo docente de Antioquia y los enfoques de gestión administrativa. *Innovar*, 30(77), 123-136. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87453>
- Suarez, Y. y Vásquez, E. (2020). *Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de calzados “valles” S.A.C. del distrito el porvenir – Trujillo, 2020*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo, Perú.
- Torres-Merlo, O., Vallejos-Cazar A. y Burbano Benítez, JP (2019). Buenas prácticas de gestión administrativa en empresas de servicios en la ciudad de Ibarra. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 7(99), 11 – 22. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v31i1.1043>
- Tuanama, D. (2019). *Gestión Administrativa y la satisfacción a los clientes de la óptica “VISUAL MEDICS”, Huaraz 2019*. (Tesis de Título) Universidad Cesar Vallejo. Huaraz, Perú.
- Villegas Rodríguez, E. (2015). La armonización territorial: su incorporación en la planificación y gestión administrativa mediante la gestión del riesgo. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*. 8(16),148–165. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu8-16.atip>.
- Wibowo, A., Chen, S.-C., Wiangin, U., Ma, Y., & Ruangkanjanases, A. (2020). Customer Behavior as an Outcome of Social Media Marketing: The Role of Social Media Marketing Activity and Customer Experience. *Sustainability*, 13(1), 189. <http://dx.doi.org/10.3390/su13010189>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de la variable gestión administrativa.

VARIABLE 1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Para Robbins y Coulter (2005), gestión o administración se refiere a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión.	Es la forma sistemática a través de la cual se hace posible el buen desarrollo de las actividades administrativas de una empresa	Planificación	Planificación de actividades	1	Likert: 5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
				Métodos	2	
				Objetivos	3	
			Organización	Cooperación entre áreas	4	
				Capacitaciones	5, 6	
			Dirección	Liderazgo	7	
				Comunicación	8	
			Control	Supervisión	9	
				Evaluación de desempeño	10	

Anexo 2. Matriz de operacionalización de la variable satisfacción del cliente.

VARIABLE 2	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Philip Kotler (2003), define como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.	Es la percepción del cliente sobre la calidad de atención que Recibe, ya sea de un producto o servicio brindado por una empresa.	Atención al cliente	Calidad de servicio	1,2	Likert: 5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi Nunca 1 = Nunca
				Seguridad	3	
			Comportamiento del consumidor	Expectativa	4	
				Experiencia	5, 6, 7	
			Capacidad de respuesta	Rapidez	8	
				Eficiencia	9,10	

Anexo 3. Matriz de consistencia.

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
Objetivo General	Hipótesis General	V1: Gestión administrativa Dimensiones: -Planificación -Organización -Dirección -Control V2: Satisfacción del cliente Dimensiones: -Atención al cliente -Comportamiento del consumidor -Capacidad de respuesta	Tipo de Investigación: Básica Diseño de investigación: No experimental, de corte transversal y de nivel descriptivo correlacional Enfoque de investigación: Cuantitativo Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario	Población: 109 clientes Criterio de inclusión: Clientes correspondientes a grandes empresas, con compras en promedio mensual Criterios de exclusión: Clientes correspondientes a pequeñas empresas, con compras eventuales Muestra: 85 cliente (tomados por formula) Muestreo: Probabilístico, aleatorio simple
Determinar la relación existente entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec SAC.	Existe relación entre gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.			
Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas			
Identificar la relación existente entre planificación y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.	Existe relación entre planificación y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021			
Identificar la relación existente entre organización y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.	Existe relación entre organización y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.			
Identificar la relación existente entre dirección y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.	Existe relación entre dirección y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.			
Determinar la relación existente entre control y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.	Existe relación entre control y satisfacción del cliente en Globaltec SAC., Los Olivos, 2021.			

