



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Gestión administrativa y satisfacción de los clientes en la Clínica Médica
Primavera, Los olivos, 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Danneth Georgina De La Fuente Sanjines

ASESOR:

Dr. Israel Barrutia Barreto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0049-2018-DPI /UCV/DA-EP-ADM-FL-C

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, presentado en la modalidad de Desarrollo de Proyecto de Investigación.

Presentado por Doña:

DE LA FUENTE SANJINES, DANNETH GEORGINA.

Cuyo Título es:

“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA CLÍNICA MÉDICA PRIMAVERA, LOS OLIVOS, 2018”.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:

NÚMERO	LETRAS	CONDICIÓN
16	DIECISEIS	APROBADO POR UNANIMIDAD

DESAPROBADO 00-10 PUNTOS ()
 APROBAR POR MAYORIA 11-13 PUNTOS ()
 APROBADO POR UNANIMIDAD 14-17 PUNTOS (X)
 APROBADO POR EXCELENCIA 18-20 PUNTOS ()

PRESIDENTE : DR. LEON ESPINOZA LESSNER

 FIRMA

SECRETARIO : DR. BARRUTIA BARRETO ISRAEL


 FIRMA

VOCAL : MGTR. LOPEZ LANDAURO RAFAEL ARTURO

 FIRMA

Nota: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Callao, 09 de Julio de 2018



 Mgtr. ~~Rafael~~ López Landauro
 Coordinador de la Carrera Profesional de Administración
 UCV Callao

Somos la universidad de los que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

Dedicatoria

Dedico este proyecto de investigación a Dios, mi asesor, mi familia y mi novio, quienes siempre han sido un apoyo para mi crecimiento tanto personal como profesional.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme seguir avanzando y a todas las personas que me brindan su apoyo para el logro de mis objetivos.

Declaración de autenticidad

Yo, DANNETH GEORGINA DE LA FUENTE SANJINES, con DNI n. ° 48298366, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos y la información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Callao, 09 julio de 2018.



DANNETH GEORGINA DE LA FUENTE SANJINES

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la tesis titulada *Gestión administrativa y satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018*, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciada en Administración.

Danneth Georgina De la Fuente Sanjines

Índice

Página del jurado	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Declaración de autenticidad.....	¡Error! Marcador no definido.
Presentación.....	vi
Resumen	x
Abstract.....	x
I. Introducción	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos.....	2
1.2.1. Internacionales.....	2
1.2.2. Nacionales	3
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	5
1.3.1. Variable 1: gestión administrativa.....	5
1.3.2. Variable 2: satisfacción de los clientes	9
1.4. Formulación del problema	14
1.4.1. Problema general	14
1.4.2. Problemas específicos.....	14
1.5. Justificación de estudio	15
1.6. Hipótesis	16
1.6.1. Hipótesis general	16
1.6.2. Hipótesis específicas.....	16
1.7. Objetivos.....	16
1.7.1. Objetivo general	16
1.7.2. Objetivos específicos.....	16
II. Metodología	17
2.1. Diseño de investigación	17
2.2. Variables y operacionalización	18
2.2.1. Variable independiente: gestión administrativa	18
2.2.2. Variable dependiente: satisfacción de los clientes	21
2.2.3. Matriz de operacionalización de variables	23
2.3. Unidad de muestreo, Población y Muestra	25

2.3.1.	Población	25
2.3.2.	Unidad de Muestreo	25
2.3.3.	Muestra	25
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	26
2.4.1.	Técnica.....	26
2.4.2.	Instrumento.....	26
2.4.3.	Validez.....	26
2.4.4.	Confiabilidad	27
2.5.	Método de análisis de datos	28
2.6.	Aspectos éticos	28
V.	Resultados	29
5.1.	Análisis descriptivo.....	29
5.2.	Análisis de la prueba de normalidad.....	29
5.3.	Análisis de la prueba de correlación	30
5.3.1.	Hipótesis general	30
5.3.2.	Hipótesis específica 1	31
5.3.3.	Hipótesis específica 2	31
5.3.4.	Hipótesis específica 3	32
5.3.5.	Hipótesis específica 4	33
VI.	Discusión	34
VII.	Conclusiones.....	38
VIII.	Recomendaciones	39
IX.	Referencias	40
	ANEXOS.....	43

Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente (gestión administrativa).....	23
Tabla 2. Operacionalización de la variable dependiente (satisfacción del cliente).....	24
Tabla 3. Confiabilidad	27
Tabla 4. Fiabilidad de la variable 1 (gestión administrativa)	27
Tabla 5. Fiabilidad de la variable 2 (satisfacción del cliente)	28
Tabla 6. Fiabilidad de las variables 1 y 2	28
Tabla 7. Cuadro resumen de análisis descriptivo/frecuencias.....	29
Tabla 8. Prueba de normalidad	29
Tabla 9. Interpretación del coeficiente de correlación rho de Spearman	30
Tabla 10. Correlación de variables de la hipótesis general	30
Tabla 11. Correlación de variables de la hipótesis específica 1	31
Tabla 12. Correlación de variables de la hipótesis específica 2	32
Tabla 13. Correlación de variables de la hipótesis específica 3	32
Tabla 14. Correlación de variables de la hipótesis específica 3	33

Resumen

El desarrollo del actual trabajo presenta la elemental finalidad de determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera del distrito de Los Olivos durante el 2018. El método que se contempló fue hipotético-deductivo, de tipo aplicado, con un nivel correlacional descriptivo y de diseño no experimental transversal. Así mismo, la constitución de la población se logró formar con 70 trabajadores del centro de salud seleccionado, mientras que la muestra del estudio estuvo conformada por 59 trabajadores. Posteriormente, al procesarse los datos e interpretarlos, se determinó que las dos variables en estudio presentan una significativa relación en el centro de salud seleccionado.

Palabras clave: gestión administrativa, satisfacción del cliente.

Abstract

The development of the current work presents the elementary purpose of determining the relationship between administrative management and customer satisfaction at the Primavera Medical Clinic of Los Olivos district during 2018. The method that was contemplated was hypothetico-deductive, of applied type, with a descriptive correlation level and transversal non-experimental design. Likewise, the constitution of the population was formed with 70 workers from the selected health center, while the sample of the study consisted of 59 workers. Later, when processing the data and interpreting them, it was determined that the two variables under study present a significant relationship in the selected health center.

Keywords: administrative management, customer satisfaction.

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

Anzola (2002) explica que

La gestión administrativa puede ser entendida como el conjunto de actividades que son efectuadas para lograr la coordinación del esfuerzo de un conjunto de individuos. De este modo, se implica el desarrollo de específicas tareas tales como el control, la dirección, la organización y la planeación como el medio para lograr los propósitos planteados con el apoyo de todos los individuos.(p.70)

A nivel internacional, las empresas se caracterizan por su buena gestión administrativa, de las cuales, el 89 % logra sobresalir o perdurar más en el tiempo; mientras que en América Latina, el 67 % obtuvo ese logro en base a su buena gestión. Del mismo modo, a nivel nacional, el 68 % de empresas registra un buen crecimiento gracias a las constantes capacitaciones brindadas para afrontar el cambiante mundo de negocios; específicamente en el caso de las grandes empresas, ya que las pymes requieren de mayor capacitación.

Por otro lado, Kotler y Armstrong (2012) estipulan que

La satisfacción del cliente es aquel nivel de coincidencia entre las expectativas que él tiene y el desempeño advertido al adquirir cierto producto. De este modo, aquellos clientes que han logrado quedar satisfechos con el producto obtenido, no solo suelen regresar a realizar actos de compra, sino que también llegan a transmitir tal experiencia positiva con otros individuos cercanos, suponiendo un apoyo para el *marketing* de la empresa.(p.13)

Según la encuesta de satisfacción encargada por Susalud, a nivel mundial, el 90.4 % de clientes de servicios externos de establecimientos de salud cuenta con al menos un seguro de salud cuyo nivel de satisfacción es bajo. Así mismo, Susalud verifica las acreditaciones de calidad a nivel de Latinoamérica y presenta los siguientes datos que se centran en la calidad de atención del servicio. El 60.8 % de pacientes atendidos por una entidad prestadora de salud ha presentado quejas en los servicios de atención; el

28.6 %, por la calidad de atención de salud; y el 6.7 %, por recibir una mala atención, generando un nivel bajo de satisfacción al cliente a nivel nacional.

El problema actual que atraviesa la Clínica Médica Primavera se debe a la calidad de atención brindada por la recepción y otras áreas; donde no se ha logrado desarrollar una buena calidad de gestión administrativa, lo que ha hecho que disminuya la frecuencia de pacientes. Sumado a ello, cabe resaltar que el realizar diferentes tipos de publicidad no ayudará al crecimiento económico de la clínica, puesto que si la atención no mejora, la satisfacción de los clientes será negativa.

La investigación propuesta busca especificar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes. De modo que el alcance de propósitos planteados se logrará mediante el empleo de la técnica de investigación de la encuesta y la auditoria en base a la calidad de atención en la salud, lo que permitirá medir la satisfacción de clientes y trabajadores. Finalmente, los resultados servirán para encontrar relación entre ambas variables y poder proponer cambios en el proceso administrativo a miras de alcanzar una mejor rentabilidad.

De este modo, la mejor herramienta para lograr el éxito en la clínica es tener la capacidad para prestar servicios y el compromiso para realizar las cosas bien.

1.2. Trabajos previos

El desarrollo de la actual investigación ha permitido la búsqueda y el empleo de un conjunto de trabajos y estudios, tanto nacionales como internacionales, enfocados en la misma problemática que se está sometiendo a estudio, motivo por el cual se considera relevante y necesario mencionarlos.

1.2.1. Internacionales

Campos y Loza (2011) con su estudio *Incidencia de la gestión administrativa de la Biblioteca Municipal “Pedro Moncayo” de la ciudad de Ibarra en mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios en el año 2011* optaron al título de licenciado en la Universidad Técnica del Norte, Ecuador. Tuvo la finalidad de realizar mejoras en la calidad de servicio y la atención que se brinda a las personas que recurren a la biblioteca mencionada. Tal estudio se caracterizó por ser de tipo descriptivo. 1222 personas llegaron a constituir la población, la cual fue posteriormente reducida a 302 personas

para la conformación de la muestra. Dicho estudio concluyó que se puede ratificar la presencia de una relación entre las variables que se han sometido a estudio.

