

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE **ADMINISTRACIÓN**

**“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA CONSULTORA
EN LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021”**

Tesis para optar al título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Autora:

Dorali Vanesa Terrones Lopez

Asesor:

Mg. María del Carmen D’Angelo Panizo

<https://orcid.org/0000-0003-0784-740X>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	María Eugenia Alfaro Sánchez	31676901
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Raúl Santiago Bacigalupo Lago	07785331
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Juan Carlos Sevillano Gamboa	18227210
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico principalmente a Dios, por ser nuestro inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados, también por permitirme el haber llegado hasta este momento más importante de mi formación profesional.

A mis padres con todo mi cariño y amor, por su apoyo incondicional, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes que fueron los que me dieron los ánimos en este campo de estudio, he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Tengo el orgullo y privilegio de ser su hija.

También agradezco a todas las personas que me apoyaron y han hecho que el trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos que me abrieron las puertas y me compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradezco a mis docentes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, y por guiarme con su paciencia, y su rectitud como docentes.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	22
1.3. Objetivos	23
1.4. Hipótesis	23
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	24
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	45
REFERENCIAS	49
ANEXOS	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Percepción de la gestión administrativa.....	31
Tabla 2	Planificación	32
Tabla 3	Organización.....	33
Tabla 4	Dirección.....	34
Tabla 5	Control	35
Tabla 6	Nivel de satisfacción del cliente.....	36
Tabla 7	Necesidad.....	37
Tabla 8	Servicio	38
Tabla 9	Atributos	39
Tabla 10	Relación entre planificación y satisfacción del cliente	40
Tabla 11	Relación entre organización y satisfacción del cliente	41
Tabla 12	Relación entre dirección y satisfacción del cliente	42
Tabla 13	Relación entre control y satisfacción del cliente.....	43
Tabla 14	Relación entre gestión administrativa y satisfacción del cliente.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Percepción de la gestión administrativa	31
Figura 2. Dimensión planificación.....	32
Figura 3. Dimensión organización.....	33
Figura 4. Dimensión dirección.....	34
Figura 5. Dimensión control	35
Figura 6. Nivel de satisfacción del cliente	36
Figura 7. Dimensión necesidad.....	37
Figura 8. Dimensión servicio.....	38
Figura 9. Dimensión atributos	39

RESUMEN

En el presente estudio se planteó como objetivo general determinar la relación entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021. En ese sentido, se consideró el desarrollo de una metodología de tipo correlacional, enfoque cuantitativo y diseño no experimental, considerando a una muestra de 50 clientes frecuentes de la empresa, a quienes se les aplicó como instrumentos de recolección de datos dos cuestionarios para conocer su percepción sobre cada una de las variables. Como resultados del estudio, se obtuvo que la percepción del cliente respecto a la gestión administrativa fue baja de acuerdo al 38,0% de los clientes y el nivel de satisfacción del cliente en fue moderado o medio de acuerdo con el 44,0% de los clientes. Se concluyó que sí existe una relación alta entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, obteniendo un coeficiente de correlación es 0,981.

PALABRAS CLAVES: gestión administrativa, proceso administrativo, satisfacción del cliente, consultoría.

ABSTRACT

The general objective of this study was to determine the relationship between administrative management and customer satisfaction in a consulting firm in the city of Trujillo, 2021. In this sense, we considered the development of a correlational methodology, quantitative approach and non-experimental design, considering a sample of 50 frequent customers of the company, to whom two questionnaires were applied as data collection instruments to know their perception on each of the variables. The results of the study showed that the customer's perception of administrative management was low according to 38.0% of the customers and the level of customer satisfaction was moderate or medium according to 44.0% of the customers. It was concluded that there is a high relationship between administrative management and customer satisfaction in a consulting firm in the city of Trujillo, 2021, obtaining a correlation coefficient of 0.981.

KEYWORDS: administrative management, administrative process, customer satisfaction, consultancy.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día, tanto la gestión administrativa como la satisfacción del cliente son temas elementales a considerar por las empresas, especialmente aquellas que se dedican a brindar algún tipo de servicio.

Al respecto, la gestión administrativa como el consciente y coordinado direccionamiento de un sistema específico. Entonces se puede deducir que la Gestión Administrativa en una empresa considera la conexión y el gobierno adecuado de la organización hacia el cumplimiento de los objetivos trazados Quintero y Sotomayor (2018). Por su parte, Chiavenato (2014) señala que la gestión administrativa viene a ser la ejecución de un proceso productivo o transformador y a partir del uso de recursos o factores resultará la obtención de productos o servicios de mayor valor o utilidad. En cuanto la satisfacción del cliente, Zeithaml et al. en 1993 determinaron que la satisfacción del cliente es una reacción a cerca de la evaluación de los clientes una vez recibida la atención o producto (López-Ramírez et al., 2018).

De acuerdo con problemáticas en función a la gestión administrativa y satisfacción del cliente en el ámbito empresarial, según un estudio de Gómez-Bayona et al. (2020), mencionaron que la mayor parte de los clientes critican que los trámites son excesivos y que los colaboradores que les atendieron no estaban preparados correctamente, añadieron también que la organización que manejan estas empresas, para las citas de mantenimiento de sus unidades es inadecuada.

Por otro lado, en el ámbito nacional, de acuerdo con una publicación de la compañía global Wavatec (2015), las empresas peruanas llegarían a perder un 91% de sus clientes

por insatisfacción del servicio que ofrecen y un 78% no retornarían a la empresa que les brindo el servicio, por lo cual esto ocasionaría una pérdida sensible que también se vería reflejada en la disminución económica de la empresa. Por lo que las empresas tardarían en captar nuevos clientes.

En ese sentido, a partir del presente estudio, se pretende determinar la relación entre estas variables, desarrolladas en una empresa de consultoría empresarial localizada en la ciudad de Trujillo, para que a partir de ello se puedan tomar mejores decisiones en cuanto a aumentar el nivel de satisfacción de los clientes.

Esta empresa tiene más de cinco años en el mercado, está constituida como una sociedad anónima cerrada y se dedica a brindar servicios de consultoría empresarial como planeamiento estratégico, gestión de proyectos, metodologías ágiles, evaluación del desempeño, reclutamiento y selección, seguridad y salud ocupacional, coaching organizacional y capacitaciones. En ese sentido, en los últimos años ha percibido que la gestión administrativa de la organización ha presentado ciertas deficiencias lo que conlleva a disminuir la satisfacción de los clientes; sin embargo, a la fecha no existe un estudio práctico que demuestra si estas variables están o no relacionadas para poder tomar medidas correctivas con la finalidad de aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes.