Anexo 4. Cuestionario variable gestión administrativa

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

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1	Percibe que la empresa planifica sus actividades.					
2	Los métodos utilizados por la empresa ayudan con la satisfacción de las necesidades del cliente.					
3	Los objetivos de la empresa están vinculados a una gestión orientada al cliente.					
4	Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para mejorar las actividades que realizan					
5	Los colaboradores de la empresa demuestran capacidad en el desempeño de su trabajo					
6	Percibe que los colaboradores de la empresa son constantemente capacitados.					
7	Se evidencia un estilo de liderazgo participativo orientado en satisfacer las necesidades de los trabajadores y clientes					
8	La comunicación entre los colaboradores favorece el trabajo en equipo para satisfacer las demandas del cliente					
9	Se realiza un monitoreo constante de los procesos dentro de la empresa.					
10	El personal administrativo realiza sus labores de manera eficiente.					

Anexo 5. Cuestionario variable satisfacción del cliente.

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

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1	Los colaboradores de la empresa se esfuerzan por brindarle un servicio de calidad.					
2	La calidad de los productos brindados por la empresa es satisfactoria.					
3	Los productos que ofrece la empresa generan confianza y seguridad.					
4	Los productos y el servicio brindado por la empresa cumplen con sus expectativas.					
5	La atención recibida por los colaboradores de la empresa le genera una buena experiencia de compra.					
6	La empresa cumple con las promociones que ofrece.					
7	Compra en nuestra empresa cada vez que necesita alguno de nuestros productos					
8	La empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes					
9	La empresa cumple con los plazos de entrega establecidos.					
10	La empresa brinda soluciones rápidas y satisfactorias a los reclamos.					

Anexo 6. Designaciones en la escala de Likert

Valoración	Designación	Inicial
5	Siempre	S
4	Casi siempre	CS
3	A veces	AV
2	Casi nunca	CN
1	Nunca	N

Anexo 7. Validación de Expertos

N°	Experto	Validez del instrumento
1	Dr. Cárdenas Saavedra Abraham	Aplicable
2	Dr. Manrique Cespedes Julio Cesar	Aplicable
3	Dra. Villanueva Figueroa Rosa Elvira	Aplicable

Anexo 8. Fórmula para cálculo de tamaño de muestra.

Datos	
n	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población
Z	Valor de la distribución normal estandarizado
e	Máximo error permitido
p	Proporción de la población que nos interesa medir
q	Proporción de la población que no nos interesa medir

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

$$n = \frac{109 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(109 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 85$$

Anexo 9. Validación del cuestionario de la variable gestión administrativa.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: GESTIÓN EMPRESARIAL

N.º	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Planificación							
1	Percibe que la empresa planifica sus actividades.	✓		✓		✓		
2	Los métodos utilizados por la empresa ayudan con la satisfacción de las necesidades del cliente.	✓		✓		✓		
3	Los objetivos de la empresa están vinculados a una gestión orientada al cliente.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Organización							
4	Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para mejorar las actividades que realizan	✓		✓		✓		
5	Los colaboradores de la empresa demuestran capacidad en el desempeño de su trabajo	✓		✓		✓		
6	Percibe que los colaboradores de la empresa son constantemente capacitados.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Dirección							
7	Se evidencia un estilo de liderazgo participativo orientado en satisfacer las necesidades de los trabajadores y clientes	✓		✓		✓		
8	La comunicación entre los colaboradores favorece el trabajo en equipo para satisfacer las demandas del cliente	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 4: Control							
9	Se realiza un monitoreo constante de los procesos dentro de la empresa.	✓		✓		✓		
10	El personal administrativo realiza sus labores de manera eficiente.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Cárdenas Saavedra Abraham

DNI: 07424958

Especialidad del validador: **Dr. en Administración**

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

29 de mayo de 2021



Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Manrique Cespedes Julio César

DNI: 06695445

Especialidad del validador: **Dr. en Administración**

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

29 de mayo de 2021



Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dra. Villanueva Figueroa Rosa Elvira

DNI: 07586867

Especialidad del validador: Dra. en Administración

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

29 de mayo de 2021



Firma del Experto Informante.

