



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una institución
financiera, Lima, 2024

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Roldan Calderon, Tania Roxanna (orcid.org/0009-0003-9221-0530)

ASESORES:

Dr. Ruiz Villavicencio, Ricardo Edmundo (orcid.org/0000-0002-1353-1463)

Mg. Alberca Teves, Gustavo Javier (orcid.org/0000-0002-4872-6105)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RUIZ VILLAVICENCIO RICARDO EDMUNDO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.", cuyo autor es ROLDAN CALDERON TANIA ROXANNA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15%, 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, 03 de Agosto del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RUIZ VILLAVICENCIO RICARDO EDMUNDO DNI: 09809744 ORCID: 0000-0002-1353-1463	Firmado electrónicamente por: RERUIZVI el 10-08- 2024 15:50:56

Código documento Trilce: TRI – 0845660



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ROLDAN CALDERON TANIA ROXANNA estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
TANIA ROXANNA ROLDAN CALDERON DNI: 46075222 ORCID: 0009-0003-9221-0530	Firmado electrónicamente por: RCALDERONT el 03-08-2024 21:39:26-

Código documento Trilce: TRI – 0845659

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a Dios por permitirme continuar mi carrera y seguir creciendo profesionalmente y sobre todo a no rendirme. También lo dedico a mi mami porque, aunque han pasado 7 años de su partida no la olvido y porque siempre quiso que hiciera una carrera y sé que está muy contenta por mí y que hoy pueda cumplir mis sueños personales y profesionales. A mi papá que siempre busco lo mejor y me empuja a seguir sobresaliendo y a no rendirme. A mi esposo porque ha sido una pieza fundamental en toda esta etapa de mi carrera, impulsándome y motivando a que siempre luche por mis sueños e incluso hacer esta maestría. A mis docentes por sus grandes aportes profesionales y experiencia compartida, en especial al Dr. Ricardo porque ha sido mi asesor y porque me ha permitido llevar a cabo esta investigación y seguir impulsándome a que continúe con mi tesis, como nos dice ya falta poquito. A todos mis compañeros muchas gracias porque sin ustedes sé que no hubiera sido posible todo esto.

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por permitirme un logro más en mi carrera, creo que es una base fundamental en mi vida y en todo lo que realizo día a día, en segundo lugar a mi papá porque fue una satisfacción cuando le conté de mis estudios en especial esta maestría y a ti Jesús por ser mi esposo, mi compañero y sobre todo pieza fundamental quien me motivo y me empujo para llevar a cabo esta maestría, y por ultimo a esta institución porque me ha permitido culminar mi carrera y al lado de excelentes docentes y porque me ha permitido conocer y contar con grandes compañeros, en especial a una gran amiga Nelly por apoyarme e impulsarme para que continúe con esta maestría y a todos mis compañeros que hoy se vuelven en unas lindas amistades.

Índice de contenidos

Carátula	i
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	ii
Declaratoria de Originalidad del Autor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	11
III. RESULTADOS	14
IV. DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES	26
VI. RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	33

Índice de tablas

Tabla 1 Posición de la Variable - 1 y sus dimensiones	14
Tabla 2 Posición de la Variable - 2 y sus dimensiones	15
Tabla 3 Correlación entre las variables 1 y variable 2.....	16
Tabla 4 Correlación entre la Dimensión 1 y variable 2.....	17
Tabla 5 Correlación entre la Dimensión 2 y variable 2.....	18
Tabla 6 Correlación entre la Dimensión 3 y variable 2.....	19
Tabla 7 Correlación entre la Dimensión 4 y variable 2.....	20
Tabla 8 Prueba de Normalidad Gestión Administrativa – satisfacción al cliente	62

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en las Instituciones financieras, Lima, 2024. Además, busco dar un aporte a las herramientas gerenciales para un adecuado desarrollo económico, logrando de esta manera que el presente estudio contribuya al desarrollo económico, empleo y emprendimiento como ODS. La muestra fueron 79 clientes del distrito de Lima. La técnica que se utilizó fue la encuesta y como instrumento fue el cuestionario, donde se realizaron 27 preguntas. Cabe mencionar que ambos instrumentos tuvieron la validación de los expertos, el cual se calculó por intermedio del Alfa de Cronbach. Posteriormente se hizo la recolección de los datos los cuales fueron procesados en el programa estadístico SPSS versión 26, en donde se muestra a través de tablas de frecuencias y correlación de las variables y dimensiones en estudio. Por lo mismo se concluye en los resultados y la Prueba realizada del Rho Spearman, que hubo un coeficiente de correlación de 0.866 positivo muy fuerte, en la variable Gestión Administrativa la misma que se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente en las Instituciones financieras Lima, 2024.

Palabras clave: Gestión administrativa, satisfacción al cliente, planificación, organización.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between administrative management and customer satisfaction in financial institutions, Lima, 2024. In addition, it sought to contribute to the management tools for an adequate economic development, thus achieving that this study contributes to economic development, employment and entrepreneurship as SDGs. The sample consisted of 79 clients in the district of Lima. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire, where 27 questions were asked. It is worth mentioning that both instruments were validated by experts, which was calculated using Cronbach's alpha. Subsequently, the data was collected and processed in the SPSS version 26 statistical program, where it is shown through frequency tables and correlation of the variables and dimensions under study. Therefore, it is concluded in the results and the Rho Spearman test that there was a very strong positive correlation coefficient of 0.866 in the variable Administrative Management, which is significantly related to customer satisfaction in financial institutions in Lima, 2024.

Keywords: administrative management, customer satisfaction, planning, organization.

I. INTRODUCCIÓN

Se precisó que la gestión administrativa es de gran importancia en las empresas financieras para lograr alcanzar calidad en los servicios así mismo generando crecimiento económico y sostenible, al igual que la promoción del empleo y trabajo decente tomando en cuenta lo que indica el objetivo_8 ODS, (Mendoza & Moreira, 2021). La G. administrativa es el conjunto de decisiones necesarias para garantizar que una compañía alcance sus objetivos y defina su misión planificando su trabajo en consecuencia. (Chicaiza et al., 2022) La G. administrativa necesita estrategias que puedan orientar a la compañía ya que ayuda a alcanzar los objetivos, a direccionar, organizar, controlar y planificar deben utilizarse adecuadamente (Saavedra & Delgado, 2020). La misión de la gerencia administrativa es lograr que los objetivos de manera estratégica orientada a la compañía a través de la planificación estratégica para tomar correctas decisiones (Palomeque & Urdaneta, 2022). En general, la gestión administrativa se definió como un proceso realizado por la gerencia de una compañía (Zambrano & Concha, 2021).

A nivel mundial, se requiere una gestión de calidad del banco, por ende, las organizaciones deben mejorar el desempeño para lograr servicios de calidad (Supriyanto, et. al, 2021) Es decir, la gestión administrativa se refiere a una serie de directivas que gestionan de manera ordenada y continua las funciones que desempeña una organización planificando, organizando, controlando y dirigiendo a los altos funcionarios (Mendoza, et. al, 2021). Los procesos administrativos pudieron introducir cambios importantes en la estructura empresarial a través de actividades, permitiendo a la organización estar preparados para situaciones futuras (Cantos, et. al, 2019). La importancia de la administración en una compañía y una gestión mal dirigida pueden suponer costes elevados para la compañía, mientras que una buena gestión puede reducir costes y agilizar procesos. (Deus-to, 2021). La gestión administrativa se constituye, con personas vinculadas a una organización para trabajar hacia un objetivo organizacional donde se evidencia el estilo del trabajo en conjunto (Masaquiza, et. al, 2020).

A nivel nacional, (ASBANC,2023), nos dice que el sector financiero peruano ha implementado diversas estrategias para mejorar la eficiencia administrativa y la experiencia del cliente, sin embargo, persisten desafíos relacionados con la burocracia interna y la adaptabilidad a las necesidades del mercado. Un informe de (SBS, 2023) señala que, aunque las instituciones financieras en Perú han

incrementado su inversión en tecnología y capacitación, persisten desafíos importantes en términos de burocracia y eficiencia operativa. En términos de gestión administrativa y financiera es muy importante, porque es sobre esta base que se puede lograr el éxito en la organización, por lo que es necesario mantener un programa efectivo de organización, dirección, planificación y control de estas áreas (Mamani, 2024). La gestión administrativa digital atrae clientes o usuarios, por lo que las organizaciones deben adaptarse a las nuevas tecnologías, porque no sólo crea ventajas competitivas, sino que también promueve la sostenibilidad y la competitividad en el mercado (Relevancia de la gestión administrativa empresarial, 2024). Un estudio reciente (CCL, 2024) revela que los limeños consideran que los bancos aún tienen por mejorar los tiempos de espera, dar solución a los problemas y tener claridad en la comunicación. Estos factores son críticos, ya que Lima concentra una parte significativa de las transacciones financieras del país.

En Lima, la capital y centro financiero del país, la banca peruana demostró un crecimiento sostenido, pero también tienen serios problemas de gestión empresarial, entre ellos la falta de planificación, organización, dirección, teniendo dificultades para controlar y monitorear los procesos, descuidando la calidad en sus servicios y careciendo de sistemas de gestión efectivos y clientes insatisfechos, finalmente no se centran en la mejora continua y no se adaptan a los cambios globales, lo que provoca retrasos y pérdidas. Las instituciones financieras locales, aunque han avanzado en la implementación de tecnologías y mejoras en la G. administrativa, todavía enfrentan una brecha significativa en la satisfacción del cliente. Por ello los clientes peruanos siguen reportando insatisfacción con los tiempos de espera, la resolución de problemas y la claridad en la información proporcionada por estas instituciones.

Por consiguiente, a partir de estos principios se formula el Problema de investigación general: ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024? Del mismo modo se planteó los Problemas específicos: ¿Cuál es la relación que existe entre la Planificación, Organización, dirección, control y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024?

Según refieren los autores (Hernández et al, 2014), Justificación Teórica, este estudio contribuirá a ampliar el conocimiento existente sobre la relación entre la administrative management y lo servicios óptimos dentro de una institución financiera en Lima en el año 2024. Al aplicar y validar teorías previas en un entorno diferente,

se fortalecerá la comprensión de estos conceptos en el ámbito local y se identificarán posibles adaptaciones o especificidades que puedan ser relevantes para la gestión financiera en Perú. Justificación Práctica, los resultados de esta investigación tendrán implicaciones directas por el bien de la eficiencia y la experiencia del consumidor en instituciones financieras, se podrán diseñar estrategias específicas para optimizar procesos y recursos, lo que conducirá a una mayor satisfacción y fidelidad por parte de los clientes, mejorando así la competitividad y rentabilidad de la institución (Hernández et al, 2014).

Justificación Metodológica, este estudio se apoyará en una metodología hipotético-deductivo con enfoque cuantitativo. Combinado con métodos como encuestas y entrevistas, llevamos a cabo un estudio exhaustivo y la eficacia operativa de instituciones financieras (Hernández et al, 2014). Justificación Social, se busca mejorar la administrative management and the customer satisfaction en las instituciones financieras no solo beneficiará a la propia organización, sino también a la sociedad en su conjunto. Una gestión más eficiente se traducirá en servicios financieros más accesibles y efectivos para los clientes. Además, clientes más satisfechos podrán experimentar una mejor calidad de vida sus necesidades de una manera más efectiva.

Por lo cual como objetivo general se tiene: Determinar la relación que existe entre Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una institución financiera, Lima 2024 y como objetivos específicos tenemos a los siguientes: Determinar la relación que existe entre la Planificación, Organización, dirección, control y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024. Como hipótesis general se tiene: Existe relación entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024. Como hipótesis específicas se tiene: Existe relación entre la Planificación, Organización, dirección, control y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.

Como antecedentes internacionales tenemos a: Espinoza (2019) su propósito de investigación lograr la relación entre la gerencia y los servicios de calidad a los consumidores en las empresas. La investigación aplico un diseño que no realizo experimento. La muestra incluyó a 104. Los resultados para cada dimensión arrojaron 4.826 puntos por confiabilidad, lo que resultó en un nivel promedio de satisfacción de los huéspedes de 93%, superando significativamente las expectativas. Por lo tanto,

se puede concluir que la puntuación media global es de 4,65, lo que demuestra el alto índice de servicio óptimo y clientes satisfechos con los servicios prestados.