Yáñez (2004) con su trabajo *Propuesta de mejora del proceso administrativo financiero de una institución de asistencia privada* optó al título de magíster en el Instituto Politécnico Nacional en México. Tuvo la finalidad de plantear un conjunto de propuestas enfocadas en el mejoramiento de los procesos financiero y administrativo; es decir, mejorar la gestión administrativa a través de sus procesos para causar un efecto positivo dentro de la organización y esta pueda tener mayor rentabilidad y menos problemas. Tal trabajo se caracterizó por ser de tipo aplicado y valerse de una metodología correlacional. De este modo, concluyó que la cultura organizacional va de la mano con la gestión administrativa, lo cual indica que cada área debe desarrollar sus funciones de manera correcta, mientras que el líder debe ser quien dirija y ejerza su poder sobre los miembros de la organización para que se cumplan los objetivos.

Flores (2015) con su indagación *Proceso administrativo y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega* optó al título de magíster en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Tuvo la finalidad de analizar los pasos del proceso administrativo para determinar el impacto que puede suscitar en la gestión empresarial; puesto que la organización especificada necesitaba resultados y debía ser evaluada para asumir las acciones que se tomarán para una mejora, de modo que resultó importante tener los objetivos y las metas empresariales claramente y bajo un liderazgo. Tal indagación se caracterizó por ser descriptiva y cualitativa, ya que se realizó un grupo de prácticas interpretativas; además se valió del método empírico, puesto que la muestra que está siendo sometida a estudio se encuentra constituida por trabajadores que, mediante la praxis, han alcanzado cogniciones administrativas. La encuesta fue la herramienta de evaluación de ejecución de gestión administrativa por parte de los trabajadores, con la cual notamos que no existe un sistema motivacional para los colaboradores, razón por la cual no desarrollan bien su trabajo. Dicha indagación concluyó que los procesos administrativos no están siendo llevados de la manera correcta dentro de la gestión, por ende, esta no tiene un buen desempeño.

1.2.2. Nacionales

Mercado (2017) con su estudio *Gestión administrativa en la satisfacción laboral de los trabajadores de la Empresa Municipal Administradora de Peaje-Lima, 2016* optó al

título de magister de la Universidad Cesar Vallejo. Tuvo la finalidad de someter a estudio la manera como la gestión administrativa puede incidir en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa municipal de peaje, mejorando los niveles de regular a eficiente en beneficio de los trabajadores y la sociedad. Tal estudio se caracterizó por ser de tipo descriptivo, de diseño no experimental - transversal, y valerse de una metodología correlacional. La encuesta se estableció como la técnica empleada, mientras que 210 trabajadores llegaron a constituir la muestra que fue sometida a estudio. Dicho estudio se concluyó que su variable gestión administrativa y sus dimensiones planeación, organización, dirección y control tienen relación positiva con la satisfacción laboral, por ende mejorarán los servicios y la atención a los usuarios.

Roque (2016) con su trabajo *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la mype comercial "San Martín" – Chiclayo* optó al título de licenciado en la Universidad Señor de Sipán. Tuvo como finalidad presentar propuestas estratégicas de gestión administrativa para facultar un mejoramiento de la calidad de servicio brindada; que es de nivel medio, ya que el 53 % de clientes manifestó haber adquirido servicios de calidad y el 64 % de trabajadores recalcó la implementación de estrategias modernas. Tal trabajo se caracterizó por ser de tipo aplicada y valerse de una metodología es correlacional. Se concluyó que brindar un servicio de calidad es importante para alcanzar la satisfacción de los clientes, la cual no solo depende de la atención que se brinde a una persona, sino de todo el apoyo en equipo para posibilitar una buena gestión administrativa.

Galindo (2017) con su indagación *Gestión administrativa y satisfacción del cliente en el área de tesorería de la Municipalidad de Carabaylo, año 2017* optó al título de licenciado en la Universidad César Vallejo. Tuvo la finalidad de diagnosticar qué tipo de relación se puede presenciar entre la variable 1 y la variable 2 en el municipio elegido. Tal indagación se caracterizó por ser de tipo aplicado, ya que mediante conocimientos teóricos de gestión administrativa y satisfacción del cliente se permitió resolver el problema identificado. Se concluyó, gracias al resultado favorable obtenido de las personas sondeadas, que una eficiente gestión administrativa implica la realización de todos los procesos administrativos para lograr repercutir de manera significativa en la satisfacción del cliente respecto a los servicios brindados por el municipio elegido.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable 1: gestión administrativa

Definición de gestión

Rementeria (2008) explica que

Es aquella actividad profesional que tiende a plantear los propósitos que se deben conseguir y los medios para lograrlos; de modo que, para ello, implica la gestión del personal, la elaboración de estrategias de desarrollo y la adecuada organización de sistemas. De este modo, puede ser concebida como el grupo de procesos que deben ser ejecutados para cumplir convenientemente las estrategias de la organización. (p.1)

Definición de administración

Harrigton (2007) estipula que es un proceso enfocado en la adecuada asignación y distribución de recursos con los que una organización dispone, con la finalidad de consumir las propuestas que se han estipulado y en base a actividades de integración, organización y planeación.(p.23)

Importancia de la administración

Harrigton (2007) manifiesta que

Para desarrollar con éxito las actividades que se emprenden, se requiere de una adecuada administración. Sumado a ello, también agrega que puede concebirse en circunstancias diarias y cotidianas, puesto que las personas siempre realizan tomas de decisiones, se plantean distintas opciones y emprenden la búsqueda de convenientes soluciones. (p.23)

Definición de gestión administrativa

Anzola (2002) explica que

Puede ser entendida como el conjunto de actividades que son efectuadas para lograr la coordinación del esfuerzo de un conjunto de individuos. De este modo, se implica el desarrollo de específicas tareas tales como el control, la dirección, la organización y la planeación como el medio para lograr los propósitos planteados con el apoyo de todos los individuos. (p.70)

Planeación

Hampton (2011) explica que

Consiste en la cavilación respecto a la naturaleza fundamental de una organización; de modo que se permita determinar la manera más conveniente para introducirla o posicionarla en un entorno, plantear propósitos a corto plazo y establecer métodos que permitan su respectiva realización. Presenta los indicadores objetivos y métodos. (p.31)

Organización

García (2012) asevera que

Alude a la acción y el respectivo efecto de organizar, de modo que se puede concebir como la estructura de un conjunto de personas y áreas complejo que constituye un organizado grupo. Dicha estructuración resulta importante en la racional sistematización de recursos, por lo que se implica el establecimiento de actividades, correlaciones, disposiciones y jerarquías enfocadas en efectuar y facilitar las responsabilidades. Presenta el indicador jerarquías. (p.25)

Principios de la organización

Amador (2008) se encarga de plantear los siguientes principios en que se basa la organización.

División de trabajo: distribución conveniente de específicas funciones a todas las áreas que conforman la empresa.

Responsabilidad y autoridad: poder procedente del cargo que desempeña un trabajador, la cual también debe implicar su valor moral, su experiencia y su inteligencia.

Unidad de mando: principio de autoridad única que debe asegurar que las órdenes dictaminadas procedan de un solo jefe.

Unidad de dirección: principio de lineamiento único que debe asegurar que el desarrollo de las actividades debe estar enfocado a la misma finalidad y bajo un plan singular.

Centralización: centralismo de autoridad en la parte superior de la jerarquía que estructura a la empresa.

Jerarquía: principio escalar que faculta el planteamiento de una línea de autoridad; es decir, que todas las órdenes pasen por la cadena escalar hasta el escalón en el que se deben efectuar. (p.8)

Proceso de la organización

Amador (2008) precisa que

El ordenamiento conveniente de las áreas de una empresa permite la identificación de aspectos faltantes que, al momento de ser incorporados, facultan el funcionamiento de la empresa. Un órgano implica las responsabilidades habituales de un área, que, con cooperación de los trabajadores, posibilita el cumplimiento de normativas y el alcance de objetivos. (p.9)

De esta manera, en el proceso se implica la cavilación sobre los planeamientos y los propósitos; la distribución de funciones laborales; la definición y la agrupación de actividades; la asignación de recursos humanos y físicos; el informe de relaciones y funciones.

Importancia de la organización

Amador (2008) manifiesta que su importancia radica en los siguientes aspectos fundamentales.

Su carácter continuo no permite estipular que ha llegado a su fin, puesto que los recursos y la misma empresa están subyugados a una serie de incesantes modificaciones, lo que conlleva a la obligación de emprender cambios organizativos.

Es un medio mediante el que se fija el modo más adecuado para alcanzar los propósitos que se han estipulado.

Brinda técnicas y métodos para facultar el efectivo desarrollo y desempeño de actividades a través del menor esfuerzo posible.

Elude la ineficiencia y la lentitud de las actividades, lo que permite el aumento de la productividad y la disminución de costos.

Disminuye o erradica la duplicidad de esfuerzos mediante la delimitación de responsabilidades y funciones. (p.12)

Dirección

Koontz (2011) estipula que puede concebirse como la persuasión de más personas para facultar su cooperación en el alcance y logro de metas grupales u organizacionales. Implica los indicadores liderazgo y comunicación. (p.36)

Control

Maddock (2013) explica que es la sistemática recopilación de datos que permite el entendimiento de los planes que se están realizando. De esta manera, según su operatividad, pueden ser control automático (*feedback control*) y control sobre resultados (*open control*). (p.28)

Amador (2008) manifiesta que es la función administrativa encargada de realizar la medición y la corrección de los desempeños organizacional e individual, con la finalidad de permitir que los hechos puedan adecuarse a los objetivos y los planes que se instauran. (p.12)

Fayol (2012) considera que implica medir y enmendar las actividades efectuadas por los trabajadores, con el propósito de garantizar el cumplimiento económico y eficaz de los planes para alcanzar los objetivos. (p.8)

Reyes (2003) indica que

Es la comparativa realizada entre lo que se espera y lo que se obtiene, la cual puede efectuarse al finalizar los periodos prefijados; es decir, al momento de percatarse de que lo conseguido con los resultados no alcanza, iguala, supera y, en el peor de los casos, se aleja de lo que se esperaba. (p.9)

Elementos del control

Münch (2016) se encarga de señalar los siguientes elementos que conforman el control

Correspondencia con lo planeado: garantizar el alcance de metas, propósitos y objetivos que han sido estipulados en los planes de la organización.