De acuerdo a **antecedentes** revisados, se encontró que Agurto y Araujo (2018), en su estudio aplicado a una empresa comercial, establecieron como objetivo el determinar la relación e influencia entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente de esta organización. Para lo cual consideraron a una población de 100 clientes, a quienes se les ejecutó un cuestionario de satisfacción del cliente y gestión administrativa para obtener datos, para luego ser procesados mediante la estadística inferencial. Como conclusiones

obtuvieron que existe un alto nivel de satisfacción de acuerdo al 95,00% de clientes y un nivel regular de gestión administrativa de acuerdo con el 83,75% de los clientes. Finalmente, como resultados de la correlación, se determinó que existe una relación directa entre las variables con un grado de correlación moderado de 0,698.

En el ámbito nacional, Chumpitaz (2020), en su estudio consideró la evaluación de la relación entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una organización de Magdalena, Lima. En tanto, desarrolló una investigación de nivel correlacional, con un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 148 clientes a quienes se les aplicó como instrumento dos cuestionarios, para adquirir información respecto a las variables. De acuerdo a los resultados, se obtuvo un valor de $p_{0,002}$, menor al nivel de sig. (0.05); con un coeficiente de correlación de 0.251, concluyendo que, la gestión administrativa sí se relaciona con la satisfacción del cliente de esta organización, con un coeficiente bajo de correlación entre las variables.

Ramírez (2017), en su estudio consideró como finalidad la determinación de la relación entre la gestión administrativa y el nivel de satisfacción del cliente externo del área de operaciones de una entidad financiera. Para recolectar los datos se consideró a 70 clientes. Se concluyó que existe una relación significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la entidad financiera, donde el valor del coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.833 y una significancia de 0.000; por lo que, se demostró una asociación alta positiva entre las variables.

En el ámbito local, Castañeda y Vásquez (2016), en su tesis de maestría desarrollada con el objetivo de evaluar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de una institución de la ciudad de Chiclayo, aplicaron la técnica de la encuesta a

una muestra de 114 estudiantes cuyo instrumento fue un cuestionario para evaluar ambas variables, sin nombre propio dado que fue elaborada por las autoras, empleando un diseño metodológico de tipo no experimental. Como conclusiones obtuvieron que el control administrativo se relaciona directamente con el servicio recibido por parte de la institución, ya que muestra un resultado del 2,84 con 71% de muy satisfecho, indicando que, sí se ejerce una gestión eficiente en los servicios, mostrando una alta confianza y satisfacción con la atención brindada.

Asimismo, Suarez y Vásquez (2021), en su estudio realizado en una empresa local, estableció como objetivo determinar la relación de la gestión administrativa con la satisfacción del cliente, por lo que empleó una metodología de tipo descriptiva – correlacional, mediante la técnica de la encuesta como medio de recolección de datos, a una población de 50 clientes. En ese sentido, se obtuvo como resultados que sí existe correlación entre las variables con una significancia de 0.000 y un $r=0.869$, por lo que se comprobó la hipótesis alterna.

Al respecto, **de acuerdo a las bases teóricas consultadas**, la gestión administrativa es el conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una organización, a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar (Chiavenato, 2014).

La teoría clásica de la administración, señala a la gestión administrativa como un proceso dentro de la administración, la cual tiene el objetivo de planear, organizar, ejecutar y controlar, con el fin de tener una mayor eficiencia del recurso humano. Por otro lado, la teoría general de la administración, señala que este enfoque se ocupa de las funciones de

los directivos o gerentes y que está conformado por: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar (Chiavenato, 2014)..

Para Fernández (2017) la gestión administrativa es la aplicación de un sistema de procesos, instrumentos y técnicas para la adecuada conducción de los recursos y evolución de las tareas organizacionales y de esta manera lograr satisfacer a los clientes, cumpliendo y superando todas sus expectativas.

Con respecto a lo señalado por otros autores hay mucha semejanza en la definición de la gestión administrativa, este proceso es una de las actividades más importantes en una organización o empresa ya sea esta pequeña o grande, “todas indican el proceso para lograr los objetivos de la empresa mediante la unión de esfuerzos en coordinación de todo el personal que trabajan dentro de esta” (Correa, 2017, p.26).

Tipos de gestión administrativa

Talento humano: También conocida como la gestión de los recursos humanos en una organización. En ella se definen los procesos que emplean las empresas para planificar, organizar, administrar y controlar los activos relacionados con las personas que conforman la organización (Chiavenato, 2014).

Gestión de conocimiento: Implica la administración del conocimiento y compartir experiencias entre los participantes, donde lo que se busca es emplear adecuadamente los recursos.

Gestión estratégica: Una vez que se planifican las actividades junto con otros sistemas de gestión como los planes de acción u objetivos definidos por la organización, a través de la gestión estratégica, los procesos se podrán desarrollar eficientemente.

Gestión gerencial: Se trata de las actividades que son orientadas dentro la producción de productos o servicios especializados en la empresa, por lo que se encuentra enmarcada en un conjunto de acciones que repercuten en todos los niveles jerárquicos de la empresa.

Recursos tecnológicos: Incluye los procesos donde se toman decisiones vinculadas con las estrategias, acciones, políticas y planificaciones que se relacionan con el uso, creación y proyección de todo lo que comprende el sistema tecnológico.

Gestión financiera: Se orienta en el uso eficiente de los recursos económicos, evaluado cómo se financiarán las operaciones ya sea con recursos propios o de terceros.

Funciones de la gestión administrativa

Ejecución de los procesos de gestión. Los procesos de gestión conviene sean realizados de manera adecuada para que se lleve a cabo el desempeño efectivo en cada una de las etapas del proceso administrativo.

Contratación de personal. Se refiere a la selección, capacitación, colocación y remuneración de los colaboradores. El logro de las metas de la empresa depende de poder contar con el personal idóneo para determinado puesto de trabajo, por lo tanto, se debe mantener el interés de cubrir las necesidades de los colaboradores.

Salvaguardia de los activos. Los activos de una organización tienen que estar protegidos contra el uso ilícito, pérdida o daño causado por hurto, incendio o cualquier otro medio.

Relaciones públicas. Esta es una de las funciones significativas de la gestión administrativa ya que se enfoca en establecer y unir las líneas de comunicación entre la organización y su público objetivo y sus grupos de interés.

Dimensiones de la gestión administrativa

Planeación: Los planes dan a la organización sus objetivos y fijan el mejor procedimiento para obtenerlos que permiten, que la organización consiga y dedique los recursos para alcanzar sus objetivos, que las actividades se realicen de acuerdo a los objetivos y procedimientos y la obtención de los objetivos sean vigilados para imponer medidas correctivas. Los planes son de dos tipos: planes de un solo uso y planes permanentes, el primero está conformado por: los programas, proyectos presupuestos y los segundos por las políticas, procedimientos y reglas.