Según Bao et al (2020), la meta de su estudio fue relacionar la administración con la satisfacción del cliente mediante métodos cuantitativos, diseños correlacionales, prospectivos y transversales, la muestra fue de 147 estudiantes, y para recolectar datos se encuestaron mediante cuestionarios sus variables. En el análisis descriptivo, la hipótesis se prueba mediante una prueba de correlación y los resultados muestran la relación entre sus dos variables, dando como resultado un valor $r=,742$, siendo significativo, concluyendo que, la gerencia se relaciona con los servicios óptimos clientes.

Según Loor (2020), su estudio fue lograr la relación entre la administrativa y los usuarios satisfechos en las instituciones públicas, su método fue cuantitativo y su muestra fue de 116. Los resultados nos mostraron que el 60% de los clientes estuvieron de acuerdo en que los clientes satisfechos dependen de la administración, mientras que el 40% de los clientes no estuvo de acuerdo. Según Rho de Spearman, existiendo una alta correlación de ,591 entre la administración y los usuarios satisfechos. Si la relación existe, se deben mejorar los procedimientos de gestión para garantizar un adecuado servicio al cliente.

Según Poveda (2020), fue crear un modelo de G. administrativa en los diversos laboratorios, su metodología fue aplicada con un enfoque mixto, su muestra fueron 345 que hacen uso de los laboratorios, haciendo uso de instrumentos como encuestas. Los resultados fueron que 51.5 porcentaje considera que la dirección administrativa logro mejorar los servicios de calidad en educación y se concluyó que ambas variables en estudio brindan una base sólida para el conocimiento administrativo para el uso correcto de los servicios ofrecidos.

En la investigación desarrollada por Gómez et al. (2022), el fin de la investigación fue determinar los problemas de satisfacción al cliente que tiene la entidad y cuáles serían sus mejoras para desarrollar. Su investigación fue de enfoque cuantitativo - cualitativo. Se aplicaron métodos de recolección de información mediante encuestas, su muestra fue de 150 clientes, tuvo como resultado que el 26.7% se encuentra satisfecho y el 46.7% no se encuentra satisfecho con la administrativa management por parte de la entidad, concluyendo que aplicando una buena dirección administrativa se podrá lograr obtener clientes satisfechos con el servicio.

Como antecedente nacional tenemos a los siguientes: Pérez (2019) buscó examinar la G. administrativa y la conexión con los usuarios urbanos satisfechos. Su estudio fue cuantitativo con una población de 230 usuarios mediante un instrumento de cuestionario. Según el resultado de Spearman existe una correlación negativa de ,044 con una sig. de ,502. La conclusión es que se deben establecer nuevos procedimientos de gestión logrando así la satisfacción de sus consumidores.

Tomando a, Chumpitaz (2020) obtener el relacionamiento entre sus variables de estudio en las organizaciones, sus investigaciones se encuentran en un nivel adecuado. El instrumento de encuesta fue aplicado a una muestra con 148 clientes y el valor resultante fue $p_{0.002}$, el cual se encuentra por debajo del nivel sig. (0,05); el coef. de correlación del estudio es ,251.

Según Goitia (2020), el propósito de su estudio es entender el relacionamiento que existe entre la administración de las instituciones públicas y los usuarios satisfechos. Metodología básica, el instrumento es una encuesta y la muestra es de 500 personas. Los resultados muestran, según Rho, una correlación positiva muy deficiente de ,144 y una significancia de ,083, indicando la no relación entre la gestión administration de las instituciones públicas y los usuarios con satisfacción y que es necesario mejorar la gerencia administrativa y lograr cumplir con los requerimientos de los usuarios en las instituciones.

Según Tejada (2020), el propósito de su estudio es lograr la relación entre la administration de las instituciones públicas y los servicios de calidad del cliente. Sus métodos de investigación fueron métodos cuantitativos, diseño correlacional no experimental y su muestra fue de 80 colaboradores. Existe una correlación significativa con los clientes muy satisfechos ($p < 0,05$) siendo moderadamente positiva ($r = 0,608$). El objetivo final es mejorar los procesos de gestión para conseguir clientes satisfechos.

Asimismo, Suarez y Vásquez (2021), en su objetivo encontrar la relación de la g. administrativo con clientes satisfechos, aplicando una metodología de tipo descriptiva, el instrumento usado fue la encuesta teniendo una población de 50 clientes. Obteniendo como resultados una significancia de 0.000 y un $r = 0.869$, dando a concluir el vínculo de correlación entre las variables por lo que se aprueba la H1.

De acuerdo con las teorías de la variable gerencia administrativa tenemos a Henri Fayol, el primer experto en teoría administrativa, quien la consideró como un método de gestión. Propuso 14 principios de gestión que creía aplicables a todo tipo

de organizaciones. Estos principios incluyen división del trabajo, derechos y responsabilidades, disciplina, mando unificado, liderazgo unificado, etc. Fayol creía que la administración era una función universal que podía aplicarse a cualquier tipo de organización y sus ideas fueron cruciales para el desarrollo de la teoría administrativa. La función administrativa es la parte de la organización que se encarga de recolectar, transformar, almacenar y transferir claramente la información a los empleados y tomadores de decisiones de la organización para que puedan realizar las tareas internas y externas de la organización (Torres, 2014).

Según Drucker (1954), el padre de la gestión moderna, enfatizó la importancia de la gestión como función central de una organización, introdujo conceptos como la gestión por objetivos (MBO) y enfatizó la importancia de centrarse en los resultados. Drucker también fue pionero en el análisis de la organización estructural y la cultura corporativa y cómo afectan la eficacia gerencial. Entre ellos, la estructura organizacional es simple, caracterizada por baja formalización, centralización y planitud. Común en pequeñas empresas. Las burocracias mecánicas que están altamente formalizadas y realizan tareas rutinarias son adecuadas para organizaciones grandes y estables, como las fábricas. Una burocracia profesional, altamente especializada con una estructura descentralizada, que a menudo se encuentra en hospitales, universidades y empresas de consultoría. Una forma de división que consta de varias divisiones semiautónomas, cada una de las cuales opera casi como una empresa independiente. Estructura flexible, gran adaptabilidad y enfoque en la innovación. Común en industrias de alta tecnología y nuevas empresas.

También tenemos a (Robbins y Coulter, 2005), refiriendo a gestión o administración a la combinación de las actividades laborales para que estas actividades puedan realizarse de manera efectiva y a apoyo de las personas, lo que se convierte en el objetivo principal de toda gestión. Con la eficiencia y la utilidad como aspectos clave. Además, según Koontz et al. (2012) se refiere a la actividad de determinar las tareas básicas necesarias para lograr los objetivos del negocio y también incluye la identificación y asignación del personal adecuado a áreas relevantes y la creación de grupos de trabajo que se reflejan en la organización estructural. Garantizar la alineación entre funciones e individuos es un aspecto importante de una gestión empresarial exitosa.

Según Junshan (2017), la G. de la administración se entiende como las acciones que se realiza para lograr el movimiento y alcanzar las metas de la compañía, es por eso que dicho proceso se adapta a una serie de requisitos, tales como planificación, distribución de procesos, distribución. funciones, toma de decisiones. Tomando a nuestro teórico principal, la G. administrativa implica coordinar recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos de manera óptima para obtener los resultados deseados, las cuales deben estar alineadas con el enfoque tradicional de la administración, pero también deben incorporar elementos de la gestión moderna, adaptándose a las necesidades cambiantes del entorno empresarial, por ello se define G. administrativa es un conjunto de acciones dirigidas a cumplir con los objetivos de una organización mediante el adecuado uso del proceso administrativo: planifica, organiza, direccionar y controla Chiavenato (2006).

Entre sus dimensiones incluyen a la planificación estos planes definen los objetivos de la compañía y determinan los mejores procedimientos para alcanzar esos objetivos. Permite a la compañía a obtener y utilizar los recursos necesarios para lograr sus objetivos y monitorear el logro de los objetivos para implementar acciones correctivas. Hay dos tipos de planes siendo los planes de uso único y planes de uso continuo. Los planes únicos incluyen planes, proyectos y presupuestos, mientras que los planes continuos incluyen políticas, procedimientos y regulaciones. Esta fase establece las bases para guiar acciones y actividades futuras, y desarrolla objetivos y directrices claros para definir acciones para lograrlos. Esta función tiene cuatro elementos: Misión, Visión, Valores y Objetivos. Organización una vez establecidos los objetivos, se diseña y desarrolla la estructura de la compañía. Esta función tiene tres elementos: Procesos definidos, Asignación de tareas y roles, Distribución del personal. Esta es la segunda etapa de la administración donde se crea la estructura organizacional. Siguiendo con la dimensión dirección

Esta es la tercera etapa, la dirección implica acción e implementación con los clientes. relacionado con el despliegue de los recursos de una compañía y también se le conoce como motivación, estimulación y liderazgo. Esta función tiene cuatro elementos: Liderazgo, eficacia, delegación por autoridad y comunicación. Como cuarta dimensión Control: esta fase garantiza cumplimiento de metas de la compañía, Los controles mantienen una organización encaminada evitando desviaciones de sus objetivos. Esta función tiene cuatro elementos: Cumplimiento de metas, desempeño del personal, procedimientos y correcciones oportunas de fallas.

En cuanto a la base teórica de la satisfacción del cliente, tenemos los siguientes teóricos, según (Herzberg & Snyderman, 1959) es una de las teorías más influyentes en la motivación laboral, centrándose en el ambiente laboral que tiene un impacto significativo en la satisfacción del cliente, especialmente La gestión de empleados en industrias como las instituciones financieras, basada tanto en aspectos externos como internos, la teoría que la acompaña intenta sustentar las causas o efectos de la satisfacción, que describimos a continuación. Factores de higiene o factores externos. Estos son factores fuera del trabajo que pueden no siempre motivar a los empleados, pero si faltan, pueden generar insatisfacción en los empleados. Estos incluyen aspectos como la remuneración, las condiciones laborales, las políticas de la empresa, las relaciones con los gerentes y colegas y la seguridad laboral. La presencia de estos factores no conduce necesariamente a satisfacción o motivación, pero su ausencia puede provocar altos niveles de insatisfacción. Herzberg los llamó "factores de higiene" porque, al igual que la higiene personal, son necesarios para evitar problemas, pero no suficientes para motivar. Los factores motivacionales, que son factores importantes relacionados con el contenido del trabajo en sí, pueden aumentar la satisfacción y la motivación en el trabajo.

Aunque la teoría de Herzberg se enfoca en la motivación laboral, tiene implicaciones directas para la satisfacción del cliente en un contexto económico. La satisfacción de los empleados afecta directamente la calidad del servicio que brindan. Por ejemplo, unas condiciones de trabajo adecuadas y políticas justas (factores de higiene) pueden evitar la insatisfacción de los empleados, lo que a su vez puede impedirles transferir su insatisfacción a los clientes. Los factores motivacionales como el reconocimiento y el crecimiento personal pueden aumentar la satisfacción del cliente, haciendo que los empleados se encuentren muy comprometidos y motivados para brindar un mejor servicio. Por lo tanto, si las instituciones financieras quieren mejorar la satisfacción del cliente, deben considerar tantos factores de higiene como de motivación al gestionar a sus empleados. Un ambiente de trabajo positivo y motivador no sólo beneficia a los empleados, sino que también crea una mejor experiencia para los clientes. También estamos familiarizados con la teoría de la desconfirmación (Oliver, 1980), que propone que la satisfacción al cliente es el resultado de una comparación entre las expectativas previas y el desempeño percibido. La satisfacción ocurre cuando el desempeño supera las expectativas;

Oliver también analiza cómo la satisfacción del cliente afecta la lealtad y el comportamiento del consumidor a largo plazo.