Anexo 10. Validación del cuestionario de la variable satisfacción del cliente.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE

N.º	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Atención al cliente							
1	Los colaboradores de la empresa se esfuerzan por brindarle un servicio de calidad.	✓		✓		✓		
2	La calidad de los productos brindados por la empresa es satisfactoria.	✓		✓		✓		
3	Los productos que ofrece la empresa generan confianza y seguridad.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Comportamiento del consumidor							
4	Los productos y el servicio brindado por la empresa cumplen con sus expectativas.	✓		✓		✓		
5	La atención recibida por los colaboradores de la empresa le genera una buena experiencia de compra.	✓		✓		✓		
6	La empresa cumple con las promociones que ofrece.	✓		✓		✓		
7	Compra en nuestra empresa cada vez que necesita alguno de nuestros productos	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Capacidad de respuesta							
8	La empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes	✓		✓		✓		
9	La empresa cumple con los plazos de entrega establecidos.	✓		✓		✓		
10	La empresa brinda soluciones rápidas y satisfactorias a los reclamos.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Cárdenas Saavedra Abraham

DNI: 07424958

Especialidad del validador: Dr. en Administración

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

29 de mayo de 2021



Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Manrique Cespedes Julio César

DNI: 06695445

Especialidad del validador: Dr. en Administración

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

29 de mayo de 2021



Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dra. Villanueva Figueroa Rosa Elvira

DNI: 07586867

Especialidad del validador: Dra. en Administración

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

29 de mayo de 2021



Firma del Experto Informante.

Anexo 11. Prueba de fiabilidad mediante Alpha de Cronbach

Escala de medición del Coeficiente de Cronbach

Valores	Niveles
<0,5	Inaceptable
0,5 a 0,6	Malo
0,6 a 0,7	Discutible
0,7 a 0,8	Aceptable
0,8 a 0,9	Bueno
>0,9	Excelente

Alpha de Cronbach de la variable gestión administrativa.

Resumen del procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	85	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	85	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	10

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.Percibe que la empresa planifica sus actividades.	34,84	28,711	,675	,564	,912

2.Los métodos utilizados por la empresa ayudan con la satisfacción de las necesidades del cliente.	34,72	29,991	,690	,607	,911
3.Los objetivos de la empresa están vinculados a una gestión orientada al cliente.	34,73	28,604	,645	,538	,914
4.Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para mejorar las actividades que realizan	34,99	28,321	,709	,559	,909
5.Los colaboradores de la empresa demuestran capacidad en el desempeño de su trabajo	34,73	29,724	,675	,493	,912
6.Percibe que los colaboradores de la empresa son constantemente capacitados.	35,02	29,285	,622	,430	,914
7.Se evidencia un estilo de liderazgo participativo orientado en satisfacer las necesidades de los trabajadores y clientes	34,95	27,617	,813	,712	,903
8.La comunicación entre los colaboradores favorece el trabajo en equipo para satisfacer las demandas del cliente	34,76	28,420	,737	,597	,908
9.Se realiza un monitoreo constante de los procesos dentro de la empresa.	34,93	27,900	,695	,588	,911
10.El personal administrativo realiza sus labores de manera eficiente.	34,79	29,169	,729	,605	,909

Alpha de Cronbach de la variable satisfacción del cliente.

Resumen del procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	85	100,0
	excluido	0	,0
	Total	85	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	10

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
11.Los colaboradores de la empresa se esfuerzan por brindarle un servicio de calidad.	36,85	25,988	,608	,506	,911
12.La calidad de los productos brindados por la empresa es satisfactoria.	36,68	25,148	,676	,622	,907
13.Los productos que ofrece la empresa generan confianza y seguridad.	36,65	25,255	,681	,606	,907
14.Los productos y el servicio brindado por la empresa cumplen con sus expectativas.	36,73	25,914	,704	,585	,906
15.La atención recibida por los colaboradores de la empresa le genera una buena experiencia de compra.	36,91	24,991	,770	,652	,902

16.La empresa cumple con las promociones que ofrece.	36,58	25,104	,664	,456	,908
17.Compra en nuestra empresa cada vez que necesita alguno de nuestros productos	36,99	24,464	,685	,561	,907
18.La empresa ofrece un servicio rápido a sus clientes	36,84	25,354	,716	,626	,905
19.La empresa cumple con los plazos de entrega establecidos.	36,82	25,695	,718	,603	,905
20.La empresa brinda soluciones rápidas y satisfactorias a los reclamos.	37,01	24,393	,683	,521	,907

Anexo 12. Base de datos estadísticos.