Además, indican que en esta etapa se determinan las bases que servirán de guía para las demás actividades y acciones que se llevarán a cabo consecuentemente, teniendo claros cuáles son los objetivos a los cuales se busca llegar y los lineamientos en los que las actividades para lograr dichos objetivos estarán enmarcadas.

Organización: Establecidos los objetivos, los planes o programas se diseña y desarrolla la estructura organizacional. El proceso de organización tiene varias etapas: a) Descripción del trabajo a realizar; b) División del trabajo; c) Coordinación del trabajo; d)

Departmentalización o estructura organizacional, e) Monitoreo y reorganización. La dotación de personal es el reclutamiento, asignación y adiestramiento del personal calificado para el trabajo de una organización.

Esta comprende la segunda etapa de la gestión administrativa, y es donde se establecerá la estructura de la de la organización. En esa línea, según señala (Chiavenato, 2014, pág. 72)

Dirección: Como tercera etapa de la gestión administrativa, surge la dirección, la cual “está relacionada con la acción, con la puesta en marcha, y tiene mucho que ver con las personas. Está directamente relacionada con la disposición de los recursos humanos de la empresa” (Chiavenato, 2014, pág. 149).

A esta función se le conoce también como motivación, estimulación, liderazgo, que consiste en hacer que los miembros de la organización actúen de modo que sus actos contribuyan al logro de los objetivos, concretamente se requiere trabajar directamente con la gente.

Control: El control es la cuarta etapa de la gestión administrativa, como función administrativa, de acuerdo con esta etapa constituye el: “proceso mediante el cual se garantiza que los propósitos y políticas de una empresa se cumplan y que los recursos disponibles para ello estén siendo administrados adecuadamente en términos de eficacia y eficiencia” (Cano, 2017, p.104).

El control mantiene a la organización en la vía correcta sin permitir que se desvíe de sus metas. Esta función consta de tres elementos:1) Establecer las normas del

desempeño; 2) Medir el desempeño actual y compararlo con las normas establecidas; 3) Tomar medidas para corregir el desempeño que no cumpla con esas normas.

Beneficios de la gestión administrativa

En el momento actual, la mayor parte de las organizaciones reconocen la importancia de la planeación estratégica para el bienestar a largo plazo, ante un ambiente en constante cambio:

Mejoramiento del funcionamiento. En ese sentido, la gestión administrativa ayuda a desarrollar un concepto bien definido a nuestra organización, y esto posibilita formular los planes y actividades que la acerquen a sus metas.

Adaptación ante los cambios. En la actualidad, los acontecimientos se presentan con demasiada rapidez para que la experiencia pueda ser siempre una guía confiable, se necesita elaborar nuevas estrategias apropiadas para los problemas y oportunidades propias del futuro.

Mejor control. Por otro lado, la gestión administrativa permite reducir la posibilidad de errores ya que los objetivos, metas y estrategias son sometidos a un estudio riguroso reduciendo la probabilidad de que sean incorrectas o no factibles.

La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador (Suarez y Vásquez (2021).

Por su parte, respecto a las **bases teóricas de la satisfacción del cliente**, un gran referente es Kotler y Armstrong (2017), define a la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Si bien es cierto, en los últimos años la satisfacción del cliente ha sufrido muchos cambios en su significado, anteriormente se decía que cuando un trabajo estaba bien realizado el cliente se sentía satisfecho.

Según Gosso (2016) afirma que la satisfacción del cliente: “Es un estado de ánimo que resulta al comparar las expectativas de un cliente sobre un producto o servicio que ofrece una empresa” (p. 77).

Por su parte, Vavra (2012) nos dice sobre la satisfacción: “Es una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización” (p. 25).

Importancia de la satisfacción del cliente

Los fundamentos acerca de la satisfacción del cliente han sido estudiados desde diferentes puntos de vista, económico, cognitivo, afectivo, etc., así mismo, “no se centra solamente en el área de atención, sino, más bien ha tomado tanto protagonismo que hoy en día todas las áreas de la empresa se ven inmiscuidas en la labor de satisfacer a sus clientes” (Agurto y Araujo, 2018).

Según García (2011) afirma que es importante porque: “Es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y, por ende, en el mercado meta” (p. 179).

Elementos de la satisfacción del cliente

El rendimiento percibido: según Pérez (2017) lo define como: “El desempeño del producto que el cliente adquiere y con el logro que él considera haber obtenido. Es en sí, el resultado que el cliente percibe al haber obtenido un producto o servicio” (p. 52).

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se da desde la percepción que tiene el cliente sobre el producto o servicio de la empresa, mas no desde la percepción de la empresa.
- Es aquel que se obtiene al comparar los resultados del producto o servicio.
- Se verá influenciado por opiniones de otras personas.
- Dependerá mucho del estado de ánimo en que se encuentre el cliente.

Las expectativas: según Gosso (2016) las define como: El desempeño que espera obtener el cliente de un servicio, el cual está compuesto una dimensión estructural y otra emocional. La primera relacionada a la prestación de servicio, como la limpieza, el orden, la presencia del personal y la segunda relacionada a lo que el cliente espera sentir respecto al servicio. (p. 78).

Debido a que las expectativas no son estáticas por motivo del constante cambio, están fundamentadas por distintos elementos:

- Lo que el cliente escuche de otros usuarios.
- Las experiencias anteriores con el servicio.
- La publicidad de los proveedores del servicio.
- El precio que influye cuando el cliente no dispone de otros elementos.

Niveles de satisfacción

Los niveles de satisfacción: posteriormente realizada la compra del producto o adquisición del servicio el cliente va a experimentar tres niveles de satisfacción, siendo estos los siguientes:

Insatisfacción Esta se origina cuando el desempeño del producto no ha logrado alcanzar las expectativas que tenía el cliente del mismo.

Satisfacción Se origina cuando el desempeño del producto coincide con aquellas expectativas que ha tenido el cliente.

Complacencia Se dará cuando el desempeño del producto haya excedido las expectativas que tuvo el cliente antes de realizar la compra.

Dimensiones de la satisfacción del cliente

De acuerdo con otras investigaciones que evalúan la satisfacción del cliente en empresas de servicios, basados en los aportes de Kotler y Armstrong (2017), se determinaron las siguientes dimensiones:

Necesidad. Es una carencia o escasez de algo que se considera imprescindible. en el ámbito del marketing, es toda aquella aspiración por parte de los consumidores en términos de bienes o servicios. Es decir, son aquellos puntos a satisfacer por parte de las empresas mediante el ofrecimiento de sus productos en el mercado.

Servicio. Se origina cuando el desempeño del producto coincide con aquellas expectativas que ha tenido el cliente. En marketing, es un conjunto de tácticas que tienen como objetivo agregarle valor al servicio ofrecido, con el fin de persuadir al cliente para

que opte por una determinada empresa. A través de una estrategia es posible garantizar la máxima satisfacción de consumidores y usuarios.