Según (Yüksel y Yüksel, 2008), la satisfacción al cliente se conceptualiza utilizando la siguiente teoría la inconsistencia crea expectativas en una persona de que aguarda un producto de costoso valor y recibirá un producto de inferior valor, y luego se da cuenta de la insatisfacción, ante inconsistencias. Esto nos quiere decir que las incumplidas expectativas provocan un fastidio psicológico. El contraste se produce cuando el producto no cumple con las expectativas de los compradores, y el contraste entre las expectativas y resultados puede hacer que los compradores se excedan. Finalmente, el paradigma del rechazo de expectativas ocurre cuando los consumidores hacen una comparación después de haber comprado el producto, para ver si este cumple con sus expectativas de ser afirmativo se confirma esta expectativa, caso contrario surgiría la desconfirmación.

Asimismo, según la ISO, resultado de comparar las expectativas previas de un producto y/o servicio al final de la relación transaccional, (ISO, 2015). De manera similar, Considera que la satisfacción puede definirse como una evaluación actitudinal que realiza un consumidor después de una compra (Lovelock & Wirtz, 2009), En otras palabras, antes del consumo, los clientes establecen ciertas expectativas y son comparadas con el desempeño para formar actitudes. Según (Bateson & Hoffman, 2011) la satisfacción del cliente no se basa solo en la calidad técnica del servicio lo que se entrega, sino también en la calidad funcional cómo se entrega. Este enfoque holístico es fundamental para entender y mejorar la satisfacción del cliente en el sector servicios. Si el servicio o experiencia no cumple con los requerimientos, el consumidor no queda satisfecho; Si cumple con los requerimientos, Si dicho servicio supera la percepción del cliente (Kotler & Keller, 2016) compran bienes y servicios basándose en acciones esperadas previas.

Como el teórico principal se encuentra el trabajo de Kotler y Armstrong (2017). define como un nivel mental de un individuo, recibido de un artículo o servicio con la percepción de esa persona. Entre sus dimensiones de la satisfacción al cliente incluyen a Necesidad es la ausencia o falta de algo que se considera necesario. En el marketing, refleja el deseo del consumidor por un bien o servicio. Son aspectos que las empresas deben cumplir al lanzar al mercado sus productos. Servicio: Esto sucede cuando la función del artículo cumple con los requerimientos del cliente. En marketing, significa conjunto de tácticas destinadas a aumentar el valor del servicio

ofrecido. Con la estrategia adecuada, puede garantizar la máxima satisfacción del cliente y del usuario. Atributos: Estos son aspectos del producto que tienen valor de marketing. La indagación, el conocimiento, la manera de manipular y una mayor exploración a través de la comunicación y afectan su éxito o fracaso en el mercado.

II. METODOLOGÍA

El enfoque de la investigación adopto un enfoque cuantitativo, ya que busco medir la relación entre las variables de la presente indagación. Los métodos cuantitativos se utilizaron para analizar fenómenos que pueden ser medidos a través de datos recopilados mediante métodos estadísticos (Hernández et al, 2014). En este caso, el investigador, con la ayuda de programas estadísticos, midió la relación entre las variables de la indagación (Hernández et al, 2014).

El tipo de investigación fue básica, centrándose en resolver el problema de la Institución Financiera. Este tipo de investigación se enfocó en definir necesidades, problemas u oportunidades contextuales y luego aplicar el conocimiento científico para resolver estos problemas e hipótesis (Arias, et. al, 2021)

El diseño de la investigación fue no experimental de tipo transversal, ya que no se realizó un estudio experimental. En cambio, se desarrollaron estudios de las variables de gestión administrativa y la satisfacción al cliente en un periodo determinado sobre una muestra o población específica (Hernández et al, 2014). La investigación fue correlacional, dado que se midieron las variables de estudio y de esa forma establecer su relación. Un estudio correlacional es no experimental y mide dos variables para determinar su relación. (Arias, et. al, 2021)

La variable G. administrativa tiene como definición conceptual es el conjunto de actividades dirigidas a la utilización eficiente y efectiva de los recursos de una organización para alcanzar uno o varios objetivos previamente establecidos a través de sus dimensiones: planeación, organizar, direccionamiento y controlar (Chiavenato, 2011). Las dimensiones como primera dimensión tenemos a Planificación, sus indicadores son los propósitos de toda compañía. Segunda dimensión: Organización, sus indicadores son procesos definidos, asignación de tareas y roles, distribución del personal. Como su tercera dimensión es dirección, sus indicadores son liderazgo, eficacia, delegación por autoridad y comunicación. Como ultima dimensión tenemos a control, sus indicadores son: cumplimiento de metas, desempeño del personal, procedimientos y correcciones oportunas de fallas (Chiavenato, 2011).

La variable Satisfacción al cliente tiene se define el nivel de humor de una persona determinado al comparar sus expectativas con el desempeño percibido de un producto o servicio, entre sus dimensiones tenemos a Necesidad, servicio y atributos (Kotler y Armstrong, 2017). Entre sus dimensiones tenemos a la primera Necesidad, sus indicadores son Percepción, contacto, atracción, interés. Segunda dimensión es

Servicio, sus indicadores son Recomendación, tranquilidad, cumplimiento, confianza. Como última dimensión tenemos a Atributos, sus indicadores son Expectativas, absolución de preguntas, absolución de quejas, temporalidad. (Kotler y Armstrong, 2017).

La población se definió como los casos que tienen características específicas en común (Hernández et al, 2014). En la investigación, la población consistió en 100 clientes, entre hombres y mujeres, los cuales adquirieron un producto en una institución financiera durante los meses de diciembre, enero y febrero.

La muestra se calculó en función de esta población, utilizando un muestreo probabilístico para obtener resultados representativos. El muestreo probabilístico permitirá generalizar los resultados de manera determinista (Hernández, 2018).

Para la recolección de datos, se aplicó la técnica de la encuesta, lo que permitió obtener información sobre las opiniones de los encuestados respecto a la G. administrativa y la satisfacción al cliente. Las encuestas son sistemas de preguntas diseñadas para recopilar datos de investigación y son efectivas para observaciones científicas (Hernández, 2018). Se utilizó cuestionarios como herramientas de recolección de datos. Estos cuestionarios incluyeron índices sumativos y escalas para medir las actitudes de la población de estudio, proporcionando una herramienta que facilite la obtención de información y medición (Arias, et. al, 2021).

Para asegurar la validez y confiabilidad del instrumento, se aplicaron pruebas de validez y confiabilidad (Hernández, 2018). La validez midió el grado en que un instrumento evalúa la variable que pretende medir, mientras que la confiabilidad se refiere a la capacidad del instrumento para obtener resultados consistentes. Para esto se usó el alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna del cuestionario, permitiendo estimar cómo mejoraría o empeoraría la confiabilidad si se excluyeran ciertos ítems. Se utilizó el análisis estadístico para cuantificar y verificar la información recopilada, empleando software estadístico como SPSS versión 26, para analizar las variables de gestión administrativa y la satisfacción al cliente (Hernández et. al, 2014).

Considerar éticamente el Reglamento General de Grados y Títulos de la universidad, el Código de Ética en Investigación y Propiedad Intelectual. Estos documentos regulan el comportamiento ético de los investigadores de la institución. Por lo que se respetan los derechos de los autores y se hace referencia al desarrollo de la investigación. Asimismo, se tuvo en cuenta los siguientes principios la investigación ha contado con el consentimiento del encuestado, sabiendo que es para

fines académicos, también que la investigación será publicada en el repositorio de la universidad una vez finalizada, la misma que tiene su propia información, respetando las citas de los autores.

III. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 1 Posición de la Variable - 1 y sus dimensiones

	V1 G. administrativa		D1 Planificar		D2 Organizar		D3 Direccionar		D4 Controlar	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0	0	0	2	2.5	2	2.5	0	0
Medio	8	10.1	5	6.3	20	25.3	27	34.2	10	12.7
Alto	71	89.9	74	93.7	57	72.2	50	63.3	69	87.3
Total	79	100.0	79	100.0	79	100.0	79	100.0	79	100.0

En nuestra primera tabla 1 se visualizó que el porcentaje según la encuesta realizada a la variable Gestión Administrativa es de 89.9 % alto, seguido por las dimensiones con un 93.7% en Planificación un alto porcentaje sobre las otras dimensiones, seguidamente con un 87.3% de control, continuando con un 72.2% de su dimensión organización y finalmente con un 63.3% en la dimensión de dirección. Así mismo podemos mencionar que los clientes encuestados consideran que el 34.2% tiene un nivel medio respecto a su dimensión de dirección, seguido con un 25.3% en Organización, un 12.7% en control, un 10.1% en su variable gestión administrativa y por último un 6.3% en Planificación, siendo esta la última con menor valor.

Análisis descriptivo

Tabla 2 Posición de la Variable - 2 y sus dimensiones

	V2_Satisfacción al cliente		D1_Necesidad		D2_Servicio		D3_Atributos	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Medio	16	20.3	22	27.8	18	22.8	27	34.2
Alto	63	79.7	57	72.2	61	77.2	52	65.8
Total	79	100.0	79	100.0	79	100.0	79	100.0

En nuestra tabla 2 se visualizó que el porcentaje según la encuesta realizada a la variable 2 Satisfacción al cliente es de 79.7% alto, seguido por las dimensiones con un 77.2% en Servicio con un alto porcentaje sobre las otras dimensiones, continuando con un 72.2% de su dimensión necesidad y finalmente con un 65.8% en la dimensión de atributos. Así mismo podemos mencionar que los clientes encuestados consideran que el 34.2% tiene un nivel medio respecto a su dimensión de atributos, seguido con un 27.8% en Necesidad, un 22.8% en Servicio y por último un 20.3% en su variable satisfacción, siendo esta la última con menor valor.

Análisis Inferencial

Prueba de hipótesis general

- H0 No existe relación entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente
- Ha Existe relación entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente

Tabla 3 Correlación entre las variables 1 y variable 2

Gestión Administrativa	Satisfacción al cliente	coef. co_relación	,866**
		sig (bilateral)	0.00
		N	79

** . Correlación sig

En la tabla 4 se visualizó lo resultados en la cual se obtuvo $r = ,866$ y una sig. de $p = 0.00$, donde se logró identificar una relación positiva alta. Por lo que se procedió a rechazo H0 y se concluyó la existencia de relación directa y entre sus variables1 y 2.

Análisis Inferencial

Hipótesis Específica 1

H0 No existe relación entre la Planificación y la satisfacción al cliente

Ha Existe relación entre la Planificación y la satisfacción al cliente

Tabla 4 Correlación entre la Dimensión 1 y variable 2

Planificación	Satisfacción al cliente	coef. co_relación	,597**
		sig (bilateral)	0.00
		N	79

** . Correlación sig

En la tabla 5 se visualizó los resultados en la cual se obtuvo $r = ,597$ y una sig. de $p = 0.00$, donde se logra identificar una relación positiva moderada. Por lo que se procedió a rechazar H0 y se concluyó la existencia de relación directa entre la dimensión_1 y variable_2.

Hipótesis Específica 2

H0 No existe relación entre la Organización y la satisfacción al cliente

Ha Existe relación entre la Organización y la satisfacción al cliente

Tabla 5 Correlación entre la Dimensión 2 y variable 2

Organización	Satisfacción al cliente	coef. co_relación	,784**
		sig (bilateral)	0.00
		N	79

** . Correlación sig

En la tabla 6 se visualizó los resultados en la cual se obtuvo $r = ,784$ y una sig. de $p = 0.00$, donde se logró identificar una relación positiva alta. Por lo que se procedió a rechazar H0 y se concluyó la existencia de relación directa entre la dimensión_2 y variable_2.

Hipótesis Específica 3

H0 No existe relación entre la Dirección y la satisfacción al cliente

Ha Existe relación entre la Dirección y la satisfacción al cliente

Tabla 6 Correlación entre la Dimensión 3 y variable 2

Dirección	Satisfacción al cliente	coef. co_relación	,839"
		sig (bilateral)	0.00
		N	79

** . Correlación sig

En la tabla 7 se visualizó lo resultados en la cual se obtuvo $r = ,839$ y una sig. de $p = 0.00$, donde se logró identificar una relación positiva alta. Por lo que se procedió a rechazo H0 y se concluyó la existencia de relación directa entre la dimensión_3 y variable_2.