Variable gestión administrativa

SUJETO	VARIABLE 1: GESTION ADMINISTRATIVA										SUMAS				
	DIM1: PLANIFICACION			DIM 2: ORGANIZACIÓN			DIM 3: DIRECCION		DIM 4: CONTROL		V1D1	V1D2	V1D3	V1D4	PROMEDIO
	IND 1	IND 2	IND3	IND 4	IND 5		IND 6	IND 7	IND 8	IND 9					
	V1D1P1	V1D1P2	V1D1P3	V1D2P4	V1D2P5	V1D2P6	V1D3P7	V1D3P8	V1D4P9	V1D4P10					
1	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	10	10	7	8	35
2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	12	10	7	8	37
3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	11	11	7	6	35
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	13	15	10	9	47
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	15	14	10	10	49
6	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	9	10	6	8	33
7	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	12	11	8	8	39
8	4	4	5	3	4	3	5	4	4	5	13	10	9	9	41
9	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	12	13	8	10	43
10	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	11	9	6	6	32
11	4	4	4	4	4	2	3	5	4	4	12	10	8	8	38
12	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	14	13	10	9	46
13	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	14	13	8	8	43
14	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	9	11	6	5	31
15	4	4	5	3	3	4	4	5	3	4	13	10	9	7	39
16	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	13	13	10	10	46
17	3	3	3	2	5	5	4	4	5	4	9	12	8	9	38
18	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	13	14	10	9	46
19	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	15	14	9	10	48
20	1	3	3	2	3	3	1	2	2	3	7	8	3	5	23
21	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	13	14	10	10	47
22	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	10	13	8	9	40

23	3	4	5	4	4	3	3	3	3	5
24	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
25	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4
26	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
27	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
29	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	3	3	2	4	3	3	5	3	4
32	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3
33	4	3	2	2	3	4	3	4	3	3
34	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
35	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4
36	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
37	4	4	5	3	4	3	3	4	3	3
38	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
39	4	4	5	3	5	3	5	4	5	5
40	3	3	4	4	3	4	3	4	5	3
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
43	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
44	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3
45	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
47	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3
52	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5

12	11	6	8	37
13	11	8	8	40
11	9	7	8	35
15	14	9	8	46
15	12	8	8	43
11	10	8	8	37
15	12	10	9	46
15	15	10	10	50
10	9	8	7	34
8	8	4	5	25
9	9	7	6	31
12	13	8	9	42
13	12	7	7	39
11	12	8	6	37
13	10	7	6	36
13	13	8	9	43
13	11	9	10	43
10	11	7	8	36
13	12	8	8	41
13	14	10	8	45
13	12	10	8	43
11	10	7	6	34
13	12	8	8	41
15	13	9	9	46
11	10	7	7	35
9	9	6	6	30
11	12	9	7	39
15	15	10	10	50
13	10	7	6	36
11	14	9	10	44

53	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5
54	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4
55	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	5	4	3	3	3	3	2	3
58	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
59	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3
60	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
61	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
65	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
66	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
76	4	4	3	2	3	4	3	3	2	3
77	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
78	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4
79	4	4	4	4	5	3	3	4	2	4
80	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

13	12	9	10	44
13	11	9	8	41
14	15	8	9	46
13	12	8	8	41
13	10	6	5	34
14	14	8	9	45
13	11	8	6	38
12	11	7	8	38
9	10	6	7	32
12	12	8	8	40
9	9	6	6	30
12	10	6	6	34
10	11	7	7	35
11	11	7	8	37
12	12	8	8	40
9	9	6	6	30
10	9	8	8	35
9	9	6	6	30
10	10	6	6	32
9	9	6	6	30
15	15	10	10	50
12	12	8	8	40
11	11	8	8	38
11	9	6	5	31
11	12	8	7	38
13	11	6	7	37
12	12	7	6	37
8	7	5	6	26
12	12	8	8	40
12	12	8	8	40

83	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	11	12	8	8	39
84	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	12	12	7	7	38
85	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	15	13	8	9	45

Variable satisfacción al cliente.