Medición: medición y cuantificación de resultados para velar por una debida supervisión.

Revelación de desviaciones: evidenciar las disimilitudes que se pueden identificar entre la planeación y la ejecución.

Implementación de medidas correctivas: prevenir, enmendar y eludir equívocos. (p.14)

Importancia del control

Münch (2016) se encarga de presentar las siguientes razones que avalan la importancia del control.

Implementa medidas que facultan la corrección de actividades, lo que posibilita el alcance exitoso de los planes estipulados.

Puede aplicarse a una gran diversidad de acciones, personas o cosas.

Estudia y especifica con rapidez los motivos que pueden suscitar desviaciones.

Identifica las áreas encargadas de la administración desde la implementación de medidas correctivas.

Brinda datos respecto al curso de la ejecución de los planes, los cuales se instauran como un cimiento al momento del reinicio del proceso de planeación.

Economiza tiempo y disminuye costos gracias a la previsión de equívocos.

Impacta significativamente en la productividad de los recursos que se disponen y, con ello, en la racionalización de la administración. (p.15)

1.3.2. Variable 2: satisfacción de los clientes

Definición

Kotler y Keller (2012) aseveran que

Es una sensación producto de la comparativa entre la experiencia que brinda el producto adquirido (es decir, el resultado que se espera) con la previa expectativa de beneficios. De esta manera, dicha sensación puede ser de decepción o de placer, según el resultado que se obtenga. Si es inferior a la

expectativa, se conlleva a la insatisfacción; si iguala la expectativa, se llega a la satisfacción; y si supera la expectativa, se logra la complacencia. (p.144)

Introducción a la medición de la satisfacción del cliente

Fornell, Ittner y Larcker (1995) aseguran que

A lo largo del tiempo, se ha utilizado un conjunto de métodos distintos para lograr medir la satisfacción de un cliente; sin embargo, la gran mayoría no ha tomado en cuenta la final utilización que se le dará a los resultados. Sumado a ello, el diseño de dichas mediciones obstaculiza la rápida y fácil interpretación por parte de directivos y gestores y, con ello, se dificulta la implementación de modificaciones que favorezcan a la organización. (p.53)

Necesidad

Maslow (2014) indica que,

Psicológicamente, hace alusión a impulsos suscitados por estadios de tensión que un individuo afronta debido a una insuficiencia determinada. Mientras que, antropológicamente, es la condición necesaria para garantizar la perduración y la existencia de la sociedad y los seres humanos. (p.22)

Expectativas

Vroom (1964) explica que

Puede ser entendida como la subjetiva percepción de la posibilidad de que un específico resultado ocurra posteriormente a una específica acción. Sumado a ello, agrega que implica los conceptos de valencia, instrumentalidad y expectativa, cuyas correlaciones permite el establecimiento de tres modelos.

En primer lugar, se presenta el modelo respecto a la motivación laboral, en el que se explica que la motivación o la fuerza necesaria para ejecutar cierto nivel de esfuerzo pueden entenderse como una función de la suma de los productos de las correspondientes valencias a los niveles de ejecución por la subjetiva posibilidad de ejecutar dicho nivel de esfuerzo.

En segundo lugar, se presenta un modelo respecto a la satisfacción laboral, el cual plantea que la valencia de un resultado para una persona estará en función de la suma de los productos de las valencias de los resultados.

En tercer lugar, se presenta un modelo respecto al nivel de ejecución, en el que se explica que este está subyugado a su aptitud y su motivación. (p.34)

Cliente

Harrington (1998) explica que

Son aquellos individuos que se presentan ante una empresa con sus respectivos deseos y necesidades, por lo que se posicionan como individuos de gran valor para ella. Además, estos deben suponer la razón del trabajo que se está desempeñando, no una obstaculización; debido a que son considerados un fundamental motor para la perduración de las empresas. De este modo, los clientes requieren de una atención lo más cortés y atenta posible, puesto que la indiferencia y la apatía de los trabajadores hacia ellos ha significado la principal razón por la que se sienten defraudados o desalentados. (p.6)

Características de la atención al cliente

Desatnick (1990) se encarga de presentar las siguientes particularidades.

Las labores empresariales deben desempeñarse con cortesía, ánimos y enfocadas a brindar un eficiente servicio.

Los trabajadores deben particularizarse por su accesibilidad; es decir, no deberían estar alejados del público que requiere de su apoyo.

El trabajador debe valerse de un lenguaje claro y sin necesidad del empleo de términos técnicos, puesto que esto conllevará a la confusión del cliente y, con ello, a su ulterior molestia.

El trabajador debe basar la rapidez del servicio que se va brindar según el tiempo que disponga el cliente y no en su propio tiempo.

Se debe velar por lograr la satisfacción del cliente y, con ello, brindar enmendaciones en aspectos que no sean del todo satisfactorios; lo que

elevará el nivel de agradecimiento que tiene el cliente con la empresa que lo está atendiendo.

Se debe implementar estrategias capaces de facultar el alcance de objetivos empresariales, enfocados en la generación de riquezas y el posicionamiento frente a empresas competidoras.

Se debe realizar una gestión de las expectativas que tienen los clientes, de manera que se pueda disminuir la disimilitud existente entre tales expectativas y la experiencia que brinda el servicio. (p.99)

Así mismo, Kotler (2004) explica que las empresas deben priorizar los ciclos de vida de los clientes y el mercado, y no tanto en el de su producto, ya que estos simplemente pueden ir y venir. Sumado a ello, explica que si un cliente no es atendido, entonces una de las empresas competidoras se encargará de hacerlo; puesto que el cliente puede ser concebido como un activo que puede gestionarse como los demás. (p.69)

Servicio

Horovitz (1997) estipula que puede entenderse como el grupo de prestaciones, extras al producto, que es esperado por el cliente, producto de la reputación, la imagen y el precio que supone tal producto. (p.3)

Fisher y Navarro (1994) explican que pueden considerarse un tipo de bien económico concebible dentro del sector terciario; debido a que si las empresas no están enfocadas en la producción de bienes, entonces queda entendido que se centran en la producción de servicios. (p.185)

Características de los servicios

Albrecht (1988) se encarga de presentar las siguientes características.

Los servicios se particularizan por la imposibilidad de ser conducidos, inspeccionados, apilados o almacenados, puesto que, comúnmente, son prestados al cliente en el lugar que se ubique o lo requiera y por parte de trabajadores alejados de la directa influencia de la gerencia.

El valor de los servicios se encuentra subyugados a la experiencia percibida por el cliente, puesto que no se adquiere algo tangible en sí.

Los servicios no pueden revocarse en caso se hayan prestado de manera inadecuada; sin embargo, sí estipulan la aplicación de reparaciones en caso que no se puedan repetir, puesto que es la única manera para alcanzar la satisfacción del cliente.

Las prestaciones de servicio, normalmente, presentan la necesidad de implicar interacciones personales de cierto nivel entre la persona encargada de brindarlas y la persona que las va a recibir, puesto que ello conlleva a una adecuada y pertinente elaboración y diseño del servicio. (p.36)

Estrategias del servicio

Moreno (2007) explica que

Deben ser entendidas como una misión, por lo que debe interiorizarse en todos los trabajadores; de este modo, se debe implicar la publicación, la divulgación y la difusión constantes para posicionar con claridad la identidad y la posición a la que se desea llegar. (p.37)

Calidad

Moreno (2007) manifiesta que es el nivel en el que un grupo de inherentes particularidades (funcionales, ergonómicas, sensoriales, físicas) logran cumplir con los requisitos estipulados por las expectativas o necesidades, las cuales pueden ser obligatorias o implícitas. (p.17)

Calidad del servicio

Imai (1998) señala que

No solo hace referencia a la calidad de los servicios o los productos terminados, sino también hace alusión a la calidad de los procesos que fueron efectuados para la conveniente elaboración y producción de los mismos. De esta manera, la calidad logra implicarse en los procesos encargados de desarrollar, diseñar, producir, vender y mantener los distintos servicios y productos. (p.10)

Stoner (1996) asevera que

La calidad no solo implica la creación de un producto con superior calidad a los demás y a un costo accesible, sino que también supone la generación de

productos y servicios de gran competitividad. De esta manera, se prioriza el adecuado accionar desde los primeros pasos, puesto que resulta mejor que la enmendación de errores cometidos. (p.146)

Requisitos para alcanzar el éxito del proceso de mejoramiento de calidad

Harrington (1998) se encarga de plantear los siguientes requerimientos.

Aprobación de la idea que posiciona al cliente como el elemento de mayor importancia dentro del proceso.

Persuasión de que sí existe la posibilidad de lograr mejoras.

Participación y liderazgo con un conveniente enfoque administrativo.

Implementación de un desempeño estándar sin errores.

Enfoque en generar mejoras no en las personas, sino en el proceso.

Reconocimiento de logros.

Persuasión de que los proveedores, sin tener que entender las necesidades, también son capaces de colaborar. (p.17)

Dimensiones de la calidad del servicio

Drucker (1990) asevera que la calidad no hace referencia a lo que se adhiere a un servicio, sino que alude a lo que el cliente logra adquirir del mismo al costo que está presto a pagar. De este modo, la evaluación del desempeño por parte del cliente se basa en los niveles de satisfacción que alcanzó al momento de establecer una comparativa con sus propias expectativas.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cómo se relaciona la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cómo se relaciona la planeación con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018?

¿Cómo se relaciona la organización con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018?

¿Cómo se relaciona la dirección con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018?

¿Cómo se relaciona el control con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018?

1.5. Justificación de estudio

Los motivos para desarrollar esta investigación se basan en el afán de conocer cuánto afecta la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes. Para ello, se basa en el desarrollo de las definiciones de las dos variables, lo que permite y conlleva a la obtención de resultados que puedan vincularse con el caso de la Clínica Médica Primavera.

El motivo de la investigación se basa en el problema que actualmente atraviesa la clínica, el cual refleja el volumen de atención diaria de los pacientes. La estrategia que empleó la clínica fue disminuir sus precios y realizar campañas gratuitas, pero esta no dio resultados favorables.