Hipótesis Específica 4

H0 No existe relación entre la Control y la satisfacción al cliente

Ha Existe relación entre la Control y la satisfacción al cliente

Tabla 7 Correlación entre la Dimensión 4 y variable 2

Control	Satisfacción al cliente	coef. co_relación	,878**
		sig (bilateral)	0.00
		N	79

** . Correlación sig

En la tabla 8 se visualizó lo resultados en la cual se obtuvo $r = ,878$ y una sig. de $p = 0.00$, donde se logró identificar una relación positiva alta. Por lo que se procedió a rechazo H0 y se concluyó la existencia de relación directa entre la dimensión_4 y variable_2.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación se tuvo como objetivo general “Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la satisfacción al cliente” en una institución financiera de Lima, 2024. También se quiso concluir las probabilidades de relaciones entre las dimensiones de la variable gestión administrativa con las dimensiones de la variable satisfacción al cliente. Dicho estudio tuvo como justificación teórica ya que este estudio contribuirá ampliar el conocimiento existente sobre la relación entre las variables de estudio, se busca llenar ese vacío y aportar con un conocimiento aplicable a entidades financieras a nivel nacional o local con la ayuda de comparación de los resultados obtenidos, se habla de la justificación a nivel metodológico ya que se aplicó una encuesta entorno aspectos relativos a las variables del estudio y el método de recolección de datos. Una vez culminado dicha investigación, dichas encuestas se podrían usar futuros estudios que desean seguir investigando. Del mismo modo en los resultados descriptivos de la variable gestión administrativa logro obtener un 89.9 % alto, 10.1% medio y 0% bajo.

Del mismo modo para la variable satisfacción del cliente sus resultados descriptivos fueron los siguientes 79.7% alto, 20.3% medio y 0% bajo partiendo de los resultados obtenidos como investigador se aprobó la hipótesis general donde se demuestra que la gestión administrativa tiene una relación significativa con la satisfacción del cliente en una institución financiera de Lima, 2024, Logrando un coeficiente de correlación de $r=,866$, obteniendo un resultado positivo alto, logrando una $p=0.000$ y de esta forma se logró aprobar la hipótesis formulada en la presente investigación. Dichos resultados se podrán comparan con las siguientes investigaciones de los autores Espinoza (2019) destaco que la puntuación media global es de 4,65, lo que demuestra el alto índice de calidad y satisfacción del cliente con los servicios prestados, cuyo resultado arrojaron 4.826 puntos por confiabilidad, lo que resultó en un nivel promedio de satisfacción de los huéspedes de 93%.

De la misma manera tomamos a Loor (2020), concluyo que se deben mejorar los procedimientos de gestión para garantizar un adecuado servicio al cliente, cuyos resultados fueron, existe una alta correlación positiva de 0,591 entre la administración y la satisfacción del usuario; del mismo modo tomamos al teórico Kotler y Armstrong (2017). Definen la satisfacción del cliente, Dado que el nivel mental de un individuo es comparado con el rendimiento percibido de un producto o servicio con las expectativas de esa persona. Dichos estudios fueron contrastados con los resultados

logrados en dicha investigación que han dado gran aporte al desarrollo del estudio y ampliado de conocimiento las variables.

De acuerdo a lo propuesto en el objetivo uno donde se busca identificar la relación entre la planificación y los consumidores satisfechos en una institución financiera de Lima, obteniendo dichos resultados en la estadística descriptiva un 93.7 % alto, 6.3% medio y 0% bajo, de la misma forma se lograron obtener los resultados de la prueba inferencial donde $r=,597$ y $p=0.000$, cual relación fue relevante entre la visión, misión, valores y objetivos logrando tener relación con la satisfacción de los clientes en una institución financiera de Lima. Teniendo que contrastar con referentes investigaciones y teóricos, como Gómez et al. (2022), concluyeron que aplicando una buena gestión administrativa se podrá lograr obtener clientes satisfechos con el servicio, teniendo como resultados el 26.7% se encuentra satisfecho y el 46.7% no se encuentra satisfecho con la gerencia administrativa por parte de la organización. Tenemos a Pérez (2019), La conclusión es que se deben establecer nuevos procedimientos de gestión para satisfacer las necesidades de los usuarios, cuyos resultados obtenidos fueron existe una correlación negativa moderada de 0.044 con una significancia de 0.502.

Henry Fayol, considerándola como un método de gestión. La función administrativa es aquella parte de la organización que recopila, transforma, almacena y difunde información de manera clara al personal y a los tomadores de decisiones de la organización para que puedan realizar las tareas internas y externas de la organización (Torres, 2014), De la misma manera tomamos al teórico Chiavenato (2011). La administración administrativa es un conjunto de acciones enfocadas en alcanzar los objetivos de una organización mediante la aplicación adecuada del procedimiento administrativo. Contrastando con la investigación dichos resultados demuestran la importancia que tiene la planificación para obtener resultados positivos y satisfactorios en los clientes.

De tal forma a la sugerencia realizada en el objetivo dos donde se busca identificar la relación entre la organización y la customer satisfaction en una institución financiera de Lima, obteniendo dichos resultados en la estadística descriptiva un 72.2% alto, 25.3% medio y 2.5% bajo, de la misma forma se lograron obtener los resultados de la prueba inferencial donde $r=,784$ y $p=0.000$, cual relación fue relevante entre los procesos definidos, asignación de tareas y roles, distribución del personal logrando tener relación con la satisfacción de los clientes en una institución financiera

de Lima. Teniendo que ser contrastados dichos resultados con investigaciones referentes tales como Chumpitaz (2020), determinar la relación entre la administrative management and the customer satisfaction en las organizaciones, logrando la obtención de los siguientes resultados coeficiente de correlación del estudio es 0,251, Goitia (2020), concluir que no existe relación entre la gestión administration de las instituciones públicas y la satisfacción de los usuarios y que es necesario mejorar la gestión administrativa y de esta forma lograr satisfacer las necesidades de los usuarios en las instituciones públicas, sus resultados fueron una correlación positiva muy baja de 0,144 y una significancia de ,083. En cuanto a la base teórica satisfacción al cliente, tenemos a los siguientes teóricos, Asimismo, según la ISO, resultado de comparar las expectativas previas de un producto y/o servicio al final de la relación transaccional, (ISO, 2015).

Dichos resultados ayudaron a ampliar los conocimientos en el estudio y tener una visión diversa de la satisfacción a los clientes. dicho concepto le dio un importante logro a la investigación dando nuevos conceptos y teniendo una visión distinta a como uno ve las cosas y situaciones. De tal forma a la sugerencia realizada al tercer objetivo donde se busca identificar la relación entre la dirección y los clientes satisfechos en una institución financiera de Lima, obteniendo dichos resultados en la estadística descriptiva un 63.3 % alto, 34.2% medio y 2.5% bajo, de la misma manera se lograron obtener los resultados de la prueba inferencial donde $r=,839$ y $p=0.000$, cual relación fue relevante entre liderazgo, eficacia, delegación por autoridad, comunicación logrando tener relación con la satisfacción de los clientes en una institución financiera de Lima. Dichos resultados serán contrastados con las siguientes investigaciones. De manera similar, Considera que la satisfacción puede definirse como una evaluación actitudinal que realiza un consumidor después de una compra (Lovelock & Wirtz, 2009),

Bao et al (2020), concluyo que, la gestión administrativa se relaciona con la calidad de servicio percibida por usuarios de una Escuela de Posgrado, teniendo como resultado un valor $r= 742$ y p valor = 0,000, siendo significativo, del mismo modo tenemos a Poveda (2020), destaco que ambas variables de estudio establecen las bases sólidas en el conocimiento de la administración para el uso correcto de los servicios ofrecidos, teniendo como resultado que 51.5% considera que la gestión de tipo administrativa mejora la calidad de la educación. Dichas investigaciones

apoyaran en complementar la investigación con antecedentes de las variables de estudio.

También tenemos a (Robbins y Coulter, 2005), donde detalla la G. administrativa a la planificación de las actividades laborales para que se puedan realizar de manera efectiva y por intermedio de otras personas, lo que se convierte en el principal objetivo de la gestión. Con la eficiencia y la utilidad como aspectos clave.

Según (Yüksel y Yüksel, 2008), la satisfacción al cliente se conceptualiza utilizando la siguiente teoría la inconsistencia crea expectativas en una persona de que aguarda un producto de costoso valor y recibirá un producto de inferior valor, y luego se da cuenta de la insatisfacción, ante inconsistencias. Esto nos quiere decir que las incumplidas expectativas provocan un fastidio psicológico. El contraste se produce cuando el producto no cumple con las expectativas de los compradores, y el contraste entre las expectativas y resultados puede hacer que los compradores se excedan. Finalmente, el paradigma del rechazo de expectativas ocurre cuando los consumidores hacen una comparación después de haber comprado el producto, para ver si este cumple con sus expectativas de ser afirmativo se confirma esta expectativa, caso contrario surgiría la desconfirmación.

De tal forma a la sugerencia realizada al cuarto objetivo donde se busca identificar la relación entre el control y los clientes con mucha satisfacción en una institución financiera de Lima, obteniendo dichos resultados en la estadística descriptiva un 87.3% alto, 12.7% medio y 0% bajo, de la misma manera se lograron obtener los resultados de la prueba inferencial donde $r=,878$ y $p=0.000$, cual relación tiene gran relevancia entre el cumplimiento de metas, desempeño del personal, procedimientos, correcciones oportunas de fallas logrando tener relación con la satisfacción del cliente en una institución financiera de Lima, lo cual dichos resultados serán contrastados por las siguientes investigaciones como Tejeda (2020), cuyo objetivo mejorar los procesos de gestión para conseguir clientes satisfechos, logrando los siguientes resultados ($p<0,05$) y la correlación es moderadamente positiva ($r=0,608$).

Tomando también a, Suarez y Vásquez (2021), donde se concluye que sí existe correlación entre las variables por lo que se aprueba la hipótesis planteada, logrando los siguientes resultados significancia de 0.000 y un $r=0.869$ y al teórico Según Junshan (2017), la gestión de la administración debe entenderse como una serie de acciones que se deben realizar para movilizar una serie de recursos disponibles para lograr los objetivos organizacionales, es por eso que dicho proceso se adapta a una

serie de requisitos, tales como planificación, distribución de procesos, distribución. funciones, toma de decisiones, resultando la valiosa importancia que cada investigación dio un gran aporte al estudio realizado.

Si el servicio o experiencia no cumple con los requerimientos, el consumidor no queda satisfecho; Si cumple con los requerimientos, Si dicho servicio supera la percepción del cliente (Kotler & Keller, 2016). Según Drucker (1954), el padre de la gestión moderna, enfatizó la importancia de la gestión como función central de una organización, introdujo conceptos como la gestión por objetivos (MBO) y enfatizó la importancia de centrarse en los resultados. inversión.

Contrastando con las indagaciones y teorías dando a relevancia a la investigación, se puede precisar el resultado logrado ha sido ampliar el panorama de la problemática planteada y que permitió aplicar correctamente en la presente investigación.

V. CONCLUSIONES

Acerca del objetivo general de la investigación se pudo determinar con una correlación $r=,866$ de las variables gestión administrativa y satisfacción del cliente con un $p=0.00$, donde se refuto la H_0 , De los resultados obtenidos podemos dar evidencia que la variable gestión administrativa presento una significancia positiva con respecto a la variable satisfacción del cliente en una Institución Financiera, Lima 2024, por tal razón se tiene que si desarrollan una adecuada gestión administrativa se tendrá un incremento en la satisfacción de los clientes en la institución financiera.

Acerca del primer objetivo específico se pudo determinar con una correlación $r=,597$ de planificación y satisfacción del cliente con un $p=0.00$, donde se refuto la H_0 , De los resultados obtenidos que la planificación presento una significancia media con respecto a la satisfacción del cliente en una Institución Financiera, Lima 2024, por tal razón se entiende que si se pone a prueba las mejoras en la planificación y de esa manera se podrá incrementar a clientes con mucha satisfacción ante los servicios de la institución financiera.