SUJETO	VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE										SUMAS			
	DIM 1: ATENCION CLIENTE			DIM 2: COMPORTAMIENTO CONSUMIDOR					DIM 3: CAPACID RPTA		V2D1	V2D2	V2D3	PROMEDIO
	IND 1		IND 2	IND 3	IND 4			IND 5	IND 6					
	V2D1P11	V2D1P12	V2D1P13	V2D2P14	V2D2P15	V2D2P16	V2D2P17	V2D2P18	V2D3P19	V2D3P20				
1	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	14	19	7	40
2	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	14	22	9	45
3	3	4	5	4	2	3	4	4	4	1	12	17	5	34
4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	14	21	8	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	25	10	50
6	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	12	20	7	39
7	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	14	22	8	44
8	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	14	24	9	47
9	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	14	25	8	47
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	11	20	8	39
11	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	12	19	8	39
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	25	10	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	25	10	50
14	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	12	21	7	40
15	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	15	23	10	48
16	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	15	21	8	44
17	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	12	18	8	38
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	25	10	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	15	25	9	49

20	3	4	4	3	4	3	5	5	5	1	11	20	6	37
21	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	15	24	10	49
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	25	10	50
23	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	12	16	7	35
24	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	12	19	8	39
25	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	11	16	5	32
26	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	12	22	8	42
27	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	12	19	8	39
28	4	5	4	5	5	5	3	4	4	3	13	22	7	42
29	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	14	23	8	45
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	25	10	50
31	3	5	4	5	4	3	2	3	3	3	12	17	6	35
32	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	7	14	6	27
33	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	12	18	7	37
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	20	8	40
35	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	14	21	8	43
36	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	12	18	8	38
37	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	10	15	7	32
38	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	12	23	9	44
39	5	4	3	5	3	4	3	5	3	4	12	20	7	39
40	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	9	15	6	30
41	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	12	21	8	41
42	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	13	21	7	41
43	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	14	24	10	48
44	3	3	4	4	3	5	3	5	4	4	10	20	8	38
45	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	13	23	9	45
46	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	14	22	9	45
47	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	13	20	8	41
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	15	6	30

49	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
52	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
53	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4
54	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
55	5	3	5	4	4	3	3	3	5	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3
58	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
59	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
60	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4
61	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	5	4	3	3	5	3	3	3	3
65	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
66	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3
69	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
75	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
76	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3

12	22	10	44
15	25	10	50
12	20	6	38
14	23	9	46
11	20	8	39
11	20	8	39
13	17	8	38
12	20	8	40
13	21	7	41
15	24	10	49
13	19	8	40
14	19	8	41
13	20	8	41
15	25	10	50
12	20	8	40
12	17	6	35
11	18	8	37
13	20	8	41
12	20	8	40
13	15	6	34
11	16	6	33
12	20	8	40
10	17	6	33
12	20	8	40
15	25	10	50
9	19	8	36
12	20	8	40
8	16	6	30
9	18	7	34

78	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3
79	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3
80	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4
81	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
82	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4
83	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
84	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
85	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

14	22	7	43
13	20	7	40
11	20	9	40
10	19	8	37
13	20	8	41
11	19	7	37
11	21	8	40
14	25	10	49

Anexo 13. Registro de artículos científicos.