El aporte fundamental para la clínica sería generar campañas en municipalidades u otras instituciones y gestionar su base de datos, la cual no está siendo trabajada hace muchos años y, por ende, no se conoce el nivel de satisfacción que tuvieron sus clientes (pacientes). Se tendría que realizar un análisis de la atención desde el personal de menor rango hasta la gerencia, para saber por qué los clientes no toman el servicio nuevamente.

El progreso de este trabajo servirá como un importante aporte para el desarrollo de la empresa, puesto que se enfoca en lograr un mejoramiento en la gestión administrativa. De esta manera, se permitirá beneficiar a los clientes a través de la entrega de un servicio de calidad que cubra sus necesidades.

La investigación tiene relevancia social, ya que muchos establecimientos de salud atraviesan por problemas similares; se evidencia que no realizan campañas, ni cuentan con alianzas corporativas de instituciones que beneficiarían a la población. De este modo, puede instaurarse como una guía para varios estudios de investigación.

Para finalizar, el impacto que reflejará la investigación será económico y social, ya que, al mejorar la gestión administrativa, los resultados podrán ser favorables y la clínica podrá tener mayor captación de pacientes. Así mismo, en el ámbito social, su incidencia se verá reflejada en los resultados respecto a salud, la condición del desarrollo y el nivel de satisfacción de los pacientes, los familiares y los trabajadores.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

La gestión administrativa se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

1.6.2. Hipótesis específicas

La planeación se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

La organización se relaciona con la satisfacción en los clientes de la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

La dirección se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

El control se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

Determinar la relación entre la planeación y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

Determinar la relación entre la organización y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

Determinar la relación entre la dirección y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

Determinar la relación entre el control y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

II. Metodología

2.1. Diseño de investigación

El desarrollo de este trabajo se valió de un diseño no experimental-transversal, puesto que el investigador solo se encargó de observar y sin incurrir en alteración o manipulación de información (los historiales clínicos ya se encuentran parametrizados).

Respecto a ello, Hernández (2004) explica que la investigación se efectúa sin manipular las variables, puesto que está basada, principalmente, en la observación del desenvolvimiento y el desarrollo de los fenómenos en su respectivo contexto natural.

Del mismo modo, se basó en un método de investigación hipotético-deductivo, ya que el desarrollo de la investigación se basó en una teoría para afirmar los supuestos o los hechos; así como también se emprendió la búsqueda de una teoría que pueda adecuarse convenientemente al problema para su posterior aplicación.

Respecto a ello, Pascual, Frías y García (1996) aseveran que

Es un proceso particularizado por su constante repetición, en el que se estudian y analizan la hipótesis acorde a la información que se va obteniendo de los experimentos. De este modo, si no se logra ajustar la teoría a la información, resulta necesario modificar la actual hipótesis o plantear otra mediante una serie de inducciones. (p.43)

De la misma manera, el trabajo se valió de un tipo de investigación aplicado, debido a que el investigador recurrió a conocimientos y herramientas para dar solución a las problemáticas. Respecto a ello, Behar (2008) asevera que se particulariza por el afán de recurrir a cogniciones adquiridas para analizar problemas específicos bajo características y circunstancias determinadas, por lo que necesita de un marco teórico para confrontar la realidad con la teoría. (p.20)

Por otro lado, se estableció un nivel de investigación correlacional-descriptiva, puesto que busca determinar si las variables se relacionan, a través de su medición, para llegar a una conclusión.

Respecto a la investigación correlacional, Hernández (2010) manifiesta que

Tiene la finalidad de analizar el grado de relación existente, en una circunstancia específica, entre dos o más variables, categorías o conceptos. De este modo, primero se enfocan en realizar la medición de cada variable estipulada, para después medir y estudiar la correlación que se puede establecer entre ambas, la cual puede ser enunciada en calidad de hipótesis para ser sometida a prueba. (p.121)

Respecto a la investigación descriptiva, Sabino (1986) manifiesta que

Prioriza la presentación de una adecuada interpretación acorde a los hechos y las realidades presentadas, por lo que se enfoca en descubrir particularidades elementales de grupos homogéneos de fenómenos, valiéndose de sistemáticos criterios que facilitan la expresión de su conducta y su estructura. (p.51)

Finalmente, se valió de un enfoque cuantitativo, puesto que se centra en acontecimientos, hechos e información verdadera y real, permitiendo una adecuada medición, y se vale del empleo de herramientas (encuestas, entrevistas directas, cuestionarios) con las que podríamos medir el avance o la realidad de la situación.

Respecto a ello, Hernández (2006) asevera que se enfocan en la explicación y predicción de fenómenos que están siendo sometidos a estudio, facultando la búsqueda de relaciones y regularidades causales entre los elementos; de manera que estructuran un proceso mediante un predecible patrón. (p.18)

2.2. Variables y operacionalización

2.2.1. Variable independiente: gestión administrativa

Definición

Anzola (2002) explica que

Puede ser entendida como el conjunto de actividades que son efectuadas para lograr la coordinación del esfuerzo de un conjunto de individuos. De este modo, se implica el desarrollo de específicas tareas tales como el control, la dirección, la organización y la planeación como el medio para

lograr los propósitos planteados con el apoyo de todos los individuos.
(p.70).

Dimensión planeación

Hampton (2011) explica que

Consiste en la cavilación respecto a la naturaleza fundamental de una organización; de modo que se permita determinar la manera más conveniente para introducirla o posicionarla en un entorno, plantear propósitos a corto plazo y establecer métodos que permitan su respectiva realización. Presenta los indicadores objetivos y métodos. (p.31)

Indicadores objetivos

Según Herrera, L. (2006), menciona que “(...) el objetivo expresa los límites del problema y orienta el desarrollo de la investigación al precisar que se pretende, por tanto, el título del proyecto de investigación o trabajo científico (...)”. (p.108)

Indicador métodos

Severo Iglesias (1981) señala: "El método es un camino, un orden, conectado directamente a la objetividad de lo que se desea estudiar. (...). Las demostraciones metodológicas llevan siempre de por medio una afirmación relativa a las leyes del conocimiento humano en general."(p.38).

Dimensión organización

García (2012) asevera que

Alude a la acción y el respectivo efecto de organizar, de modo que se puede concebir como la estructura de un conjunto de personas y áreas complejo que constituye un organizado grupo. Dicha estructuración resulta importante en la racional sistematización de recursos, por lo que se implica el establecimiento de actividades, correlaciones, disposiciones y jerarquías enfocadas en efectuar y facilitar las responsabilidades. Presenta el indicador jerarquías. (p.25)

Indicador jerarquías

Las jerarquías, según Bunge (1969), no solo deben entenderse como una estructura ordenada en base a relaciones de dominación, sino que deben ser entendidas, de manera más amplia, como una división organizativa respecto a los problemas que se presentan. (p.108)

Dimensión dirección

Koontz (2011) estipula que puede concebirse como la persuasión de más personas para facultar su cooperación en el alcance y logro de metas grupales u organizacionales. Implica los indicadores liderazgo y comunicación. (p.36)

Indicador Liderazgo

El liderazgo, según Kotter (1990), es el proceso o la actividad de persuadir a más personas para que estas, de manera voluntaria, presenten disposición para alcanzar los objetivos que un área de la organización ha planteado. (p.89)

Indicador Comunicación

La comunicación, según Miller (1968)

Es el dinámico proceso que faculta el compromiso, el cambio, el progreso y la existencia de organizaciones, sistemas e individuos; es una indispensable función que debe ser realizada por individuos y organizaciones, de modo que se puedan relacionar con ellas mismas, con su respectivo entorno y sus procesos internos. (p.57)

Dimensión control

Maddock (2013) explica que consiste en la medición que se efectúa entre los resultados anteriores y actuales y los resultados que se esperan; de manera que se pretende lograr el mejoramiento y la formulación de nuevos planes. Implica el indicador resultado. (p.28)

Indicador resultado

El resultado, según Massons (2014), es la diferencia entre ingresos (o ventas) y gastos. (p.137)

2.2.2. Variable dependiente: satisfacción de los clientes

Definición

Kotler y Armstrong (2012) estipulan que

Es aquel nivel de coincidencia entre las expectativas que él tiene y el desempeño advertido al adquirir cierto producto. De este modo, aquellos clientes que han logrado quedar satisfechos con el producto obtenido, no solo suelen regresar a realizar actos de compra, sino que también llegan a transmitir tal experiencia positiva con otros individuos cercanos, suponiendo un apoyo para el marketing de la empresa. (p.13)

Dimensión desempeño

Kotler (2003) explica que

Consiste en el resultado basado en la percepción del cliente al momento de adquirir un producto o un servicio; es decir, el desempeño que ha tenido tal producto o servicio después de su respectiva adquisición. Implica los indicadores valor y servicio. (p.32)

Indicador valor

El valor, según Zeithaml (1998), refiere a la integral valoración, en base a lo percibido por el cliente, que se tiene respecto a la utilidad que se le puede dar un producto o un servicio. (p.7)

Indicador servicios

El servicio, según Stanton, Etzel y Walker (2000), es una actividad intangible e identificable que se posiciona como el principal objeto en una transacción enfocada en satisfacer las necesidades de los consumidores. (p.6)

Dimensión expectativa

Vroom (2009) manifiesta que

Aluden a la certidumbre de que el esfuerzo que se está enfocando en el desarrollo de una actividad permitirá la obtención del deseado efecto. Así mismo, están subyugadas a la propia percepción; es decir, si se considera tener la necesaria capacidad para alcanzar un objetivo, se asignará una alta expectativa, mientras que se consignará una baja

expectativa en caso se considere no tener la pertinente capacidad. Presenta los indicadores percepción y esfuerzo. (p.22)

Indicador percepción

La percepción, según Carterette y Friedman (1982), puede entenderse como el resultado de procesar información conformada de estimulaciones a receptores en condiciones debidas a la propia actividad; es decir, está subyugada a la acción de los receptores que se ven estimulados por procesos externos del entorno. (p.161)

Indicador esfuerzo

El esfuerzo, según Mowday, Steers y Porter (1979), es entendido como

La relativa fuerza de afinidad entre una persona y una concreta organización concreta; de modo que se caracteriza por una fuerte creencia, aceptación e internalización de sus valores y metas, la disposición a esforzarse por la organización y un fuerte deseo de permanecer como miembro de esta. (p.102)

Dimensión experiencias

Gentile *et al.* (2007) explica que es suscitada por una serie de interacciones entre un producto o una organización y el respectivo cliente, dando origen a una específica reacción. Presenta el indicador reacción. (p.18)