Acerca del segundo objetivo específico se pudo determinar con una correlación $r=,784$ entre la organización y la satisfacción del cliente con un $p=0.00$, donde se refuto el H_0 , De los resultados logrados se evidencia que la organización presento una significancia alta con respecto a la satisfacción del cliente en una Institución Financiera, Lima 2024, por tal razón se entiende que poniendo en práctica la organización en los procesos podrán obtener trabajadores ofreciendo un valor agregado a los servicios de la Institución Financiera.

Acerca del tercer objetivo específico se pudo determinar con una correlación $r=,839$ entre la dirección y la satisfacción al cliente con un $p=0.00$, donde se refuto el H_0 , De los resultados logrados se evidencia que teniendo en consideración la dirección de la organización podremos generar más satisfacción de los clientes en una Institución Financiera

Acerca del cuarto objetivo específico se pudo determinar con una correlación $r=,878$ entre el control y la satisfacción del cliente con una $p=0.00$, donde refuto la h_0 , De los resultados obtenidos se muestra que aplicando un mejor control en los servicios de la entidad financiera podrá disminuir la insatisfacción de sus clientes.

VI. RECOMENDACIONES

Una buena gestión administrativa brindada en una entidad financiera de Lima, influye mucho en como los clientes se sienten satisfechos con los servicios, por tanto, se recomienda a la gerencia de la compañía financiera implemente indicadores de gestión administrativa a fin de afianzar con el personal y reforzar la calidad de los servicios.

Se recomienda a la gerencia de la compañía financiera retroalimentar a sus colaboradores sobre la misión, visión, valores y objetivos de la organización a fin de mejorar los servicios evitando los reclamos de los clientes con la finalidad de mejorar la satisfacción de los mismos.

Se recomienda a la gerencia de la compañía financiera tener siempre sus procesos definidos entre sus colaboradores para cumplir con las solicitudes de los clientes dando un servicio de calidad a fin de lograr que aumente la satisfacción en los clientes.

Se recomienda a la gerencia de la compañía financiera generar líderes entre sus colaboradores y brindar siempre una comunicación asertiva a fin que ellos transmitan a los clientes un buen servicio con la mejor actitud, siendo empáticos con los clientes a fin de lograr que aumente la satisfacción en los clientes.

Se recomienda a la gerencia de la compañía financiera desarrollar la implementación un sistema de cumplimiento de metas entre sus colaboradores a fin de mejorar sus expectativas y lograr Fidelización con la organización, logrando que ellos transmitan a los clientes un servicio de calidad y garantía a fin de lograr que aumente la satisfacción en los clientes.

REFERENCIAS

- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. *Enfoques Consulting EIRL*, 1(1), 66-78.
- Asociación de Bancos del Perú (ASBANC). (2023). Informe anual de la banca peruana. Lima: ASBANC.
- Bao, C., Marcelo, M., Gutiérrez, M., & Rosaluz Bardales, F. C. (2020). Gestión administrativa y calidad de servicio percibida por usuarios de una escuela de posgrado, Huánuco-Perú. *Gaceta Científica*. Recuperado el 01 de Julio de 2021, de <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/787/677>
- Bateson, J. E. G., & Hoffman, K. D. (2011). *Managing Services Marketing: Text and Readings* (7th ed.). Cengage Learning.
- Betancourt, I., & Gonzales, D. (n.d.). Satisfacción en el trabajo y calidad de servicio al cliente según la teoría dual de Herzberg. Bilbao C., M. T., Arellano M., M. P., & García C., M. A. (2012). Hemoptisis. *Revista Médica La Paz* (Vol. 18). Retrieved from http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S172689582012000200012
- Cámara de Comercio de Lima (CCL). (2024). Estudio sobre la satisfacción del cliente en el sector financiero limeño. Lima: CCL.
- Cantos, M. A. B., Figueroa, M. D. L. C., & Parrales, S. M. B. (2019). Strategic planning and administrative management in microenterprises. *CIENCIAMATRIA*, 5(9), 623-635.
- Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la teoría general de la administración* (8ª ed.). McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de Administración*. Mc Graw Hill.
- Chicaiza, N., Chicaiza, B., Velasco, A., & Mena, N. (2022). Diagnóstico de la gestión administrativa en la Compañía de Transporte "Rutas Salcedenses" a través de herramienta de análisis FODA. *Pol. Con. volumen 7, número 3*, 1114-1129. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3781/8733>.
- Chumpitaz Napan, N. S. (2020). Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020. En *Repositorio Institucional—UCV. Universidad César Vallejo*.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. Harper & Brothers.

- Drucker, P. F. (2008). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. Harper Business.
- Espinoza, O. (2019). *Administrative management and customer service quality at the El Molino hotel, 2018 period*. (Graduation thesis), National University of Chimborazo, Ecuador. Available at: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5776/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2019-0022.pdf>
- Goitia, A. (2020). *Gestión administrativa y satisfacción de los usuarios en el Área de Participación Ciudadana de la Municipalidad de Carabayllo*. (Tesis de Maestría) Universidad César Vallejo
- Gomez, M., Jaramillo, F., Gaibor, C., & Gamboa, J. (2022). *Análisis de la gestión administrativa y calidad del servicio de emergencia del Centro Tipo C San Rafael de Esmeraldas 2020*. Sapienza. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i5.446>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. *Libro Metodología de la Investigación 6ta edición*. 2014
- Hernandez-Sampieri. (2018). *Metodología de la Investigación*. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The Motivation to Work* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Hsieh, T. (2010). *Delivering happiness: A path to profits, passion, and purpose*. Business Plus.
- Junshan, Z. (2017). *The Structure and Management of Administrative Organizations in Universities under the Construction of "Double First-rate"*. *The Science Education Article Collects*, 9, 57.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4. 0: Moving from traditional to digital*. Nueva Jersey: John Wiley & Sonsa. Recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com/upc.remotexs.xyz/lib/upc-> [Consulta 06 de Septiembre del 2020]

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing (Decimotercera)*. Pearson Educación
- Loor, Y. (2020). *Gestión administrativa y satisfacción del usuario externo del área de aislamiento de tuberculosis del Hospital General Guasmo Sur, Guayaquil*. (Tesis de Maestría) Universidad César Vallejo.
- Mamani Ttito, E. (2024). *Gestión administrativa y morosidad en las instituciones educativas pertenecientes a una organización confesional de la zona sur del Perú*. *Investigación & Negocios*, 17(29), 19 - 25. doi:10.38147/invneg.v17i29.197
- Masaquiza Jerez, T. A., Palacios Ocaña, A. M., & Moreno Gavilanes, K. A. (2020). *Gestión Administrativa y ejecución presupuestaria de la Coordinación Zonal de Educación-Zona 3*. *Revista Científica UISRAEL*, 7(3), 51-65.
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425.
- McKinsey & Company. (2022). *The future of financial services: How to meet customer expectations*. New York: McKinsey & Company.
- Mendoza, V., & Moreira, J. (2021). *Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen*. *Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, volumen 6, número 3, 608-620. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414>.
- Mendoza-Fernandez, V. M., & Moreira-Chóez, J. S. (2021). *Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen*. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 6(3), 608-620.
- Miguel Osorio Chávez, L., Octavio, E. y Yudet, D. (2022, enero). *Digital Marketing in the Hardware Business, an Opportunity for Peruvian MYPES Positioning and Survival in the face of the Covid-19 Pandemic*. In *Proceedings of the 13th International Conference on e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning 2022*
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. 4ta. Edición. Colombia: Ediciones de la U.

- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., Villagómez Paucar, A. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. 5ta. Edición. Colombia: Ediciones de la U.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Palomeque, M., & Urdaneta, A. (2022). Planning and control of the administrative management of production in the agricultural sector of the province of El Oro. *Pol. Con.* volume 7, number 6, 302-326. <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/4075>.
- Peña Ponce, D. K., Sanchez Chancay, M. R., & Sancan Lopez, L. T. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *RECIMUNDO*, 6(suppl 1), 120-131. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.120-131](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131)
- Perez, C. (2019). Gestión administrativa y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de pólvora, provincia de Tocache, región San Martín. (Tesis de grado) Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- Poveda Achi, K. M. (2020). Gestión administrativa y su relación en la calidad de servicio en laboratorios de psicología: Caso PUCESA (Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador).
- Relevancia de la gestión administrativa empresarial. (2024). *Gestión En El Tercer Milenio*, 27(53), 405-427. <https://doi.org/10.15381/gtm.v27i53.28392>
- Robbins y Coulter . (2005). Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2013). *Administración* (12ª ed.). Pearson.
- Saavedra, J., & Delgado, J. (2020). Gestión del Control Interno en el Sector Educación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, volumen 4, número 2, 1557-1573. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.183.
- Shafagatova, A., Van Looy, A., & Maleki Shamasbi, S. (2023). Uncovering the combined impact of process characteristics and reward types on employees' job satisfaction: A European quantitative study. *Sage Open*, 13(1), 215824402311601251
- Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14ª ed.). México: McGraw-Hill
- Sheoliha, N., Hajira, B., Singh, A., Rawat, P., Rawal, P., & Sharma, A. (2023). The Impact of Digital Marketing and Digital Transformation on E-Commerce,

- Positioning and Brand Promotion. *Journal of Informatics Education and Research*, 3(2).
- Suarez Mena, Y. E., & Vásquez Medina, E. I. (2021). Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de calzados «valles» SAC del distrito el Porvenir—Trujillo, 2020. En Universidad Privada Antenor Orrego. Universidad Privada Antenor Orrego.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1937847.
- Tejeda, A. (2020). Gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la municipalidad provincial de Casma. (Tesis de Maestría) Universidad César Vallejo.
- Yüksel, A., y Yüksel, F. (2008). Consumer satisfaction theories: a critical review. *Tourist satisfaction and complaining behavior: Measurement and management issues in the tourism and hospitality industry*.
- Zambrano, J., & Concha, J. (2021). Análisis de la gestión administrativa y su impacto en la rentabilidad de la empresa pinturas Mundocolor, del cantón Santo Domingo. *Pol. Con.*, volumen 6, número 4, 763-780. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927027>.

ANEXOS

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación que existe entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.						
Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	ITEM	NIVELES
Gestión administrativa	Gestión administrativa, Es el conjunto de actividades dirigidas a la utilización eficiente y efectiva de los recursos de una organización para alcanzar uno o varios objetivos previamente establecidos a través de la planificación, organización, dirección y control (Chiaventato, 2006)	Esta variable se operacionaliza en sus 4 dimensiones Planificación, Organización, Dirección, y control. Para ello se esta utilizando como instrumento el cuestionario el cual consta de 14 preguntas.	Planificación	Misión Visión Valores Objetivos	1 al 4	1 Nunca 2 Casi nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 siempre
			Organización	Procesos definidos Asignación de tareas y roles Distribución del personal	5 al 7	
			Dirección	Liderazgo Eficacia Delegación por autoridad Comunicación	8 al 10	
			Control	Cumplimiento de metas Desempeño del personal Procedimientos Correcciones oportunas de fallas	11 al 14	
Satisfacción al cliente	Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler y Armstrong, 2017).	Esta variable se operacionaliza en sus 3 dimensiones Necesidad, servicio y atributos. Para ello se esta utilizando como instrumento el cuestionario el cual consta de 13 preguntas.	Necesidad	Percepción Contacto Atracción Interés	15 al 18	1 Nunca 2 Casi nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 siempre
			Servicio	Recomendación Tranquilidad Cumplimiento Confianza	19 al 22	
			Atributos	Expectativas Absolución de preguntas Absolución de quejas Temporalidad	23 al 27	

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGIA	POBLACIÓN Y TECNICAS
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	V. Independiente	ENFOQUE Cuantitativa Tipo de Investigación Basica Nivel Correlacional Diseño de Investigación No experimental - transversal	POBLACIÓN 100 clientes Muestra 79 clientes Recolección de Datos Cuestionario con 27 preguntas Procesamiento de datos Uso del programa Excel y del programa estadístico SPSS
¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024?	Determinar la relación que existe entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.	Existe relación entre la Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.	<u>Gestión administrativa</u> Planificación Organización Dirección Control		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	V. Dependiente		
¿Cuál es la relación que existe entre la Planificación y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024?	Determinar la relación que existe entre la Planificación y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.	Existe relación entre la Planificación y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.	<u>Satisfacción al cliente</u> Necesidad Servicios Atributos		
¿Cuál es la relación que existe entre la Organización y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024?	Determinar la relación que existe entre la Organización y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.	Existe relación entre la Organización y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.			
¿Cuál es la relación que existe entre la Dirección y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024?	Determinar la relación que existe entre la Dirección y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.	Existe relación entre la Dirección y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.			
¿Cuál es la relación que existe entre el Control y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024?	Determinar la relación que existe entre el Control y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.	Existe relación entre el Control y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024.			