Atributos Son aquellos aspectos del producto que tienen valor en marketing porque su estudio, conocimiento, manipulación y su posterior explotación a través de la comunicación forman parte de la política de producto y desencadenan su éxito o fracaso en el mercado.

La justificación del presente estudio, desde el punto de vista **teórico**, se enmarca en la necesidad de contrastar los diversos aportes planteados por expertos en base a las variables de estudio, para poder fundamentar si existe o no una relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente, por tanto, se consideró aportes como los de Fayol, Taylor, Kotler y otros, con la teoría clásica de la administración y el proceso administrativo, marketing y otros factores relevantes para el estudio. Asimismo, desde la importancia **metodológica**, el presente estudio aporta dos instrumentos de recolección previamente validado por expertos para medir el nivel de la gestión administrativa y la satisfacción de clientes aplicado a una empresa del sector servicios, por lo que también podría ser empleado por otros investigadores para futuros estudios. Finalmente, desde el enfoque **práctico**, la presente investigación es importante dado que no solo se quedará en presentar aportes teóricos, sino que tendrá una aplicación práctica en una empresa real de consultoría en la ciudad de Trujillo, por lo que tendrá evidencia para poder tomar mejores decisiones con el fin de mejorar la satisfacción del cliente.

1.2. Formulación del problema

¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021?

1.3. Objetivos

Objetivo principal

Determinar la relación entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.

Objetivos específicos

- Analizar la percepción del cliente respecto a la gestión administrativa de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.
- Medir la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.
- Relacionar las dimensiones de la gestión administrativa con la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.

1.4. Hipótesis

Hipótesis principal

Existe una alta relación directa entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021

Hipótesis específicas

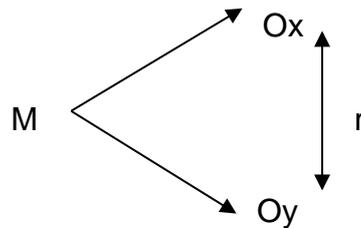
- La gestión administrativa de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, es regular.
- El nivel de satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, es alto.
- Existe relación directa entre las dimensiones de gestión administrativa y la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo de investigación

Este trabajo de investigación es de estudio tipo correlacional, porque busca conocer la relación entre las variables, así como una posible asociación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo. Así también, para la elaboración del presente estudio se ejecutó un enfoque cuantitativo, a partir del análisis estadístico.

Por último, el diseño de investigación utilizado fue el diseño no experimental, debido a que busca analizar las variables sin manipularlas, únicamente considerando su estado natural. Asimismo, fue transversal, ya que el estudio de investigación se ha desarrollado en un determinado momento (Hernández Sampieri et al., 2014). Este tipo de investigación, se esquematiza de la siguiente manera:



En donde:

M: Muestra, clientes de la empresa.

Ox: Observación de la variable gestión administrativa.

Oy: Observación de la variable satisfacción del cliente.

r: Relación entre las variables.

Población y muestra

La población estuvo conformada por los clientes de la empresa, quienes tienen alcances sobre la gestión administrativa en cuanto a los servicios que reciben, asimismo, para evaluar la satisfacción del cliente de la empresa consultora, que, a diciembre de 2021, de acuerdo a su base de datos son un total de 50, dado que los servicios de consultoría que se ofrecen van dirigidos a un determinado mercado y un solo servicio puede ser ejecutado hasta en 6 meses, dada la complejidad.

Al respecto, Tamayo (2018), manifiesta que la población es denominado también universo, e incluye a todas las personas, procesos u objetivos de quienes se extraerá la información.

Dado que la población es pequeña, se optó por una muestra censal, igual a 50 clientes. En ese sentido, se consideró un muestreo no probabilístico por conveniencia, dado que para la selección de la muestra se tomó en cuenta el criterio de la investigadora, incluyendo solo a aquellos que desearon participar del estudio.

Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnicas e instrumentos de recolección

Como técnica de recolección de datos se empleó la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario. De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), una de las técnicas muy utilizadas en investigaciones de nivel correlacional es la encuesta el cual está dirigido a una población o en su defecto a una muestra representativa, y cuyo instrumento; el

cuestionario, está compuesto con un conjunto de ítems o preguntas, ya sean; estructuradas, semi estructuradas o abiertas.

Primer cuestionario: Gestión administrativa

Al respecto, el primer instrumento consta de 20 ítems, distribuidos en cuatro dimensiones (planificación, organización, dirección y control), distribuidos en escala ordinal Tipo Likert. Este instrumento ya se ha aplicado para medir la gestión administrativa en empresas de servicios, conteniendo un alto nivel de validez y consistencia, desarrollado por Palomares (2017), motivo por el cual se utilizó de referencia en el presente estudio. Al respecto, la validez original de este instrumento se determinó mediante juicio de expertos, considerando a tres docentes con grado de Magister (Palomares, 2017, p.48). No obstante, dado el contexto al que se ha aplicado se volvió a validar mediante juicio de experto como se aprecia en el Anexo 4. En cuanto a la confiabilidad se obtuvo lo siguiente.

Tabla 1

Confiabilidad del cuestionario 1 - Gestión administrativa

Alfa de Cronbach	N de elementos
,869	20

Nota. Datos obtenidos de Palomares (2017, p.49)

En la tabla se muestra que el primer instrumento tiene una alta confiabilidad obteniendo un alfa de Cronbach de 0,869.

Segundo cuestionario: Satisfacción del cliente

Si bien es cierto, existe una gran diversidad de instrumentos para medir la satisfacción del cliente; sin embargo, se identificó un instrumento previamente validado

por juicio de expertos, considerado como referencia la tesis de maestría de Arrunátegui (2018), aplicable a empresas que brinden servicios de consultoría. Además de ello, de igual manera que el procedimiento anterior, se volvió a validar el instrumento mediante juicio de expertos como se aprecia en el Anexo 4. El instrumento consta de 20 ítems, distribuidos en tres dimensiones: Necesidad, servicio, atributos, los mismos que presentan 5 opciones de respuesta en escala ordinal tipo Likert. Este instrumento fue validado por tres expertos y también obtuvo un alto nivel de consistencia:

Tabla 2

Confiabilidad del cuestionario 2 – Satisfacción del cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,788	20

Nota. Datos obtenidos de Arrunátegui (2018, p.37)

En la tabla se muestra que el primer instrumento tiene una alta confiabilidad obteniendo un alfa de Cronbach de 0,788.

Métodos de análisis de datos

El análisis de datos se empleó tanto la parte estadística descriptiva; así como la síntesis de datos para analizar y resumir las respuestas emitidas a partir del cuestionario. En el aspecto estadístico descriptivo, se emplearon las tablas de frecuencia y gráficos de barras, insertando los datos en una hoja de Excel, los cuales fueron presentados en términos porcentuales.