Indicador reacción

La reacción, según Sarnoff (1960), alude a la disposición que se tiene para responder de manera desfavorable o favorable. (p.12)

2.2.3. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente (gestión administrativa)

Variables	Conceptos	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión Administrativa (Variable Independiente)	Según ANZOLA, Sérvulo; (2002) menciona que “gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control”. (p.70).	Planeación	Objetivos	1	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (Pág. 215). Razón
			Métodos	2	
		Organización	Jerarquías	3	Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (Pág. 216).
			Liderazgo	4, 5	
		Dirección	Comunicación	6,7	
			Control	Resultado	8,9,10

Tabla 2. Operacionalización de la variable dependiente (satisfacción del cliente)

Variables	Conceptos	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Satisfacción del cliente (Variable dependiente)	Según Kotler & Armstrong, (2012). Grado en el que el desempeño percibido de un producto coincide con las expectativas del consumidor. [...]. Los clientes encantados no sólo vuelven a comprar, sino que también se convierten en socios de marketing [...] que transmiten a otros sus buenas experiencias. [...].(p.13)	Desempeño	Valor	1,2	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (Pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (Pág. 216).
			Servicio	3,4	
		Expectativas	Percepción	5,6	
			Esfuerzo	7,8	
			Experiencias	Reacción	

2.3. Unidad de muestreo, Población y Muestra

2.3.1. Población

Parra (2003) explica que se puede llegar a definir distintas poblaciones, según las características que serán medidas, en una misma investigación, puesto que hacen referencia a la observación o la medición de un universo que está siendo sometido a estudio. (p.13)

El actual estudio logró constituir una población con 70 trabajadores de la Clínica Médica Primavera, Los olivos, 2018.

2.3.2. Unidad de Muestreo

Hernández, Fernández y baptista (2014) indica; es el tipo de caso que se elige para estudiar. En Normalmente es la misma que la unidad de análisis, pero en ocasiones es diferente (...). (p.172)

La unidad del muestreo del presente trabajo de investigación está conformada por los trabajadores de la Clínica Médica Primavera, Los olivos, 2018.

2.3.3. Muestra

Parra (2003) manifiesta que

Es la porción de la población que se ha seleccionado con la finalidad de estudiar las particularidades que definen a la población, puesto que se espera que tal parte elegida logre representar la totalidad de la población a la que pertenece. (p.16)

Tipo de Muestra

El tipo es muestra probabilística – aleatorio simple

Salkind, N. (1999) señala que

Cada individuo de la población presenta una probabilidad independiente e igual de salir elegido como parte de la muestra. Las palabras clave aquí son *igual* e *independiente*. *Igual* porque no existe alguna predisposición a escoger una persona en lugar de otra (p. 97).

Así mismo, la siguiente fórmula se llegó a aplicar para realizar la estimación de la muestra.

$$n = \frac{k^2 * P * Q * N}{(e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{1.96^{^2} * 0.5 * 0.5 * 70}{(0.05^{^2} * (70 - 1) + 1.96^{^2} * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 59$$

El actual estudio logró constituir una muestra con 59 trabajadores de la Clínica Médica Primavera.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnica

La encuesta se estableció como la técnica empleada para el compendio de información en el desarrollo de la investigación, puesto que facilita la recopilación de datos mediante respuestas brindadas por las mismas personas sondeadas y acorde a interrogantes convenientemente estipuladas por el investigador.

Méndez (1999) asevera que las técnicas deben entenderse como los medios utilizados para el compendio de datos, de los cuales se vale el investigador para la pertinente obtención de información. (p.143)

- III. El cuestionario se estableció como el instrumento utilizado para el compendio de información, el cual se orientó a trabajadores de la Clínica Médica Primavera y se constituyó por 20 preguntas: 10 enfocadas en la variable dependiente (satisfacción del cliente) y 10 en la variable independiente (gestión administrativa).
- IV. Chávez (2001) estipula que es el medio en que se basa la persona responsable de la investigación para realizar la medición de los atributos o el comportamiento de las variables. (p.111)

2.4.2. Instrumento

2.4.3. Validez

Hernández *et al.* (2004) explica que hace referencia al nivel con que un instrumento logra evidenciar el conveniente dominio sobre lo que se está midiendo; es decir, el nivel en que se realiza la medición de las variables en estudio. (p.347)

De este modo, se ha recurrido al juicio de los siguientes expertos de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo para someter a estudio la validez que posee el instrumento empleado en el desarrollo del actual trabajo.

- a. Dr. Israel Barrutia Barreto
- b. Dr. Augusto Lessner León Espinoza
- c. Mg. Rafael López Landauro

2.4.4. Confiabilidad

El método de alfa de Cronbach y el software estadístico SPSS 23 permitieron establecer la confiabilidad del instrumento constituido por 20 interrogantes que fueron enfocadas a los 59 trabajadores de la Clínica Médica Primavera.

Hernández *et al.* (2004) aseguran que hace referencia al nivel en que su reiterada aplicación sobre el mismo objeto o sujeto en estudio da origen a la obtención de similares resultados.

Por su parte, Egg (2002) estipula que hace referencia a la precisión de la medición efectuada por un instrumento. (p.44)

Tabla 3. *Confiabilidad*

Coficiente	Relación
0	Nula Confiabilidad
0.80	Aceptable Confiabilidad
0.90	Elevada Confiabilidad
1.00	Máxima Confiabilidad

Tabla 4. *Fiabilidad de la variable 1 (gestión administrativa)*

Case Processing Summary				Reliability Statistics	
		N	%	Cronbach's Alpha	N of Items
Cases	Valid	59	100.0	.902	10
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	59	100.0		

En la tabla 4 se puede apreciar que el grado de fiabilidad del instrumento y sus respectivos ítems es muy alto, puesto que el estadístico de fiabilidad para la variable gestión administrativa tiene un valor de 0.902.

Tabla 5. *Fiabilidad de la variable 2 (satisfacción del cliente)*

Case Processing Summary				Reliability Statistics	
		N	%	Cronbach's Alpha	N of Items
Cases	Valid	59	100.0	.901	10
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	59	100.0		

En la tabla 5 se puede apreciar que el grado de fiabilidad del instrumento y sus respectivos ítems es muy alto, puesto que el estadístico de fiabilidad para la variable satisfacción del cliente tiene un valor de 0.901.

Tabla 6. *Fiabilidad de las variables 1 y 2*

Case Processing Summary				Reliability Statistics	
		N	%	Cronbach's Alpha	N of Items
Cases	Valid	59	100.0	.903	20
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	59	100.0		

En la tabla 6 se puede apreciar que el grado de fiabilidad del instrumento y sus respectivos ítems es muy alto, puesto que el estadístico de fiabilidad para las variables 1 y 2 tiene un valor de 0.903.

2.5. Método de análisis de datos

La confiabilidad del cuestionario se midió a través del alfa de Cronbach, mientras que su validez se consiguió mediante el juicio de expertos. Así mismo, también se hizo uso del *software* estadístico SPSS 23.

2.6. Aspectos éticos

Empleo de información: la identidad de las personas sondeadas fue debidamente respetada y no se empleó para propósitos indebidos.

Valor social: los individuos que fueron partícipes de la investigación presentaron disposición para apoyar en el desarrollo de la investigación, por lo que no fueron obligados ni puestos en situaciones de peligro.

Validez científica: las teorías y las ideas de terceros y personas externas se encuentran debidamente referenciadas y no han sido sometidas a ningún tipo de manipulación que altere la información originalmente proporcionada.

V. Resultados

5.1. Análisis descriptivo

Tabla 7. Cuadro resumen de análisis descriptivo/frecuencias

	Muy en desacuerdo	Un poco en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Un poco de acuerdo	Muy de acuerdo	Total
Variables	%	%	%	%	%	%
Gestión administrativa	0%	0%	0%	6.8%	93.2%	100%
Satisfacción del cliente	0%	0%	0%	6.8%	93.2%	100%
Dimensiones	%	%	%	%	%	%
Planeación	0%	0%	0%	27.1%	72.9%	100%
Organización	0%	0%	10.2%	23.7%	66.1%	100%
Dirección	0%	0%	0%	20.3%	79.7%	100%
Control	0%	0%	0%	16.9%	83.1%	100%

5.2. Análisis de la prueba de normalidad

Declaración de hipótesis

H₀: Las puntuaciones de la gestión administrativa tienen distribución normal.

H₁: Las puntuaciones de la gestión administrativa difieren de la distribución normal.

Establecimiento del nivel de significancia: Se establece un nivel de significancia del 5 %.

Tabla 8. Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov*			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Variable 1	.233	59	.000	.797	59	.000
Variable 2	.153	59	.002	.870	59	.000

*Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 8 se verifica que el número de muestra es superior a 50 personas, por lo tanto, se utilizará Kolmogorov-Smirnov, dando valores de 0.233 y 0.153 para las variables primera y segunda, respectivamente.

Comparación del valor p

$p = 0.000$; $0.000 < \alpha = 0.05$

Decisión

Se refuta la H₀ y se ratifica la H₁, debido a que la significancia es inferior a 0.05, con lo que se demuestra que las puntuaciones difieren de la distribución normal y se da lugar a la aplicación de la prueba rho de Spearman.

Tabla 9. Interpretación del coeficiente de correlación rho de Spearman

Coeficiente	Tipo de correlación
-<0.8 - 1]	Correlación negativa muy alta o muy fuerte
-<0.6 - 0.8]	Correlación negativa alta o fuerte
-<0.4 - 0.6]	Correlación negativa moderada
-<0.2 - 0.4]	Correlación negativa baja o débil
- [0 - 0.2]	Correlación negativa muy baja o muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre variables
[0 - 0.2]	Muy baja o muy débil
<0.2 - 0.4]	Baja o débil
<0.4 - 0.6]	Moderada
<0.6 - 0.8]	Alta o fuerte
<0.8 - 1]	Muy alta o muy fuerte

5.3. Análisis de la prueba de correlación

5.3.1. Hipótesis general

H₀: No existe una relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

H₁: Existe una relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

Sig. < 0.05 => Se refuta la H₀.

Sig. > 0.05 => No se refuta la H₀.