ANEXO 2:

CUESTIONARIO QUE MIDE LA VARIABLE GESTION ADMINISTRATIVA

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito Br. Tania Roxanna Roldan Calderon, con Nro. DNI. 46075222, de la Universidad César Vallejo. La presente encuesta constituye parte de una investigación de título: "Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024", el cual tiene fines únicamente académicos manteniendo completa absoluta discreción.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable 1: Gestión Administrativa

Escala autovalorativa

Siempre	(S)	= 5
Casi siempre	(CS)	= 4
A veces	(AV)	= 3
Casi Nunca	(CN)	= 2
Nunca	(N)	= 1

Ítems o preguntas	1	2	3	4	5
V1. Gestión Administrativa	N	CN	AV	CS	S
Dimensión 1: Planificación					
1. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la misión de la organización.					
2. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la visión de la organización.					
3. Cree usted que el personal administrativo aplica los valores de la organización.					
4. Considera Usted que el personal administrativo cumpla con los objetivos de la organización					
Dimensión 2: Organización					
1. Cree usted que la entidad financiera tiene sus procesos y actividades definidas					
2. Cree usted que la entidad financiera tiene definido sus tareas y roles acorde a las necesidades de sus clientes					
3. Considera usted que la entidad financiera distribuye adecuadamente a las funciones para un desempeño eficiente.					
Dimensión 3: Dirección					

1. Usted creer que la entidad financiera cuenta con lideres que permites alcanzar el cumplimiento de las metas					
2. Considera usted que el personal gerencial de la entidad financiera demuestra eficacia en la organización.					
3. Considera usted que los colaboradores de la entidad financiera tienen buena comunicación con los clientes.					
Dimensión 4: Control					
1. Cree usted que la entidad financiera cuente con una medición en el cumplimiento de sus metas					
2. Consideraría usted que la entidad financiera monitorea el desempeño de sus colaboradores a fin de lograr una buena gestión administrativa					
3. Cree usted que en la institución financiera cuente con procedimientos adecuados para un mejor control.					
4. Cree usted que la entidad financiera corrige oportunamente las fallas detectadas en sus procesos					

Muchas gracias

CUESTIONARIO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCION AL CLIENTE

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito Tania Roxanna Roldan Calderon, con Nro. DNI. 46075222, de la Universidad César Vallejo. La presente encuesta constituye parte de una investigación de título: “Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima 2024”, el cual tiene fines únicamente académicos manteniendo completa absoluta discreción.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable 1: Satisfacción al cliente

Escala autovalorativa

Siempre	(S)	=	5
Casi siempre	(CS)	=	4
A veces	(AV)	=	3
Casi Nunca	(CN)	=	2
Nunca	(N)	=	1

Ítems o preguntas	1	2	3	4	5
V1. Satisfacción al cliente	N	CN	AV	CS	S
Dimensión 1: Necesidad					
5. Cree usted sentirse a gusto con la calidad de servicio brindado por la entidad financiera.					
6. Cree usted estar conforme con la calidad de atención brindada por el personal administrativo de la Institución Financiera.					
7. Cree usted sentirse atraído por la calidad del servicio que brinda la Institución Financiera.					
8. Considera Usted que el personal administrativo manifiesta interés y predisposición en absolver sus consultas.					
Dimensión 2: Servicio					
4. Usted recomendaría los servicios que ofrece la entidad financiera.					
5. Usted se siente tranquilo con respecto al servicio que le brinda la entidad financiera.					
6. Usted se encuentra satisfecho con el cumplimiento de los servicios ofrecidos por la Institución Financiera.					
7. Considera usted que los servicios ofrecidos por la entidad financiera le brindan confianza.					
Dimensión 3: Atributos					
1. Usted cree que la entidad financiera cumple sus expectativas.					
2. Considera usted que los trabajadores de la entidad financiera muestran una rápida					

capacidad de respuesta antes las consultas de los clientes.					
3. Considera usted que la entidad financiera ha dado solución a sus reclamos.					
4. Considera usted que la entidad financiera respeta los tiempos de atención a sus clientes.					
5. Cree usted que la entidad financiera cuente con indicadores de atención a sus clientes.					

Muchas gracias

ANEXO 3: FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO PARA UN INSTRUMENTO

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario/Guía de entrevista) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.** Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El/la ítem/pregunta pertenece a la dimensión/subcategoría y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem/pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem/ pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem/pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable Gestión Administrativa

Definición de la variable:

La Gestión Administrativa es un conjunto de acciones dirigidas a alcanzar los objetivos de una organización mediante la adecuada aplicación del proceso administrativo: Planificación, Organización, dirección y control (Chiavenato, 2006).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones Recomendaciones
Misión	1. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la misión de la organización.	1	1	1	
Visión	2. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la visión de la organización.	1	1	1	
Valores	3. Cree usted que el personal administrativo aplica los valores de la organización.	1	1	1	
Objetivos	4. Considera Usted que el personal administrativo cumpla con los objetivos de la organización	1	1	1	

Procesos definidos	1. Cree usted que la entidad financiera tiene sus procesos y actividades definidas	1	1	1	
Asignación de tareas y roles	2. Cree usted que la entidad financiera tiene definido sus tareas y roles acorde a las necesidades de sus clientes	1	1	1	
Distribución del personal	3. Considera usted que la entidad financiera distribuye adecuadamente a las funciones para un desempeño eficiente.	1	1	1	
Liderazgo	1. Usted creer que la entidad financiera cuenta con líderes que permites alcanzar el cumplimiento de las metas	1	1	1	
Eficacia	2. Considera usted que el personal gerencial de la entidad financiera demuestra eficacia en la organización.	1	1	1	
Comunicación	3. Considera usted que los colaboradores de la entidad financiera tienen buena comunicación con los clientes.	1	1	1	
Cumplimiento de metas	1. Cree usted que la entidad financiera cuente con una medición en el cumplimiento de sus metas	1	1	1	
Desempeño del personal	2. Consideraría usted que la entidad financiera monitorea el desempeño de sus colaboradores a fin de lograr una buena gestión administrativa	1	1	1	
Procedimientos	3. Cree usted que en la institución financiera cuente con procedimientos adecuados para un mejor control.	1	1	1	
Correcciones oportunas de fallas	4. Cree usted que la entidad financiera corrige oportunamente las fallas detectadas en sus procesos	1	1	1	

**Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de
la variable Satisfacción al cliente**

Definición de la variable:

Se define la satisfacción del cliente como el nivel mental de un individuo, que resulta de comparar el desempeño percibido de un producto o servicio con las expectativas de esa persona (Kotler y Armstrong, 2017).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones Recomendaciones
Percepción	1. Cree usted sentirse a gusto con la calidad de servicio brindado por la entidad financiera.	1	1	1	
Contacto	2. Cree usted estar conforme con la calidad de atención brindada por el personal administrativo de la Institución Financiera.	1	1	1	
Atracción	3. Cree usted sentirse atraído por la calidad del servicio que brinda la Institución Financiera.	1	1	1	
Interés	4. Considera Usted que el personal administrativo manifiesta interés y predisposición en absolver sus consultas.	1	1	1	
Recomendación	1. Usted recomendaría los servicios que ofrece la entidad financiera.	1	1	1	
Tranquilidad	2. Usted se siente tranquilo con respecto al servicio que le brinda la entidad financiera.	1	1	1	
Cumplimiento	3. Usted se encuentra satisfecho con el cumplimiento de los servicios ofrecidos por la Institución Financiera.	1	1	1	
Confianza	4. Considera usted que los servicios ofrecidos por la entidad financiera le brindan confianza.	1	1	1	
Expectativas	1. Usted cree que la entidad financiera cumple sus expectativas.	1	1	1	
Absolución de preguntas	2. Considera usted que los trabajadores de la entidad financiera muestran una rápida capacidad de respuesta antes las consultas de los clientes.	1	1	1	
Absolución de quejas	3. Considera usted que la entidad financiera ha dado solución a sus reclamos.	1	1	1	
Temporalidad	4. Considera usted que la entidad financiera respeta los tiempos de atención a sus clientes.	1	1	1	

	5. Cree usted que la entidad financiera cuenta con indicadores de atención a sus clientes.	1	1	1	
--	--	---	---	---	--

FICHA DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS

Nombre del instrumento	GESTIÓN ADMINISTRATIVA – SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Objetivo del instrumento	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA, LIMA 2024
Nombres y apellidos del experto	OMMERO TRINIDAD VARGAS
Documento de identidad	10690101
Años de experiencia en el área	
Máximo Grado Académico	MAESTRO
Nacionalidad	PERUANO
Institución	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Cargo	DOCENTE MBA
Número telefónico	
Firma	
Fecha	05/06/2024



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
TRINIDAD VARGAS, OMMERO ROMIE DNI 10690101	MAGISTER EN ADMINISTRACION ADMINISTRACION Fecha de diploma: 21/07/2009 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ESAN PERU
TRINIDAD VARGAS, OMMERO ROMIE DNI 10690101	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 19/03/2008 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL PERU
TRINIDAD VARGAS, OMMERO ROMIE DNI 10690101	BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Fecha de diploma: 11/12/2003 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL PERU

FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO PARA UN INSTRUMENTO

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario/Guía de entrevista) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.** Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El/la ítem/pregunta pertenece a la dimensión/subcategoría y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem/pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem/ pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem/pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable Gestión Administrativa

Definición de la variable:

La Gestión Administrativa es un conjunto de acciones dirigidas a alcanzar los objetivos de una organización mediante la adecuada aplicación del proceso administrativo: Planificación, Organización, dirección y control (Chiavenato, 2006).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones Recomendaciones
Misión	1. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la misión de la organización.	1	1	1	
Visión	2. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la visión de la organización.	1	1	1	
Valores	3. Cree usted que el personal administrativo aplica los valores de la organización.	1	1	1	
Objetivos	4. Considera Usted que el personal administrativo cumpla con los objetivos de la organización	1	1	1	

Procesos definidos	1. Cree usted que la entidad financiera tiene sus procesos y actividades definidas	1	1	1	
Asignación de tareas y roles	2. Cree usted que la entidad financiera tiene definido sus tareas y roles acorde a las necesidades de sus clientes	1	1	1	
Distribución del personal	3. Considera usted que la entidad financiera distribuye adecuadamente a las funciones para un desempeño eficiente.	1	1	1	
Liderazgo	1. Usted creer que la entidad financiera cuenta con líderes que permites alcanzar el cumplimiento de las metas	1	1	1	
Eficacia	2. Considera usted que el personal gerencial de la entidad financiera demuestra eficacia en la organización.	1	1	1	
Comunicación	3. Considera usted que los colaboradores de la entidad financiera tienen buena comunicación con los clientes.	1	1	1	
Cumplimiento de metas	1. Cree usted que la entidad financiera cuente con una medición en el cumplimiento de sus metas	1	1	1	
Desempeño del personal	2. Consideraría usted que la entidad financiera monitorea el desempeño de sus colaboradores a fin de lograr una buena gestión administrativa	1	1	1	
Procedimientos	3. Cree usted que en la institución financiera cuente con procedimientos adecuados para un mejor control.	1	1	1	
Correcciones oportunas de fallas	4. Cree usted que la entidad financiera corrige oportunamente las fallas detectadas en sus procesos	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable Satisfacción al cliente