Cabe resaltar que una vez obtenidos los resultados del cuestionario, con la puntuación ordinal de cada uno de ellos (1= muy en desacuerdo, 2= desacuerdo, 3=

indeciso, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo). Esto se recategorizaron, considerando tres niveles: alto, medio o bajo, en función a las puntuaciones máximas y mínimas de cada variable y sus dimensiones, empleando el programa estadístico SPSS, para poder evaluarlo por niveles.

Procedimientos

En primer lugar, se solicitó el consentimiento informado de la empresa consultora [Anexo 5] a través de una reunión previa con la gerente general, quien gustosamente aceptó la ejecución del presente estudio. Al respecto, como criterios de inclusión se tomaron en cuenta a los 11 consultores de la empresa, tanto a aquellos que laboran por modalidad de locación de servicios como a aquellos en planilla, excluyendo únicamente a la gerente general. Mientras que, en cuanto a los clientes, se incluyeron a los clientes corporativos a través de un representante para llenar el cuestionario. Es así que, se prepararon los instrumentos de recolección para ser aplicados a través de los medios digitales, empleando la plataforma Google Forms. En tercer lugar, los datos recolectados fueron tabulados y analizados, empleando el programa SPSS, para ser plasmados en el presente informe.

Para la interpretación del coeficiente de correlación, se empleó la siguiente tabla, donde aquellos valores más cercanos a 1 significa que existe una correlación muy alta y aquellos más cercanos a 0 indican que es una correlación muy baja.

Valor de ρ	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Obtenido de la publicación de Martínez y Campos (2015), en Scielo.

Aspectos éticos

Este estudio fue ejecutado a partir del consentimiento de la gerente general de la empresa consultora. Además, consideró los aspectos éticos establecidos en el Código de ética del estudiante universitario de la Universidad Privada del Norte, en el que el manejo de los datos fue tratado con completa confidencialidad y profesionalismo, de uso exclusivo para la investigación, más no de uso o interés personal del alumno. Finalmente, los autores fueron citados y referenciados mediante el estilo APA, séptima edición, en cada aporte señalado en el presente estudio, resguardando la propiedad intelectual y científica de los mismos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En los resultados, se consideraron en primero lugar los descriptivos y luego los inferenciales, en función a los objetivos de la investigación.

Como se señaló en el análisis de datos de la parte metodológica del estudio; una vez obtenidos los resultados del cuestionario, con la puntuación ordinal de cada uno de ellos (1= muy en desacuerdo, 2= desacuerdo, 3= indeciso, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo). Esto se recategorizaron, considerando tres niveles: alto, medio o bajo, en función a las puntuaciones máximas y mínimas de cada variable y sus dimensiones, distribuyéndolas de manera proporcional, empleando el programa estadístico SPSS, para poder evaluarlo por niveles.

En ese sentido, a través de las tablas de frecuencia y gráficos de barra se observa la cantidad de clientes que opina respecto a cada uno de los ítems formulados, para luego ser administrados por categorías, por lo que la frecuencia total es 50, precisamente porque fueron el total de clientes encuestados.

Además, los porcentajes se obtuvieron de dividir cada una de las frecuencias obtenidas en cada uno de los niveles sobre el total.

3.1. Resultados descriptivos

OE1. Analizar la percepción de la gestión administrativa

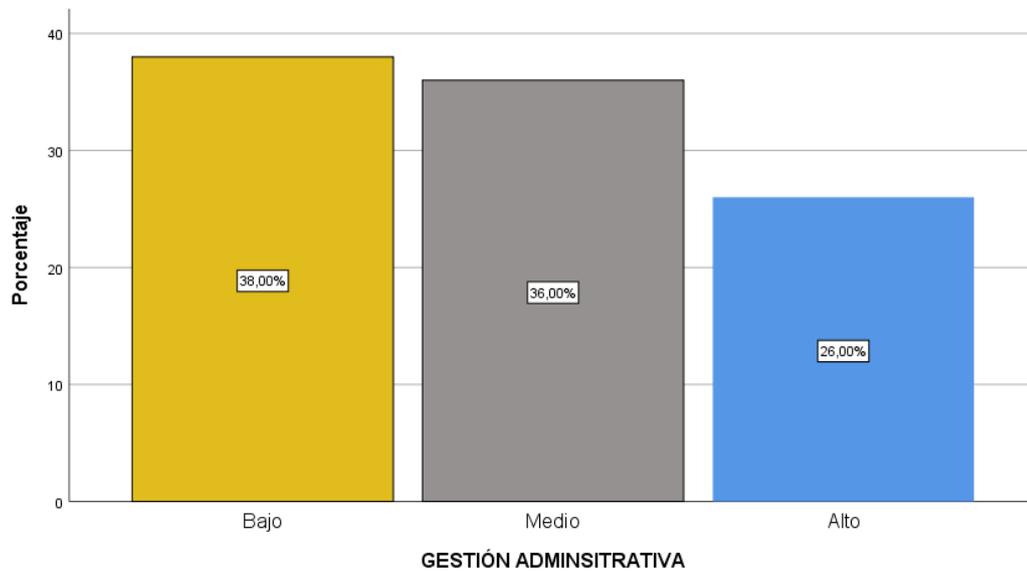
Tabla 3

Percepción de la gestión administrativa

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	19	38,0
Medio	18	36,0
Alto	13	26,0
Total	50	100,0

Figura 1.

Percepción de la gestión administrativa



Descripción: En la tabla 3 y figura 1, se aprecia que la percepción del cliente respecto a la gestión administrativa es baja de acuerdo al 38,0%, seguido del 36,0% que lo considera en un nivel medio y el 26,0% en un nivel bajo. Esto significa que en la empresa consultora, los clientes perciben que su gestión administrativa necesita urgentemente mejorar ciertos aspectos.