Tabla 10. Correlación de variables de la hipótesis general

			Gestión administrativa (agrupado)	Satisfacción de los clientes (agrupado)
Rho de Spearman	Calidad de servicio (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	.965**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Satisfacción de los clientes (agrupado)	N	59	59
		Coefficiente de correlación	.965**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	59	59

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 10 evidencia, gracias a la rho de Spearman de 0.965 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es positiva muy fuerte; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1 .

5.3.2. Hipótesis específica 1

H_0 : No existe una relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

H_1 : Existe una relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

Sig. < 0.05 => Se refuta la H_0 .

Sig. > 0.05 => No se refuta la H_0 .

Tabla 11. *Correlación de variables de la hipótesis específica 1*

			Planeación (agrupado)	Satisfacción de los clientes (agrupado)
Rho de Spearman	Planeación (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	.442**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	59	59
	Satisfacción de los clientes (agrupado)	Coefficiente de correlación	.442**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	59	59

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 11 evidencia, gracias a la rho de Spearman de 0.442 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es positiva débil; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1 .

5.3.3. Hipótesis específica 2

H_0 : No existe una relación entre la organización y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

H_1 : Existe una relación entre la organización y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

Sig. < 0.05 => Se refuta la H_0 .

Sig. > 0.05 => No se refuta la H₀.

Tabla 12. *Correlación de variables de la hipótesis específica 2*

			Organización (agrupado)	Satisfacción de los clientes (agrupado)
Rho de Spearman	Organización (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	.503**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Captación de clientes (agrupado)	N	59	59
		Coefficiente de correlación	.503**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	59	59

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 12 evidencia, gracias a la rho de Spearman de 0.503 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es positiva media; por lo que se debe refutar la hipótesis H₀ y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H₁.

5.3.4. Hipótesis específica 3

H₀: No existe una relación entre la dirección y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

H₁: Existe una relación entre la dirección y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

Sig. < 0.05 => Se refuta la H₀.

Sig. > 0.05 => No se refuta la H₀.

Tabla 13. *Correlación de variables de la hipótesis específica 3*

			Dirección (agrupado)	Satisfacción de los clientes (agrupado)
Rho de Spearman	Dirección (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	.534**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Captación de clientes (agrupado)	N	59	59
		Coefficiente de correlación	.534**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	59	59

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 13 evidencia, gracias a la rho de Spearman de 0.534 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es positiva media; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1 .

5.3.5. Hipótesis específica 4

H_0 : No existe una relación entre el control y la satisfacción en los clientes de la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

H_1 : Existe una relación entre el control y la satisfacción en los clientes de la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018.

Teniendo en cuenta lo siguiente.

Sig. $< 0.05 \Rightarrow$ Se refuta la H_0 .

Sig. $> 0.05 \Rightarrow$ No se refuta la H_0 .

Tabla 14. *Correlación de variables de la hipótesis específica 3*

			Control (agrupado)	Satisfacción de los clientes (agrupado)
Rho de Spearman	Control (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	.597**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Captación de clientes (agrupado)	N	59	59
		Coefficiente de correlación	.597**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	59	59

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La tabla 14 evidencia, gracias a la rho de Spearman de 0.597 y la significancia de 0.000 (inferior a la fijada de 0.05), que la correlación entre las variables es positiva media; por lo que se debe refutar la hipótesis H_0 y, por consiguiente, ratificar la hipótesis alterna H_1

VI. Discusión

6.1. Discusión de la hipótesis general

La presente investigación estableció como finalidad determinar la relación existente entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera de Los Olivos. De esta manera, se obtuvo una correlación de 0.965; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una relación positiva muy fuerte. Del mismo modo, gracias a la significancia inferior a 0.05, se permite ratificar la presencia de una directa relación entre las variables; es decir, mientras mejor sea la gestión administrativa aplicada en la empresa, mejor será la satisfacción de los clientes dentro de la misma.

El estudio de Galindo (2017) logró establecer un estadístico de correlación de 0.433; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una relación positiva débil entre las variables que se sometieron a estudio (gestión administrativa y satisfacción del cliente), que tuvo lugar en el área de la Municipalidad de Carabayllo responsable de la tesorería. Del mismo modo, gracias a la significancia bilateral inferior a 0.005, se permite refutar la hipótesis nula y ratificar la relación o la relevancia de la gestión administrativa.

De este modo, acorde lo mencionado por Anzola (2002) “consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control”. (p.70), al igual que Galindo se apoya en la teoría de Chiavenato (2002), haciendo referencia a las mismas dimensiones que estudiamos en nuestra investigación y los resultados similares que se obtuvo, se infiere que guardan relación entre sí.

Así mismo, considerando el aporte de Galindo (2017) y confirmando la teoría de Anzola (2002) —en la que explica los procesos a seguir para tener una mejor gestión administrativa y brindar una mejor satisfacción al cliente mediante la realización de un pertinente control, dirección, organización y planeación—, se deduce que la relación con la teoría es correcta.

6.2. Discusión de la hipótesis específica 1

La presente investigación estableció como primer objetivo específico determinar la relación existente entre la planeación y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera de Los Olivos. De esta manera, se obtuvo una correlación de 0.442; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una relación positiva débil. Del mismo modo, gracias a la significancia inferior a 0.05, se permite ratificar la hipótesis alternativa y refutar la hipótesis nula.

El trabajo de Mercado (2017) logró establecer un nivel de significancia de 0.000 y un estadístico de correlación de 0.885; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una directa relación significativa y alta entre las variables que se sometieron a estudio (planeamiento y satisfacción laboral), que tuvo lugar en la Empresa Municipal Administradora de Peaje de Lima.

De este modo, acorde lo mencionado por Haptom (2011), relacionado con la planeación y a los resultados obtenidos a través de nuestra dimensión y la variable dependiente según el valor de 0.442; se da la conformidad de que los indicadores objetivos y métodos son fundamentales para cumplir con lo establecido.

Así mismo, considerando el aporte de Mercado, en la cual se apoya en la teoría de Alvarado (2013), sobre la gestión administrativa haciendo referencia en la importancia de la planeación en la organización relacionándose con nuestra investigación, en la cual se basa en la teoría mencionados en los párrafos anteriores y demostrados en los resultados conseguidos gracias a la prueba de contrastación efectuada en la primera hipótesis, se puede inferir la presencia de una relación entre las variables estudiadas.

6.3. Discusión de la hipótesis específica 2

La presente investigación estableció como segundo objetivo específico determinar la relación existente entre la organización y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera de Los Olivos. De esta manera, se obtuvo una correlación de 0.503% ; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una relación positiva media. Del mismo modo, gracias a la significancia inferior a 0.05, se permite ratificar la hipótesis alternativa y refutar la hipótesis nula.

El trabajo de Mercado (2017) logró establecer un nivel de significancia de 0.000 y un estadístico de correlación de 0.769; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una directa relación significativa y alta entre las variables que se sometieron a estudio (organización y satisfacción laboral), que tuvo lugar en la Empresa Municipal Administradora de Peaje de Lima.

De este modo, acorde lo mencionado por García (2012), relacionado con la organización y a los resultados obtenidos a través de nuestra dimensión y la variable dependiente según el valor de 0.503; se da la conformidad al indicador jerarquía que es indispensable para facilitar responsabilidades.

Así mismo, considerando el aporte de Mercado, en la cual se apoya en la teoría de Alvarado (2013), sobre la gestión administrativa haciendo referencia en la importancia de la organización en la organización relacionándose con nuestra investigación, en la cual se basa en la teoría mencionados en los párrafos anteriores y demostrados en los resultados conseguidos gracias a la prueba de contrastación efectuada en la primera hipótesis, se puede inferir la presencia de una relación entre las variables estudiadas.

6.4. Discusión de la hipótesis específica 3

La presente investigación estableció como tercer objetivo específico determinar la relación existente entre la dirección y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera de Los Olivos. De esta manera, se obtuvo una correlación de 0.534; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una relación positiva media. Del mismo modo, gracias a la significancia inferior a 0.05, se permite ratificar la hipótesis alternativa y refutar la hipótesis nula.

El trabajo de Mercado (2017) logró establecer un nivel de significancia de 0.000 y un estadístico de correlación de 0.806; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una directa relación significativa y alta entre las variables que se sometieron a estudio (dirección y satisfacción laboral), que tuvo lugar en la Empresa Municipal Administradora de Peaje de Lima.

De este modo, acorde lo mencionado por Koontz (2011), relacionado con la dirección y a los resultados obtenidos a través de nuestra dimensión y la variable dependiente según el

valor de 0.534; se da la conformidad a los indicadores liderazgo y comunicación, son fundamentales para cumplir con las metas grupales.

Así mismo, considerando el aporte de Mercado, en la cual se apoya en la teoría de Alvarado (2013), sobre la gestión administrativa haciendo referencia en la importancia de la dirección en la organización relacionándose con nuestra investigación, en la cual se basa en la teoría mencionados en los párrafos anteriores y demostrados en los resultados conseguidos gracias a la prueba de contrastación efectuada en la primera hipótesis, se puede inferir la presencia de una relación entre las variables estudiadas.

6.5. Discusión de la hipótesis específica 4

La presente investigación estableció como cuarto objetivo específico determinar la relación existente entre el control y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera de Los Olivos. De esta manera, se obtuvo una correlación de 59.7%; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una relación positiva media. Del mismo modo, gracias a la significancia inferior a 0.05, se permite ratificar la hipótesis alternativa y refutar la hipótesis nula.

El trabajo de Mercado (2017) logró establecer un nivel de significancia de 0.000 y un estadístico de correlación de 0.582; el cual se traduce, según el cuadro de la razón de Spearman, como la presencia de una directa relación significativa y moderada entre las variables que se sometieron a estudio (control y satisfacción laboral), que tuvo lugar en la Empresa Municipal Administradora de Peaje de Lima.

De este modo, acorde lo mencionado por Maddock (2013), relacionado con el control y a los resultados obtenidos a través de nuestra dimensión y la variable dependiente según el valor de 0.597; se da la conformidad al indicador resultado, que es vital para cumplir con lo estimado.

Así mismo, considerando el aporte de Mercado, en la cual se apoya en la teoría de Alvarado (2013), sobre la gestión administrativa haciendo referencia en la importancia del control en la organización relacionándose con nuestra investigación, en la cual se basa en la teoría mencionados en los párrafos anteriores y demostrados en los resultados conseguidos gracias a la prueba de contrastación efectuada en la primera hipótesis, se puede inferir la presencia de una relación entre las variables estudiadas.