Definición de la variable:

Se define la satisfacción del cliente como el nivel mental de un individuo, que resulta de comparar el desempeño percibido de un producto o servicio con las expectativas de esa persona (Kotler y Armstrong, 2017).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones Recomendaciones
Percepción	1. Cree usted sentirse a gusto con la calidad de servicio brindado por la entidad financiera.	1	1	1	
Contacto	2. Cree usted estar conforme con la calidad de atención brindada por el personal administrativo de la Institución Financiera.	1	1	1	
Atracción	3. Cree usted sentirse atraído por la calidad del servicio que brinda la Institución Financiera.	1	1	1	
Interés	4. Considera Usted que el personal administrativo manifiesta interés y predisposición en absolver sus consultas.	1	1	1	
Recomendación	1. Usted recomendaría los servicios que ofrece la entidad financiera.	1	1	1	
Tranquilidad	2. Usted se siente tranquilo con respecto al servicio que le brinda la entidad financiera.	1	1	1	
Cumplimiento	3. Usted se encuentra satisfecho con el cumplimiento de los servicios ofrecidos por la Institución Financiera.	1	1	1	
Confianza	4. Considera usted que los servicios ofrecidos por la entidad financiera le brindan confianza.	1	1	1	
Expectativas	1. Usted cree que la entidad financiera cumple sus expectativas.	1	1	1	
Absolución de preguntas	2. Considera usted que los trabajadores de la entidad financiera muestran una rápida capacidad de respuesta antes las consultas de los clientes.	1	1	1	
Absolución de quejas	3. Considera usted que la entidad financiera ha dado solución a sus reclamos.	1	1	1	
Temporalidad	4. Considera usted que la entidad financiera respeta los tiempos de atención a sus clientes.	1	1	1	

	5. Cree usted que la entidad financiera cuenta con indicadores de atención a sus clientes.	1	1	1	
--	--	---	---	---	--

FICHA DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS

Nombre del instrumento	GESTIÓN ADMINISTRATIVA – SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Objetivo del instrumento	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA, LIMA 2024
Nombres y apellidos del experto	SALCEDO RAMOS, GLADYS ROXANA
Documento de identidad	07479908
Años de experiencia en el área	16 años
Máximo Grado Académico	MAESTRO
Nacionalidad	PERUANA
Institución	TEXTIL CHAVIN SAC
Cargo	GERENTE ADMINISTRATIVO FINANCIERO
Número telefónico	
Firma	
Fecha	05/06/2024



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
SALCEDO RAMOS, GLADYS ROXANA DNI 07479908	MAGISTER EN FINANZAS FINANZAS Fecha de diploma: 04/07/2014 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ESAN PERU
SALCEDO RAMOS, GLADYS ROXANA DNI 07479908	CONTADOR PUBLICO Fecha de diploma: 09/11/2000 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL PERU
SALCEDO RAMOS, GLADYS ROXANA DNI 07479908	BACHILLER EN CONTABILIDAD Fecha de diploma: 04/10/1999 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL PERU
SALCEDO RAMOS, GLADYS ROXANA DNI 07479908	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 20/11/18 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 08/09/2016 Fecha egreso: 12/10/2018	UNIVERSIDAD ESAN PERU

FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO PARA UN INSTRUMENTO

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario/Guía de entrevista) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.** Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Crterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El/la ítem/pregunta pertenece a la dimensión/subcategoría y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem/pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem/ pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem/pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable Gestión Administrativa

Definición de la variable:

La Gestión Administrativa es un conjunto de acciones dirigidas a alcanzar los objetivos de una organización mediante la adecuada aplicación del proceso administrativo: Planificación, Organización, dirección y control (Chiavenato, 2006).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones Recomendaciones
Misión	1. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la misión de la organización.	1	1	1	
Visión	2. Usted considera que el personal administrativo realiza sus funciones para lograr la visión de la organización.	1	1	1	
Valores	3. Cree usted que el personal administrativo aplica los valores de la organización.	1	1	1	
Objetivos	4. Considera Usted que el personal administrativo cumpla con los objetivos de la organización	1	1	1	

Procesos definidos	1. Cree usted que la entidad financiera tiene sus procesos y actividades definidas	1	1	1	
Asignación de tareas y roles	2. Cree usted que la entidad financiera tiene definido sus tareas y roles acorde a las necesidades de sus clientes	1	1	1	
Distribución del personal	3. Considera usted que la entidad financiera distribuye adecuadamente a las funciones para un desempeño eficiente.	1	1	1	
Liderazgo	1. Usted creer que la entidad financiera cuenta con líderes que permites alcanzar el cumplimiento de las metas	1	1	1	
Eficacia	2. Considera usted que el personal gerencial de la entidad financiera demuestra eficacia en la organización.	1	1	1	
Comunicación	3. Considera usted que los colaboradores de la entidad financiera tienen buena comunicación con los clientes.	1	1	1	
Cumplimiento de metas	1. Cree usted que la entidad financiera cuente con una medición en el cumplimiento de sus metas	1	1	1	
Desempeño del personal	2. Consideraría usted que la entidad financiera monitorea el desempeño de sus colaboradores a fin de lograr una buena gestión administrativa	1	1	1	
Procedimientos	3. Cree usted que en la institución financiera cuente con procedimientos adecuados para un mejor control.	1	1	1	
Correcciones oportunas de fallas	4. Cree usted que la entidad financiera corrige oportunamente las fallas detectadas en sus procesos	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable Satisfacción al cliente

Definición de la variable:

Se define la satisfacción del cliente como el nivel mental de un individuo, que resulta de comparar el desempeño percibido de un producto o servicio con las expectativas de esa persona (Kotler y Armstrong, 2017).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones Recomendaciones
Percepción	1. Cree usted sentirse a gusto con la calidad de servicio brindado por la entidad financiera.	1	1	1	
Contacto	2. Cree usted estar conforme con la calidad de atención brindada por el personal administrativo de la Institución Financiera.	1	1	1	
Atracción	3. Cree usted sentirse atraído por la calidad del servicio que brinda la Institución Financiera.	1	1	1	
Interés	4. Considera Usted que el personal administrativo manifiesta interés y predisposición en absolver sus consultas.	1	1	1	
Recomendación	1. Usted recomendaría los servicios que ofrece la entidad financiera.	1	1	1	
Tranquilidad	2. Usted se siente tranquilo con respecto al servicio que le brinda la entidad financiera.	1	1	1	
Cumplimiento	3. Usted se encuentra satisfecho con el cumplimiento de los servicios ofrecidos por la Institución Financiera.	1	1	1	
Confianza	4. Considera usted que los servicios ofrecidos por la entidad financiera le brindan confianza.	1	1	1	
Expectativas	1. Usted cree que la entidad financiera cumple sus expectativas.	1	1	1	
Absolución de preguntas	2. Considera usted que los trabajadores de la entidad financiera muestran una rápida capacidad de respuesta antes las consultas de los clientes.	1	1	1	
Absolución de quejas	3. Considera usted que la entidad financiera ha dado solución a sus reclamos.	1	1	1	
Temporalidad	4. Considera usted que la entidad financiera respeta los tiempos de atención a sus clientes.	1	1	1	

	5. Cree usted que la entidad financiera cuenta con indicadores de atención a sus clientes.	1	1	1	
--	--	---	---	---	--

FICHA DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS

Nombre del instrumento	GESTIÓN ADMINISTRATIVA – SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Objetivo del instrumento	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA, LIMA 2024
Nombres y apellidos del experto	ALIAGA CERNA, DANTE
Documento de identidad	09631761
Años de experiencia en el área	15 años
Máximo Grado Académico	MAESTRO
Nacionalidad	PERUANO
Institución	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Cargo	DOCENTE
Número telefónico	
Firma	
Fecha	05/06/2024



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
ALIAGA CERNA, DANTE DNI 09631761	BACHILLER EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 30/11/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
ALIAGA CERNA, DANTE DNI 09631761	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 18/03/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
ALIAGA CERNA, DANTE DNI 09631761	MAESTRO EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA Fecha de diploma: 30/12/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 02/04/2018 Fecha egreso: 11/08/2019	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU

ANEXO 4: RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO

Prueba de Confiabilidad de Alfa de Cronbach de instrumento de variable Gestión Administrativa

Cuadro 1. Procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	20	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Cuadro 2. Resultados de la estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	14

En los cuadros 1 y 2, se observa que el cálculo de la prueba del coeficiente Alfa de Cronbach resultó ,934 indicando que el instrumento tiene un nivel de excelente confiabilidad lo cual podrá ser aplicado en la muestra investigada.

Prueba de Confiabilidad de Alfa de Cronbach de instrumento de variable Satisfacción al cliente

Cuadro 3. Procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	20	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Cuadro 4. Resultados de la estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,974	13

En los cuadros 3 y 4, se observa que el cálculo de la prueba del coeficiente Alfa de Cronbach resultó ,974 indicando que el instrumento tiene un nivel de excelente confiabilidad lo cual podrá ser aplicado en la muestra investigada.

Resultados de datos encuestados en el programa Excel: Variable Gestión Administrativa

Nro.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3
2	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	5	4	3	2
3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
7	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
8	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3
10	5	5	5	5	5	4	2	3	4	3	5	5	5	1
11	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
13	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4
20	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Resultados de datos encuestados en el programa Excel: Variable Satisfacción al Cliente

Nro.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4
2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
7	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
19	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5

ANEXO 5: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.

Investigador (a): Tania Roxanna Roldan Calderon

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.", cuyo objetivo es Determinar la relación que existe entre Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una institución financiera, Lima 2024. Esta investigación es desarrollada por estudiantes del programa de estudio MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación:

- Demora en los tiempos de atención al cliente y resolución de problemas.
- Poca claridad en la comunicación en la información brindada.
- Deficiencias en la administración que afectan los procesos de la empresa.

Procedimiento:

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se desarrollará a través de un formulario Google. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) [Tania Roxanna Roldan Calderon](#) email: rcalderont@ucvvirtual.edu.pe y asesor [Ruiz Villavicencio, Ricardo Edmundo](#) email: RERUIZVI@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento:

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada. Nombre y apellidos: [Jesús Llerena Valdivia](#) Fecha y hora: [12/06/2024 4:15pm.](#)

Nombre y apellidos: [Jesús Llerena Valdivia](#)

Firma(s): 

Fecha y hora: [12/06/2024 4:15pm.](#)

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.

Investigador (a): Tania Roxanna Roldan Calderon

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.", cuyo objetivo es Determinar la relación que existe entre Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una institución financiera, Lima 2024. Esta investigación es desarrollada por estudiantes del programa de estudio MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación:

- Demora en los tiempos de atención al cliente y resolución de problemas.
- Poca claridad en la comunicación en la información brindada.
- Deficiencias en la administración que afectan los procesos de la empresa.

Procedimiento:

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

3. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas
4. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se desarrollará a través de un formulario Google. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

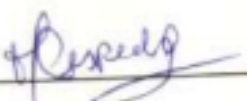
Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) [Tania Roxanna Roldan Calderon](#) email: rcalderont@ucvirtual.edu.pe y asesor [Ruiz Villavicencio, Ricardo Edmundo](#) email: RERUIZVI@ucvirtual.edu.pe

Consentimiento:

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada. Nombre y apellidos: [Merri Cespedes Cebria](#) Fecha y hora: [12/06/2024 5:20pm](#).

Nombre y apellidos: [Merri Cespedes Cebria](#)

Firma(s): 

Fecha y hora: 12/06/2024 5:20pm.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.

Investigador (a): Tania Roxanna Roldan Calderon

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.", cuyo objetivo es Determinar la relación que existe entre Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una institución financiera, Lima 2024. Esta investigación es desarrollada por estudiantes del programa de estudio MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación:

- Demora en los tiempos de atención al cliente y resolución de problemas.
- Poca claridad en la comunicación en la información brindada.
- Deficiencias en la administración que afectan los procesos de la empresa.