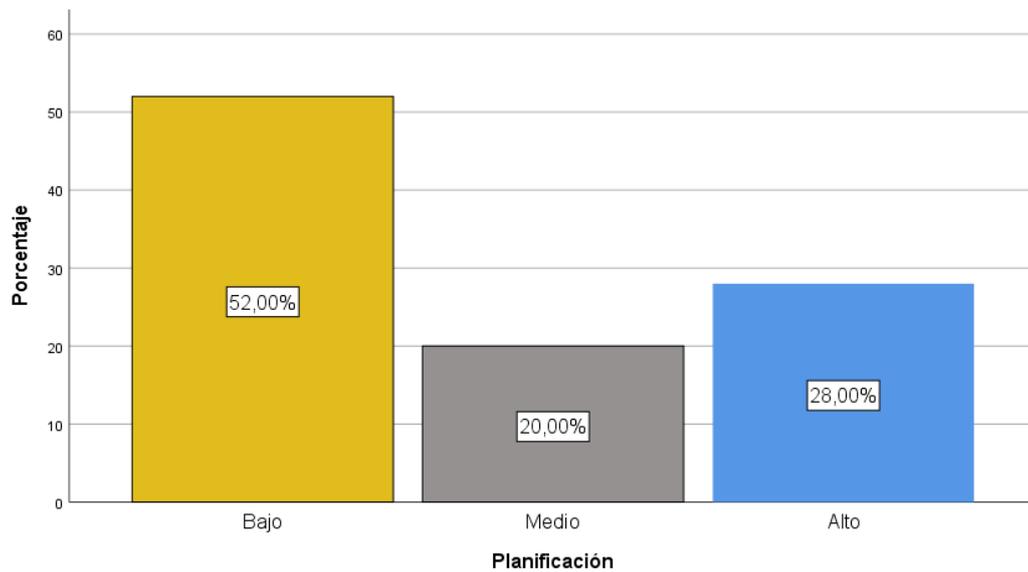
Tabla 4

Planificación

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	26	52,0
Medio	10	20,0
Alto	14	28,0
Total	50	100,0

Figura 2.

Dimensión planificación



Descripción: Considerando las dimensiones de la gestión administrativa, en la tabla 4 y figura 2, se aprecia que el 52,0% de los clientes consideran que la planificación de la empresa se encuentra en un nivel bajo, seguido del 28,0% que lo ubica en un nivel alto y el 20,0% en un nivel medio.

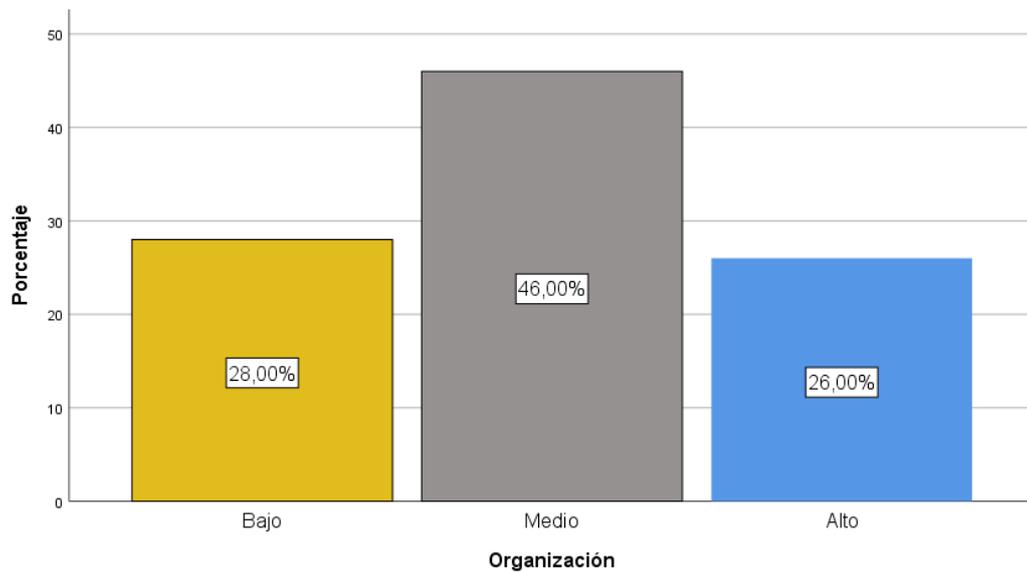
Tabla 5

Organización

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	14	28,0
Medio	23	46,0
Alto	13	26,0
Total	50	100,0

Figura 3.

Dimensión organización



Descripción: En la tabla 5 y figura 3, se observa que el 46,0 % de los clientes consideran organización de la empresa consultora se encuentra en un nivel medio, seguido del 28,0% que lo ubica en un nivel bajo y el 26,0% que considera la dimensión organización como alta.

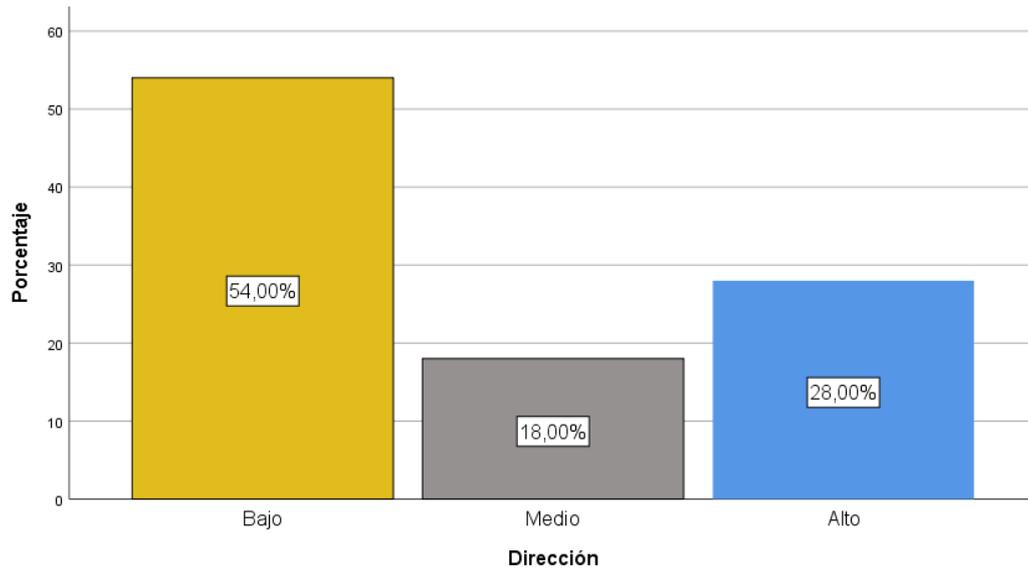
Tabla 6

Dirección

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	27	54,0
Medio	9	18,0
Alto	14	28,0
Total	50	100,0

Figura 4.

Dimensión dirección



Descripción: En la tabla 6 y figura 4, se aprecia que el 54,0% de los clientes consideran que la dimensión dirección de la empresa consultora se encuentra en un nivel bajo, seguido del 28,0% que lo ubica en un nivel alto y el 18,0% que lo considera como una dirección de nivel media o regular.