VII. Conclusiones

5.1. Quedó demostrado que entre la variable gestión administrativa y la variable satisfacción de los clientes existe una relación significativa; esto se debe a que el estadístico de Spearman arrojó un resultado de 96.5 %. Así mismo, el estadístico también arrojó una significancia inferior a 0.05, permitiendo afirmar lo mencionado anteriormente.

5.2. Por otro lado, respecto a la dimensión planeación y la variable satisfacción de los clientes, se confirma que existe una relación significativa entre ambas; debido a que el estadístico de Spearman arrojó un resultado de 44.2 %, además mostró un nivel de significancia inferior a 0.05, permitiendo ratificar la hipótesis alternativa.

5.3. De igual manera, respecto a la dimensión organización y la variable satisfacción de los clientes, se confirma que existe relación significativa entre ambas; esto se afirma porque el estadístico de Spearman arrojó un resultado de 50.3 %, con un nivel de significancia inferior a 0.05, permitiendo ratificar la hipótesis alternativa.

5.4. Así mismo, respecto a la dimensión dirección y la variable satisfacción de los clientes, se confirma que existe una relación significativa entre ambas; ya que el estadístico de Spearman arrojó un resultado de 53.4 %, con un nivel de significancia inferior a 0.05, permitiendo ratificar la hipótesis alternativa.

5.5. Además, respecto a la dimensión control y la variable satisfacción de los clientes, se confirma que existe una relación significativa, puesto que el estadístico de Spearman arrojó un resultado de 59.7 %, con un nivel de significancia inferior a 0.05, permitiendo ratificar la hipótesis alternativa.

Finalmente, se concluye que la teoría es correcta, que se debe mejorar la gestión administrativa para que los clientes no presenten inconvenientes y se tenga clientes fidelizados.

VIII. Recomendaciones

6.1. Se recomienda que la Clínica Médica Primavera aplique una gestión administrativa, ya que en la investigación se determinó que esta tiene una relación significativa con la satisfacción de los clientes. De ese modo, esto producirá mejores resultados para la organización, ya que se brindará todo lo necesario para el paciente, de tal manera que este quede satisfecho con la atención brindada.

6.2. En base a la planeación, es recomendable desarrollarla en la clínica, ya que mediante esta podemos definir métodos y objetivos a corto plazo, en los que se muestren cambios positivos que conlleven al desarrollo de la misma.

6.3. De igual manera, se recomienda considerar la organización, con el único fin de estar organizados como empresa, definirse por jerarquías y simplificar las funciones de todos los colaboradores.

6.4. Por otro lado, la dirección es de suma importancia para la clínica, porque implica el logro de sus metas; direccionadas por el líder o jefe de área, quien debe tener en cuenta que la comunicación siempre debe ser clara y precisa.

6.5. Respecto al control, se posiciona como la dimensión más relevante a aplicar, ya que muestra una mayor correlación con la satisfacción de los clientes en comparación con las otras dimensiones de la investigación, según el estadístico de Spearman; comparando así lo pasado con lo actual, corrigiendo las metas y mejorando los planes.

Finalmente, se recomienda aplicar una nueva gestión administrativa de manera correcta, para mejorar los procesos de la clínica, adicional a ello capacitaciones, convenios entre otros para beneficio del trabajador.

IX. Referencias

- Albrecht, K. (1988). *At America's service: how corporations can revolutionize the way they treat their customers*. Estados Unidos: Dow Jones-Irwin.
- Amador, J. (2008). *Fundamentos teóricos sobre gestión del talento humano*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Bunge, M. (1969). *Las estructuras jerárquicas*. España: Alianza Editorial.
- Campos, S. y Loza, P. (2011). *Incidencia de la gestión administrativa de la biblioteca municipal "Pedro Moncayo" de la ciudad de Ibarra en mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios en el año 2011*. (Tesis de licenciatura). Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.
- Carterette, E. y Friedman M. (1982). *Manual de percepción. Raíces históricas y filosóficas*. México: Trillas.
- Chávez, N. (2001). *Introducción a la investigación educativa*. Venezuela. Grafiel.
- Druker, P. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Argentina: Editorial Sudamericana.
- Fisher, L. y Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Flores, S. (2015). *Proceso administrativo y gestión empresarial en Coproabas, Jinotega 2010-2013*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Matagalpa, Nicaragua.
- Fornell, C.; Ittner, C. y Larcker, D. (1995). *Introducción de la satisfacción del cliente*. España: Universidad de Sevilla.
- Galindo, G. (2017). *Gestión administrativa y satisfacción del cliente en el área de tesorería de la Municipalidad de Carabayllo, año 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- García, T. (2012). *Concepto desmotivación*. México: Ediciones Larousse.
- Hampton, D. (2011). *Concepto de planeación*. México: Editorial Mexicana.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). México: McGraw-Hill

- Horovitz, J. (1997). *La calidad del servicio a la conquista del cliente*. Argentina: McGraw-Hill Interamericana.
- Iglesias, S. (1981). *Principios del método de la investigación científica*. México: Editorial Tiempo y Obra.
- Imai, M. (1998). *Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo (gemba)*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. (2003). *Dirección de marketing: conceptos esenciales*. México: Pearson.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14.ª ed.). México: Pearson.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos del marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* (14.ª ed.). México: Pearson.
- Kotter, J. (1990). *El factor liderazgo*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Maslow, A. (2014). *Teoría de las necesidades humanas*. España: Paidós Ibérica.
- Méndez, C. (1999). *Metodología*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana.
- Miller, G. (1968). *Lenguaje y comunicación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Moreno P. (2007). *Fundamentos de control interno* (2.ª ed.). México: Editorial IMPC.
- Münch, L. (2016). *Fundamentos de administración*. México: Trillas.
- Orihuela, T. (2011). *Evaluación de la calidad de atención del servicio de planificación familiar del Hospital Nacional Daniel Alcides Carrión - Callao febrero 2011*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Parra, J. (2003). *Guía de muestreo*. Venezuela: Universidad del Zulia.
- Rementería, A. (2008). *Concepto de gestión*. Chile: Universidad Bolivariana.
- Reyes, M. (2007). *Fundamentos teóricos sobre gestión*. España: Paidós Ibérica.
- Roque, J. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la mype comercial "San Martín" – Chiclayo*. (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú.
- Sarnoff, I. (1960). Reaction formation and cynism. *Journal Personality Psychology*, 28, 129-143.

- Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2000). *Fundamentos de marketing* (11.ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Stoner, J. (1996). *Administración* (6.ª ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Mercado, J. (2017). *Gestión administrativa en la satisfacción laboral de los trabajadores de la Empresa Municipal Administradora de Peaje-Lima, 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Vroom, V. (1964). *Teoría de las expectativas*. México: Trillas.
- Yáñez, T. (2004). *Propuesta de mejora del proceso administrativo financiero de una institución de asistencia privada*. (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional, México.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones e indicadores	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		Planeación	Diseño de investigación
¿Cómo se relaciona la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017?	Determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.	La gestión administrativa se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.		Objetivos	No experimental-transversal
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Gestión administrativa	Organización	Tipo de investigación
¿Cómo se relaciona la planeación con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017?	Determinar la relación entre la planeación y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.	La planeación se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.		Jerarquías	Aplicada
¿Cómo se relaciona la organización con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017?	Determinar la relación entre la organización y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.	La organización se relaciona con la satisfacción en los clientes de la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.		Dirección	Nivel de investigación
¿Cómo se relaciona la dirección con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017?	Determinar la relación entre la dirección y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.	La dirección se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.		Liderazgo Comunicación	Correlacional-descriptiva
¿Cómo se relaciona el control con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017?	Determinar la relación entre el control y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.	El control se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2017.	Satisfacción de los clientes	Control	Población
				Resultados	70 trabajadores
				Desempeño	Muestra
				Valor Servicio	59 trabajadores
				Expectativas	Técnica de procesamiento de la información
				Percepción Esfuerzo	<i>Software</i> estadístico SPSS 23
				Experiencia	
				Reacción	

Anexo 2: Instrumento de investigación

Cuestionario

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera de Los Olivos., 2017.

Por ello, se le solicita que responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

Agradeciéndole de antemano su colaboración.

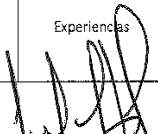
Datos específicos	
5	Muy de acuerdo
4	Un poco de acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2	Un poco en desacuerdo
1	Muy en desacuerdo

Variable 1: gestión administrativa		1	2	3	4	5
1	¿Considera que es importante que la clínica logre sus objetivos?					
2	¿Usted considera que los procesos que tiene la clínica generan orden?					
3	¿Usted considera que las funciones de cada trabajador se están cumpliendo según los niveles jerárquicos?					
4	¿Considera usted que sus jefes tienen el liderazgo para orientarlo a llegar a sus resultados?					
5	¿Considera usted que la clínica tiene un buen líder?					
6	¿Considera que la comunicación con todo el personal es clara?					
7	¿Usted considera que la comunicación que brinda la recepción en la clínica es la correcta?					
8	¿Considera que el control que hay en la clínica es muy estricto?					
9	¿Considera usted que la clínica tiene gran potencial de clientes?					
10	¿Considera que los resultados de la clínica son por el compromiso del personal?					

Variable 2: satisfacción de los clientes		1	2	3	4	5
1	¿Es importante para usted la opinión del cliente respecto a nuestra atención?					
2	¿Considera usted que la clínica ofrece buenos beneficios a los pacientes?					
3	¿Considera usted que necesita una capacitación en calidad de servicio al cliente?					
4	¿Considera usted que su estado de ánimo influye en el servicio brindado al paciente?					
5	¿Calificaría como satisfactoria la actividad de satisfacción al cliente en la clínica?					
6	¿Considera usted que la atención que brinda supera la percepción de los clientes?					
7	¿Considera usted que los colaboradores se esfuerzan por satisfacer al cliente?					
8	¿Considera usted que su permanencia en la clínica es muy importante?					
9	¿Cómo considera la satisfacción del cliente de acuerdo a las experiencias en la clínica?					
10	¿Considera usted que las consultas médicas gratuitas influirían positivamente en la reacción del paciente?					