Procedimiento:

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

5. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas
6. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se desarrollará a través de un formulario Google. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

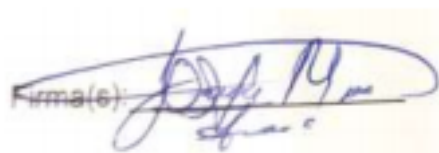
Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) Tania Roxanna Roldan Calderon email: rcalderont@ucvvirtual.edu.pe y asesor Ruiz Villavicencio, Ricardo Edmundo email: RERUIZVI@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento:

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada. Nombre y apellidos: Yannina Maldonado Gonzalez Fecha y hora: 12/06/2024 3:10pm.

Nombre y apellidos: Yannina Maldonado Gonzalez

Firma(s): 

Fecha y hora: 12/06/2024 3:10pm.

ANEXO 6: REPORTE DE SIMILITUD EN SOFTWARE TURNITIN

feedback studio

TANIA ROXANNA ROLDAN CALDERON | TESIS TURNITIN MBA - TANIA ROLDAN CALDERON_V2.docx

-- /20

Resumen de coincidencias

15 %

Se están viendo fuentes estándar

EN Ver fuentes en inglés

Coincidencias

1	Entregado a Universidad...	9 %
2	hdl.handle.net	2 %
3	repositorio.ucv.edu.pe	2 %
4	www.coursehero.com	<1 %
5	Entregado a Universidad...	<1 %
6	repositorio.unu.edu.pe	<1 %
7	qualidade.org	<1 %
8	repositorio.upla.edu.pe	<1 %
9	repositorio.undc.edu.pe	<1 %
10	www.researchgate.net	<1 %
11	prezi.com	<1 %
12	pt.scribd.com	<1 %

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Gestión administrativa y la satisfacción al cliente en una Institución Financiera, Lima, 2024.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:
Roldan Calderón, Tania Roxanna (ORCID: 0009-0003-9221-0530)

ASESORES:
Dr. Ruiz Villavicencio, Ricardo Edmundo (ORCID: 0000-0002-7580-6573)
Mg. Alberca Tevés, Gustavo Javier (ORCID: 0000-0002-4872-6105)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ANEXO 7: ANALISIS COMPLEMENTARIOS

Cálculo del tamaño de la muestra:

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

Figura 1: Formula del cálculo de mi muestra

Donde:

n: Tamaño óptimo de la muestra

N: Población = 100

z: Desviación en relación a una distribución normal estándar. Para un nivel de confianza del 95% se la asigna el valor de 1.96

p: Proporción de individuos que poseen en la población las características de estudio. (0.5)

q: Proporción de individuos que no poseen esa característica (1 – p = 0.5)

e: Margen de error muestral (5%)

Tamaño de la población

100

Nivel de confianza (%)

95

Margen de error (%)

5

Tamaño de la muestra

79

Prueba de Normalidad

Hipótesis Nula	p-valor > 0.05	Los datos presentan una distribución normal
Hipótesis alterna	p-valor > 0.05	Los datos <i>no</i> presentan una distribución normal

Tabla 8 Prueba de Normalidad Gestión Administrativa – satisfacción al cliente

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Administrativa	0.200	79	0.000	0.890	79	0.000
Satisfacción al cliente	0.170	79	0.000	0.910	79	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la siguiente Tabla se obtuvo un valor de 0,200 y la significancia fue 0,00. Por lo cual, se rechaza H_0 y se acepta H_a , de lo obtenido la primera variable no presenta distribución normal. Para la segunda se observó que el valor obtenido fue de 0,170 y cuya significancia fue de 0,00 menor que 0,05. Por lo que, se rechaza H_0 y se acepta H_1 , para la segunda variable no presenta una distribución normal. La prueba de normalidad correspondió a kolmogorov - Smirnov por ser mayor de 50. De los resultados se determinó que se presentó una distribución no paramétrica, por lo que se utilizó la Correlación de Rho de Spearman para la prueba de hipótesis.

ANEXO 8:

Autorización de uso de información de empresa

Yo Williams Santos Cardenas Ochoa, identificado con DNI 08544447, en mi calidad de Sub Gerente HR Shared Services de la empresa SCOTIABANK PERU SAA, con R.U.C N° 20100043140, ubicada en la ciudad de San Isidro - Lima.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Srta. Tania Roxanna Roldan Calderon, Identificado(s) con DNI N° 46075222, del Programa académico de Maestría en Administración de Negocios – MBA de la escuela de Posgrado de la UCV, sede LIMA NORTE ciclo 2024 - Sección A1 para que utilice la siguiente información de la empresa: Información general de la empresa,

Con la finalidad de que pueda desarrollar su Tesis para optar el Grado académico de Maestra en Administración de Negocios – MBA.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 Mencionar el nombre de la empresa.



WILLIAMS SANTOS CARDENAS OCHOA
RECURSOS HUMANOS
DNI: 08544447

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación / en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Estudiante
DNI: 46075222

ANEXO 9: OTRAS EVIDENCIAS

Items	Variable 1: Gestión Administrativa														SUMA				
	Dim 1				Dim 2			Dim 3			Dim 4				D1	D2	D3	D4	SV1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14					
1	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	18	14	9	14	55
2	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	5	4	3	2	16	10	8	14	48
3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	14	14	11	16	55
4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	17	12	11	15	55
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	13	12	16	57
6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	20	14	14	20	68
7	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	18	14	14	18	64
8	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	18	10	12	16	56
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	16	12	12	17	57
10	5	5	5	5	5	4	2	3	4	3	5	5	5	1	20	11	10	16	57
11	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	18	12	12	16	58
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	15	12	12	15	54
13	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15	12	12	16	55
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
15	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	18	15	13	16	62
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56
17	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	13	7	7	10	37
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56
20	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	15	9	10	15	49
21	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	15	15	20	68
22	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	18	11	9	15	53
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56
24	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	14	12	12	18	56
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
26	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	20	14	15	20	69
27	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	17	11	11	14	53
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
31	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	15	15	20	68
32	4	4	4	4	5	2	4	4	4	2	4	4	4	4	16	11	10	16	53
33	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	20	15	12	20	67
34	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	5	4	3	16	12	10	16	54
35	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	16	13	12	17	58
36	4	3	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	2	15	9	10	14	48
37	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	18	15	14	19	66

Items	Variable 1: Gestión Administrativa														SUMA					
	Dim 1				Dim 2			Dim 3			Dim 4				D1	D2	D3	D4	SV1	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14						
34	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	5	4	3	16	12	10	16	54
35	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	16	13	12	17	58
36	4	3	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	2	15	9	10	14	48	
37	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	18	15	14	19	66	
38	4	5	5	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	18	10	9	15	52	
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70	
40	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	18	10	11	16	55	
41	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	18	14	9	14	55	
42	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	14	14	11	16	55	
43	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	20	14	14	20	68	
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	16	12	12	17	57	
45	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	18	12	12	16	58	
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70	
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56	
48	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	18	11	9	15	53	
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56	
51	4	4	4	4	5	2	4	4	4	2	4	4	4	4	16	11	10	16	53	
52	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	16	13	12	17	58	
53	4	5	5	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	18	10	9	15	52	
54	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	18	10	11	16	55	
55	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	5	4	3	2	16	10	8	14	48	
56	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	13	12	16	57	
57	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	18	10	12	16	56	
58	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15	12	12	16	55	
59	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	18	15	13	16	62	
60	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	13	7	7	10	37	
61	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	15	9	10	15	49	
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70	
63	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	5	4	3	16	12	10	16	54	
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70	
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70	
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56	
67	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	17	11	11	14	53	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56	
69	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	17	12	11	15	55	
70	5	5	5	5	5	4	2	3	4	3	5	5	5	1	20	11	10	16	57	

Items	Variable 1: Gestión Administrativa														SUMA				
	Dim 1				Dim 2			Dim 3			Dim 4				D1	D2	D3	D4	SV1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14					
70	5	5	5	5	5	4	2	3	4	3	5	5	5	1	20	11	10	16	57
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	12	12	16	56
72	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	15	15	20	68
73	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	20	14	15	20	69
74	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	15	15	20	68
75	4	3	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	2	15	9	10	14	48
76	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	18	15	14	19	66
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70
78	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	5	4	3	16	12	10	16	54
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	15	15	20	70

Items	Variable 2: Satisfacción al cliente													SUMA			
	Dim 1				Dim 2				Dim 3					D1	D2	D3	SV2
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13				
1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	12	13	15	40
2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	4	12	13	14	39
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	15	16	18	49
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	20	20	24	64
7	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	19	19	22	60
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	16	16	20	52
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52
10	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	5	5	13	16	20	49
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	16	16	19	51
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52
13	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	16	14	18	48
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65
15	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	16	14	18	48
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52
17	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	12	11	14	37
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65
19	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	16	20	21	57
20	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	12	11	14	37
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	20	20	24	64
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	16	15	20	51
23	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	16	20	48
24	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	17	16	19	52
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65
26	4	4	4		4	4	4	5	5	5	4	5	5	12	17	24	53
27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	15	16	14	45
28	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15	12	15	42
29	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15	16	20	51
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65
32	3	4	2	4	3	3	4	3	2	4	2	2	4	13	13	14	40
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	20	20	24	64
34	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	5	16	17	17	50
35	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	18	20	23	61
36	3	2	3	2	3	4	3	3	4	4	4	2	4	10	13	18	41
37	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	18	19	23	60

Items	Variable 2: Satisfacción al cliente															SUMA			
	Dim 1				Dim 2				Dim 3							D1	D2	D3	SV2
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13						
37	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	18	19	23	60		
38	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	14	15	19	48		
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
40	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	14	16	18	48		
41	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	12	13	15	40		
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52		
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	20	20	24	64		
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52		
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	16	16	19	51		
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
47	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	16	20	21	57		
48	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	16	15	20	51		
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15	16	20	51		
51	3	4	2	4	3	3	4	3	2	4	2	2	4	13	13	14	40		
52	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	18	20	23	61		
53	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	14	15	19	48		
54	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	14	16	18	48		
55	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	4	12	13	14	39		
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52		
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	16	16	20	52		
58	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	16	14	18	48		
59	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	16	14	18	48		
60	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	12	11	14	37		
61	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	12	11	14	37		
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
63	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	5	16	17	17	50		
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
66	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	16	20	48		
67	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	15	16	14	45		
68	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15	12	15	42		
69	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	15	16	18	49		
70	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	5	5	13	16	20	49		
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	20	52		
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	20	20	24	64		
73	4	4	4		4	4	4	5	5	5	4	5	5	12	17	24	53		

Items	Variable 2: Satisfacción al cliente															SUMA			
	Dim 1				Dim 2				Dim 3							D1	D2	D3	SV2
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13						
73	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	12	17	24	53		
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
75	3	2	3	2	3	4	3	3	4	4	4	2	4	10	13	18	41		
76	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	18	19	23	60		
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		
78	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	5	16	17	17	50		
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	65		

Baremo

Likert		
Mínimo	1	Niveles
Máximo	5	3

	Variable 1	Dim. 1	Dim. 2	Dim. 3	Dim. 4
N° Preguntas	14	4	3	3	4
Puntaje Mínimo	14	4	3	3	4
Puntaje Máximo	70	20	15	15	20
Rango	57	17	13	13	17
Intervalo	19.00	5.67	4.33	4.33	5.67

	Variable 2	Dim. 1	Dim. 2	Dim. 3
N° Preguntas	13	4	4	5
Puntaje Mínimo	13	4	4	5
Puntaje Máximo	65	20	20	25
Rango	53	17	17	21
Intervalo	17.67	5.67	5.67	7.00

Bajo	14	4	3	3	4
	32	9	7	7	9
Medio	33	10	8	8	10
	51	15	11	11	15
Alto	52	16	12	12	16
	70	20	15	15	20

Bajo	13	4	4	5
	30	9	9	11
Medio	31	10	10	12
	48	15	15	18
Alto	49	16	16	19
	65	20	20	25