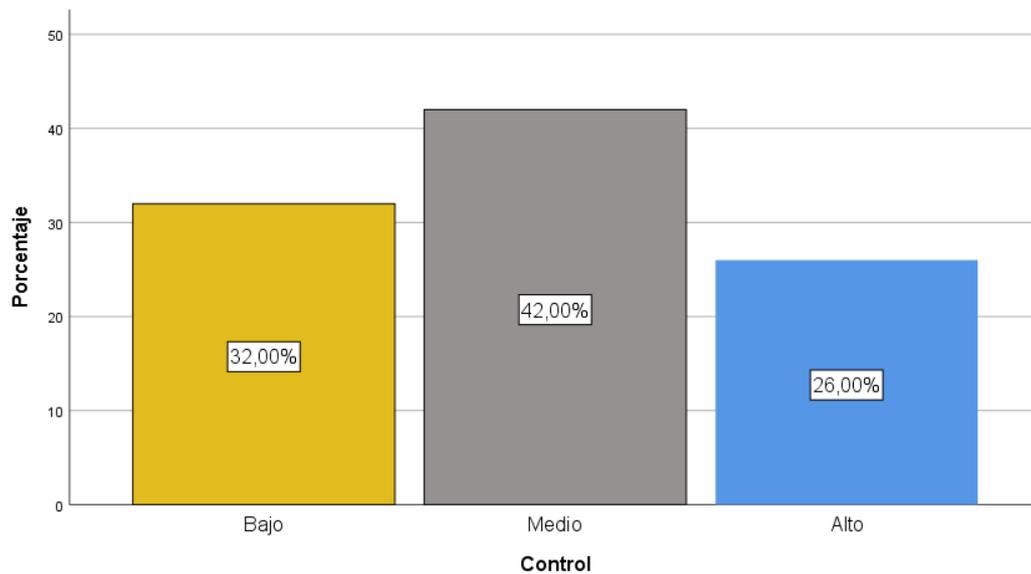
Tabla 7

Control

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	16	32,0
Medio	21	42,0
Alto	13	26,0
Total	50	100,0

Figura 5.

Dimensión control



Descripción: En la tabla 7 y figura 5, se aprecia que el nivel el nivel de la dimensión control en la empresa consultora es media según el 42,0% de los clientes, seguido del 32,0% que lo considera bajo y el 26,0% que lo cataloga como alto.

OE2. Medir el nivel de satisfacción del cliente

Asimismo, se identificó el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa consultora, obteniendo los siguientes resultados.

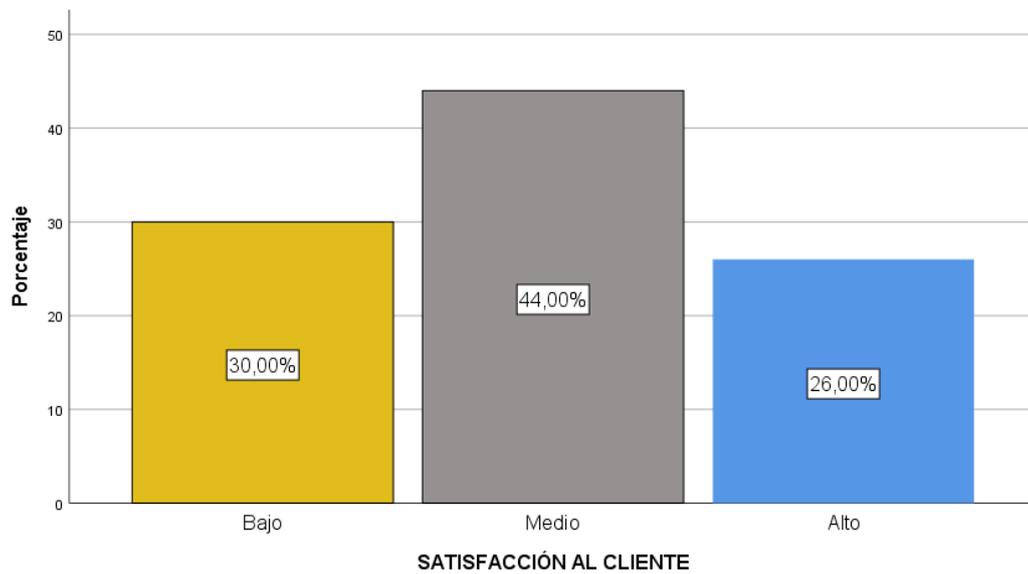
Tabla 8

Nivel de satisfacción del cliente

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	30,0
Medio	22	44,0
Alto	13	26,0
Total	50	100,0

Figura 6.

Nivel de satisfacción del cliente



Descripción: En la tabla 8 y figura 6, se observa que el nivel de satisfacción del cliente, considerando a todas sus dimensiones, es medio de acuerdo con el 44,0% de los clientes; mientras que el 30,0% presenta un nivel de satisfacción bajo y el 26%

presenta un nivel de satisfacción alto. Esto significa que la mayoría de clientes no se sienten totalmente satisfechos con esta empresa consultora

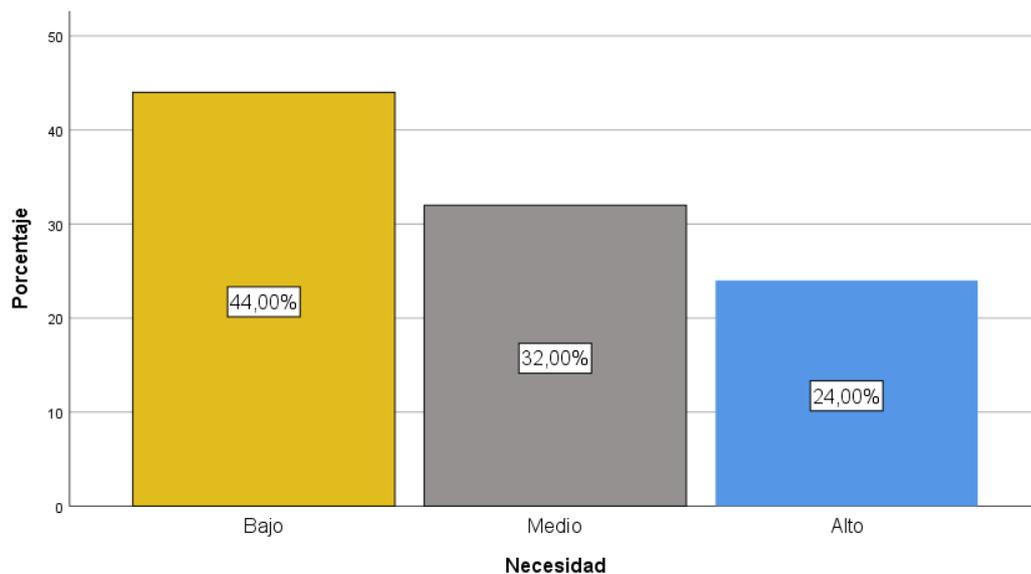
Tabla 9

Necesidad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	22	44,0
Medio	16	32,0
Alto	12	24,0
Total	50	100,0

Figura 7.

Dimensión necesidad



Descripción: En la tabla 9 y figura 7, se observa que el 44,0% de los clientes presentan una satisfacción baja en cuanto su necesidad, seguido de un nivel medio de acuerdo con el 32,0% y un nivel alto de acuerdo con el 24,0% de los clientes.