Anexo 3: Validez de Instrumento de recolección

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "Gestión Administrativa y Satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018"							
Apellidos y nombres del investigador: De La Fuente Sanjines Danneth Georgina							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Barrueta Barreto Israel							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión Administrativa	Planeación	Objetivos	1. ¿Considera que es importante que la clínica logre sus objetivos?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (Pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (Pág. 216).	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Métodos	2. ¿Ud. considera que los procesos que tiene la clínica genera un orden?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Organización	Jerarquías	3. ¿Ud. Considera que las funciones de cada trabajador se están cumpliendo según los niveles jerárquicos?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Dirección	Liderazgo		4. ¿Considera Ud. que sus jefes tienen el liderazgo para que lo orienten a llegar a sus resultados?	<input checked="" type="checkbox"/>	
	5. ¿Considera Ud. que la clínica tiene un buen líder?				<input checked="" type="checkbox"/>		
	Comunicación		6. ¿Considera que la comunicación con todo el personal es clara?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Control	Resultado	7. ¿Ud. Considera que la comunicación que brinda la recepción en la clínica es la correcta?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			8. ¿Considera Ud. que el control que hay en la clínica es muy estricto?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			9. ¿Considera Ud. Que la clínica tiene gran potencial de clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			10. ¿Considera que los resultados de la clínica son por el compromiso del personal?		<input checked="" type="checkbox"/>		
Satisfacción de los clientes	Desempeño	Valor	1. ¿Es importante para Ud. la opinión del cliente con respecto a nuestra atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			2. ¿Considera ud. que la clínica ofrece buenos beneficios a los pacientes?	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Servicio	3. ¿Considera Ud. que necesita una capacitación en calidad de servicio al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Expectativas	Percepción	4. ¿Considera Ud. que su estado de ánimo influye en el servicio brindado al paciente?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			5. ¿Calificaría como satisfactoria la actividad de satisfacción al cliente en la clínica?	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Esfuerzo	6. ¿Considera Ud. Que la atención que brinda supera la percepción de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			7. ¿Considera Ud. que los colaboradores se esfuerzan por satisfacer al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Experiencias	Reacción	8. ¿Considera Ud. que su permanencia en la clínica es muy importante?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			9. ¿Cómo considera la satisfacción del cliente de acuerdo a las experiencias en la clínica?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			10. ¿Considera Ud. que las consultas médicas gratuitas influirían positivamente en la reacción del paciente?	<input checked="" type="checkbox"/>			
Firma del experto			Fecha 28/11/19				


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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "Gestión Administrativa y Satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018"							
Apellidos y nombres del investigador: De La Fuente Sarjines Danneth Georgina							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Lassner Augusto León Espinoza							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión Administrativa	Planeación	Objetivos	1. ¿Considera que es importante que la clínica logre sus objetivos?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (Pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (Pág. 216).	✓		
		Métodos	2. ¿Ud. considera que los procesos que tiene la clínica genera un orden?		✓		
	Organización	Jerarquías	3. ¿Ud. Considera que las funciones de cada trabajador se están cumpliendo según los niveles jerárquicos?		✓		
		Dirección	Liderazgo		4. ¿Considera Ud. que sus jefes tienen el liderazgo para que lo orienten a llegar a sus resultados?	✓	
	5. ¿Considera Ud. que la clínica tiene un buen líder?				✓		
	Comunicación		6. ¿Considera que la comunicación con todo el personal es clara?		✓		
	Control	Resultado	7. ¿Ud. Considera que la comunicación que brinda la recepción en la clínica es la correcta?		✓		
			8. ¿Considera Ud. que el control que hay en la clínica es muy estricto?		✓		
			9. ¿Considera Ud. Que la clínica tiene gran potencial de clientes?		✓		
			10. ¿Considera que los resultados de la clínica son por el compromiso del personal?		✓		
Satisfacción de los clientes	Desempeño	Valor	1. ¿Es importante para Ud. la opinión del cliente con respecto a nuestra atención?	✓			
			2. ¿Considera ud. que la clínica ofrece buenos beneficios a los pacientes?	✓			
		Servicio	3. ¿Considera Ud. que necesita una capacitación en calidad de servicio al cliente?	✓			
	Expectativas	Percepción	4. ¿Considera Ud. que su estado de ánimo influye en el servicio brindado al paciente?	✓			
			5. ¿Calificaría como satisfactoria la actividad de satisfacción al cliente en la clínica?	✓			
		Esfuerzo	6. ¿Considera Ud. Que la atención que brinda supera la percepción de los clientes?	✓			
			7. ¿Considera Ud. que los colaboradores se esfuerzan por satisfacer al cliente?	✓			
	Experiencias	Reacción	8. ¿Considera Ud. que su permanencia en la clínica es muy importante?	✓			
			9. ¿Cómo considera la satisfacción del cliente de acuerdo a las experiencias en la clínica?	✓			
			10. ¿Considera Ud. que las consultas médicas gratuitas influirían positivamente en la reacción del paciente?	✓			
Firma del experto			Fecha	27/11/17			

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "Gestión Administrativa y Satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos 2018"							
Apellidos y nombres del investigador: De La Fuente Sarjines Danneth Georgina							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Lessner Augusto León Espinoza							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión Administrativa	Planeación	Objetivos	1. ¿Considera que es importante que la clínica logre sus objetivos?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (Pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (Pág. 216).	✓		
		Métodos	2. ¿Ud. considera que los procesos que tiene la clínica genera un orden?		✓		
	Organización	Jerarquías	3. ¿Ud. Considera que las funciones de cada trabajador se están cumpliendo según los niveles jerárquicos?		✓		
		Dirección	Liderazgo		4. ¿Considera Ud. que sus jefes tienen el liderazgo para que lo orienten a llegar a sus resultados?	✓	
	5. ¿Considera Ud. que la clínica tiene un buen líder?				✓		
	Comunicación		6. ¿Considera que la comunicación con todo el personal es clara?		✓		
	Control	Resultado	7. ¿Ud. Considera que la comunicación que brinda la recepción en la clínica es la correcta?		✓		
			8. ¿Considera Ud. que el control que hay en la clínica es muy estricto?		✓		
			9. ¿Considera Ud. Que la clínica tiene gran potencial de clientes?		✓		
			10. ¿Considera que los resultados de la clínica son por el compromiso del personal?		✓		
Satisfacción de los clientes	Desempeño	Valor	1. ¿Es importante para Ud. la opinión del cliente con respecto a nuestra atención?	✓			
			2. ¿Considera ud. que la clínica ofrece buenos beneficios a los pacientes?	✓			
	Expectativas	Servicio	3. ¿Considera Ud. que necesita una capacitación en calidad de servicio al cliente?	✓			
			Percepción	4. ¿Considera Ud. que su estado de ánimo influye en el servicio brindado al paciente?	✓		
		5. ¿Calificaría como satisfactoria la actividad de satisfacción al cliente en la clínica?		✓			
		Esfuerzo		6. ¿Considera Ud. Que la atención que brinda supera la percepción de los clientes?	✓		
			7. ¿Considera Ud. que los colaboradores se esfuerzan por satisfacer al cliente?	✓			
	Experiencias	Reacción	8. ¿Considera Ud. que su permanencia en la clínica es muy importante?	✓			
			9. ¿Cómo considera la satisfacción del cliente de acuerdo a las experiencias en la clínica?	✓			
			10. ¿Considera Ud. que las consultas médicas gratuitas influirían positivamente en la reacción del paciente?	✓			
Firma del experto			Fecha: 27/11/17				

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

Anexo 4: Vista de base de datos SPSS 23

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	Item20	var	var	var	var	vi
8	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1					
9	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1					
10	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3					
11	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	3					
12	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1					
13	2	2	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
14	4	4	2	4	4	4	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	4	1	1	1					
15	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
16	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	3					
17	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	4					
18	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
19	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	1	2					
20	2	2	1	1	2	2	2	4	2	1	3	3	3	3	3	4	4	1	1	1					
21	1	1	3	4	4	2	3	3	3	2	2	5	5	5	5	3	5	5	5	5					
22	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
23	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1					
24	1	2	2	4	2	2	5	4	2	2	5	5	5	2	2	5	5	1	1	3					
25	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	5	1	1	1					
26	1	2	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1					
27	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2					
28	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1					
29	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1					
30	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2					

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:OFF



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : FO6-PP-PR-02.02
 Versión : 09
 Fecha : 23-03-2018
 Página : 1 de 1

Yo, Israel Barrotia Barreto
 docente de la Facultad Ciencias Empresariales y
 Escuela Profesional Administración de la Universidad César Vallejo
Callao (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

" Gestión Administrativa y Satisfacción de los clientes
en la Clínica Médica Primavera, los Olivos, 2018"

del (de la) estudiante Danneth Georgina De la Fuente Sanjines,
 constato que la investigación tiene un índice de
 similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/La sucrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lugar y fecha Sede Callao, 09 de Julio 2018

Firma: Israel Barrotia Barreto
 Nombres y apellidos del (de la) docente
 DNI: 10614088

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Danneth Georgina De La Fuente Sanjines, identificado con DNI N° 48298366, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA CLÍNICA MÉDICA PRIMAVERA, LOS OLIVOS, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:


FIRMA

Danneth Georgina De La Fuente Sanjines

DNI: 48298366

FECHA: 26 de noviembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Gestión administrativa y satisfacción de los clientes en la Clínica Médica
Primavera. Los olivos, 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

Danneth Georgina De La Fuente Sanjines

Resumen de coincidencias

25 %

25
Filter
Download
Info

1	repositorio.ucv.edu.pe	10 %	>
	Fuente de Internet		
2	Entregado a Universida...	10 %	>
	Trabajo del estudiante		
3	bibadm.ucla.edu.ve	<1 %	>
	Fuente de Internet		
4	tesisdeinvestig.blogspot...	<1 %	>
	Fuente de Internet		
5	Entregado a University ...	<1 %	>
	Trabajo del estudiante		
6	www.ciudadanosaldia...	<1 %	>
	Fuente de Internet		
7	www.labdp.ua.es	<1 %	>
	Fuente de Internet		

Israel Barreto
Dr. Israel Barutié Barreto



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Facultad de Ciencias Empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Danneth Georgina De La Fuente Sanjines

INFORME TÍTULADO:

“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA CLÍNICA MÉDICA PRIMAVERA, LOS OLIVOS, 2018”.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 09/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 16 Dieciséis



Samanta

Mg. Samanta Hilda Calle Ruiz