Variable gestión administrativa

VARIABLE 1: GESTION ADMINISTRATIVA			
Artículo Científico	Título	Autor	Año
AC 1	The public-private administrative and management structure developing rural housing in Colombia: An analysis of the actors during 2014-2018	Guardiola y Velandia	2020
AC 2	Quality management in customer service for marketing SMEs. A look at Ecuador	Pincay y Parra	2020
AC 3	Buenas prácticas de gestión administrativa en empresas de servicios en la ciudad de Ibarra.	Torres, Vallejo y Burbano	2019
AC 4	Estructura organizacional y gestión administrativa: diagnóstico en la cooperativa de ahorro y crédito "San Francisco Ltda.", Agencia Puyo.	Ochoa, Pinda, León y Mayorga	2019
AC 5	La gestión administrativa y su incidencia en la productividad de las microempresas ecuatorianas. Caso de estudio taller Dipromax de la ciudad de Santo Domingo.	Montes de Oca y Pulla	2019
AC 6	Business intelligence in the administrative management of a distribution company in the electricity sector.	Garzón, Chicaiza, Pailiacho y Robayo	2020
AC 7	Managerial profile of teacher-directors in antioquia and administrative management approaches	Soto, Morillo, Calderón-Hernández, y Betancur	2020
AC 8	Effect of the administrative transition of hospital management on the safety culture in surgical units	Batista, Cruz, Lopez, Sarquis, Seiffert y Wolff	2020
AC 9	Analysis of the administrative management in the educational institutions of the basic and middle levels in the rural areas of Santa Marta, Colombia	Pacheco, Robles y Ospino	2018
AC 10	Strategic direction: Projection of technological innovation and administrative management in small enterprise	Hernandez, Cardona y Del Rio	2017

AC 11	Comprehensive administrative, financial and commercial management of SMEs	Gonzales, Santibañez y Ugando	2018
AC 12	Administrative and economic university management in times of COVID-19 pandemic	Castillo	2020
AC 13	Organizational knowledge management: Archival processing for reuse of administrative information	Dos Santos y Krawszuk	2020
AC 14	Territorial harmonization: Its additions in planning and administrative management through risk management	Rodríguez	2015

VARIABLE 1: GESTIÓN ADMINISTRATIVA			
Artículo Científico	Número de Registro	Indizados	Año
AC 1	DOI: https://doi.org/10.18389/dearq28.2020.06	Scopus	2020
AC 2	DOI: http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341	Scopus	2020
AC 3	DOI: https://doi.org/10.46377/dilemas.v31i1.1043	Web of Science	2019
AC 4	DOI: https://doi.org/10.46377/dilemas.v28i1.1669	Web of Science	2019
AC 5	DOI: https://doi.org/10.46377/dilemas.v31i1.1191	Web of Science	2019
AC 6	DOI: https://doi.org/10.17993/3ctic.2020.93.43-67	Scopus	2020
AC 7	DOI: https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87453	Scopus	2020
AC 8	DOI: https://doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2019-0012	Scopus	2020
AC 9	DOI: https://doi.org/10.4067/S0718-07642018000500259	Scopus	2020
AC 10	DOI: https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000500003	Scopus	2017
AC 11	DOI: https://doi.org/10.4067 / S0718-07642018000100001	Scopus	2018
AC 12	DOI: https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33351	Scopus	2020
AC 13	DOI: https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2020.83.58146	Scopus	2020
AC 14	DOI: https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu8-16.atip	Scopus	2015

Variable satisfacción del cliente

VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE			
Artículo Científico	Título	Autor	Año
AC 1	Evaluating the customer's satisfaction level the financial entities of the municipality of Pamplona	Quijano y Thomas	2019
AC 2	Looking for customer satisfaction. Study at the Center of Molecular Immunology	Padilla y Herrera	2016
AC 3	Procedimiento para evaluar el nivel de satisfacción del cliente externo en la Empresa de Aceros Inoxidables de Las Tunas.	Betancourt y Cuenca	2020
AC 4	Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio.	Romero, Alvarez y Alvarez	2018
AC 5	La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT	Garcia, Cepeda y Ruiz	2012
AC 6	Relationship Marketing: value, satisfaction, loyalty and retention. Analysis and theoretical reflection	Guadarrama y Rosales	2015
AC 7	The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust	Islam, Islam, Pitafi, Xioabei, Rehmani, Irfan y Mubarak	2021
AC 8	The effect of attitudes toward green behaviors on green image, green customer satisfaction and green customer loyalty	Cavusoglu, Demirag, Jusuf y Gunardi	2020
AC 9	Relationship between service recovery, customer satisfaction and customer loyalty: Empirical evidence from e-retailing	Phan, Nguyen y Pham	2021
AC 10	Impact of Value Cocreation on Customer Satisfaction and Loyalty of Online Car-Hailing Services	Jin y Chen	2020
AC 11	Managing your most loyal customer relationships	Larson, Jaworski y Larson	2020

AC 12	Customer Behavior as an Outcome of Social Media Marketing: The Role of Social Media Marketing Activity and Customer Experience	Wibowo, Chen, Wiangin, Ma y Ruangkanjanases	2020
AC 13	Exploring the Relationship between Customer Loyalty and Financial Performance of Banks: Customer Open Innovation Perspective	Rashid, Nurunnabi, Rahman y Masud	2020
AC 14	Factors Associated with Spa Tourists' Satisfaction	Anaya-Aguilar, Gemar y Anaya-Aguilar	2021

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Artículo Científico	Número de Registro	Indizados	Año
AC 1	DOI: https://doi.org/10.24054/bistua.v17i1.275	Scopus	2019
AC 2	URL: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031010	Scopus	2016
AC 3	URL: https://innovacion.ciget.lastunas.cu/index.php/it/article/view/21	Web of Science	2020
AC 4	URL: https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/843	Web of Science	2018
AC 5	URL: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235126897011	Web of Science	2012
AC6	DOI: http://dx.doi.org/10.22206/cys.2015.v40i2.pp307-340	Scopus	2015
AC 7	DOI: https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019	Scopus	2021
AC 8	DOI: https://doi.org/10.30892/gtg.334spl10-601	Scopus	2020
AC 9	DOI: https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.12.007	Scopus	2021
AC 10	DOI: http://dx.doi.org/10.3390/jtaer16030027	Scopus	2020
AC 11	DOI: https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.002	Scopus	2020
AC 12	DOI: https://dx.doi.org/10.3390/su13010189	Scopus	2020
AC 13	DOI: http://dx.doi.org/10.3390/joitmc6040108	Scopus	2020
AC 14	DOI: https://doi.org/10.3390/math9040332	Scopus	2021

Anexo 14. Carta de autorización de la empresa.



IMPORTADORES DISTRIBUIDORES DE MATERIALES ELÉCTRICOS PARA
LA MINERÍA, PESQUERÍA, CONSTRUCCIÓN E INDUSTRIA EN GENERAL

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

28 de octubre de 2021

Señores

Escuela de Administración.

Universidad César Vallejo – Campus Lima Norte

A través del presente, Betsy Wendy Chuquimantari Martínez, identificado (a) con DNI N°40070865 representante de la empresa/institución Globaltec S.A.C. con el cargo de jefa de créditos y cobranzas, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que la siguiente persona:

a) Arlene Lilibeth Quijandria Martínez

Está autorizada para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada *Gestión administrativa y satisfacción del cliente en Globaltec S.A.C., Los Olivos, 2021.*

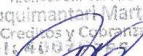
Si No

b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,


Globaltec S.A.C.
TECNOLOGIA GLOBAL
Betsy Chuquimantari Martínez
Jefa de Créditos y Cobranzas
DNI: 40070865

Firma y Sello

Nombre y Apellidos: Betsy Wendy Chuquimantari Martínez

Cargo: Jefa de créditos y cobranzas



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ROMERO PACORA JESUS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN GLOBALTEC S.A.C., LOS OLIVOS, 2021", cuyo autor es QUIJANDRIA MARTINEZ ARLENE LILIBETH, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y 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, 11 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ROMERO PACORA JESUS DNI: 06253522 ORCID 0000-0003-4188-2479	Firmado digitalmente por: JESUSROMEROP el 11- 12-2021 21:14:59

Código documento Trilce: TRI - 0218594