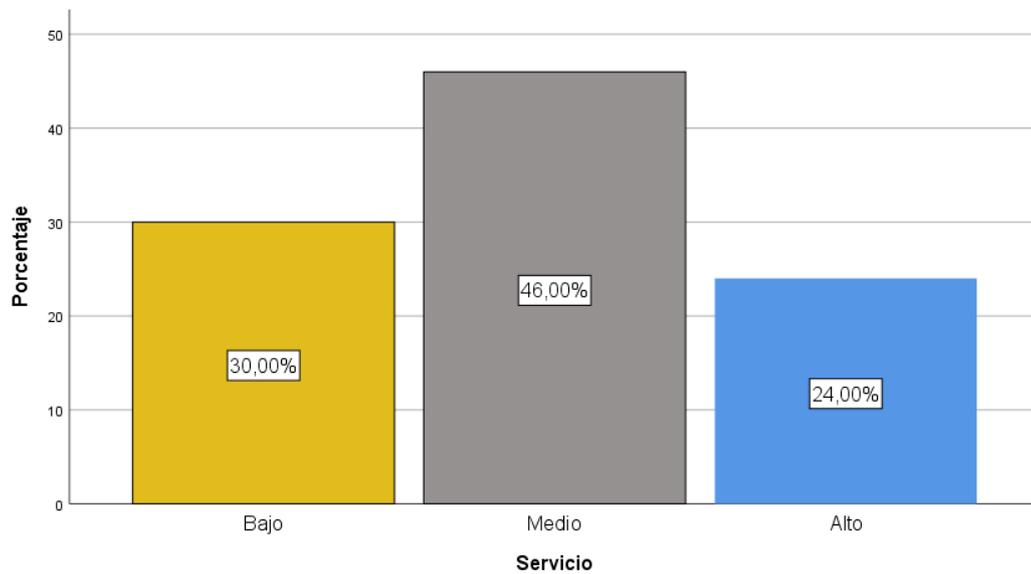
Tabla 10

Servicio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	30,0
Medio	23	46,0
Alto	12	24,0
Total	50	100,0

Figura 8.

Dimensión servicio



Descripción: En la tabla 10 y figura 8, se observa que el 46,0% de los clientes presentan una satisfacción media en cuanto al servicio, seguido de un 30,0% con una satisfacción baja y el 24,0% con un nivel de satisfacción alta en cuanto a la dimensión servicio.

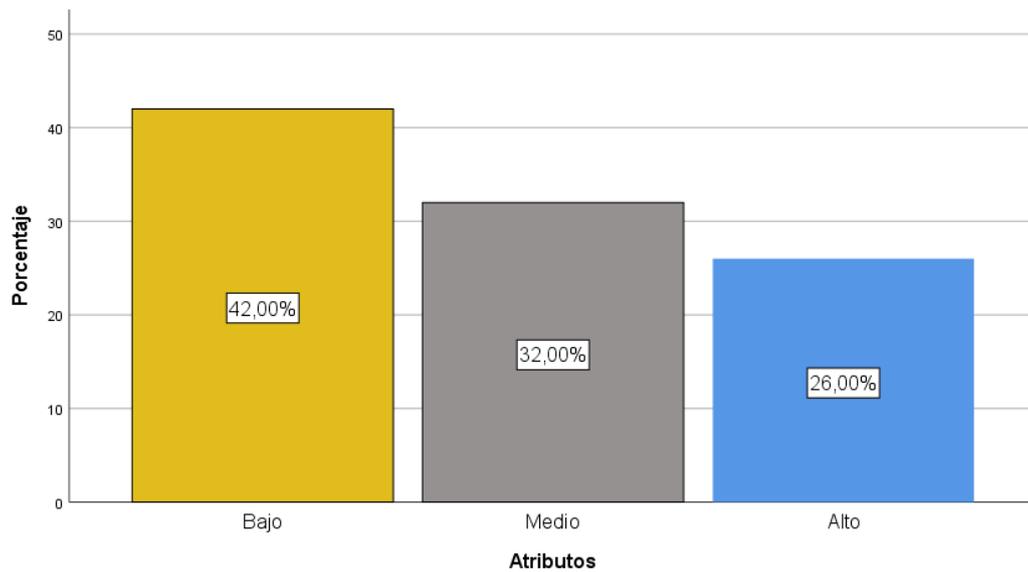
Tabla 11

Atributos

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	21	42,0
Medio	16	32,0
Alto	13	26,0
Total	50	100,0

Figura 9.

Dimensión atributos



Descripción: En la tabla 11 y figura 9, se observa que la dimensión atributos presenta un nivel bajo según el 42,0%, seguido del 32,0% con un nivel medio y el 26,8% de clientes con un nivel de satisfacción alto en cuanto a sus atributos.

3.2. Resultados inferenciales

OE3. Relacionar las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción al cliente.

Previamente a evaluar la correlación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente, se seleccionó una prueba para correlacionar los datos. En ese sentido, los datos no presentaron una distribución paramétrica, por lo que se escogió la prueba Rho de Spearman para dichas evaluaciones, considerando un nivel de confianza del 95%, y un nivel de significancia del 0,05.

Tabla 12

Relación entre planificación y satisfacción del cliente

		Planificación	Satisfacción del cliente
Planificación	Coefficiente de correlación	1,000	,815
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,815	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	50	50

Nota. La correlación es significativa

Descripción: En la tabla 12, se aprecia que el nivel de significancia es 0,000, menor a 0,05. Es decir, que existe relación entre la dimensión planificación y la variable satisfacción del cliente. Dicha relación es de grado alto debido a que presenta un coeficiente de correlación de 0,815.

Tabla 13

Relación entre organización y satisfacción del cliente

		Organización	Satisfacción del cliente
Organización	Coefficiente de correlación	1,000	,830
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,830	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	50	50

Nota. La correlación es significativa

Descripción: En la tabla 13, se aprecia que el nivel de significancia es 0,000, menor a 0,05. Es decir, que existe relación entre la dimensión organización y la variable satisfacción del cliente. Dicha relación es de grado alto debido a que presenta un coeficiente de correlación de 0,830.

Tabla 14

Relación entre dirección y satisfacción del cliente

			Dirección	Satisfacción del cliente
Dirección	Coefficiente de correlación	de	1,000	,747
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		50	50
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	de	,747	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		50	50

Nota. La correlación es significativa

Descripción: En la tabla 14, se aprecia que el nivel de significancia es 0,000, menor a 0,05. Es decir, que existe relación entre la dimensión dirección y la variable satisfacción del cliente. Dicha relación es de grado alto debido a que presenta un coeficiente de correlación de 0,747.

Tabla 15

Relación entre control y satisfacción del cliente

			Control	Satisfacción del cliente
Control	Coeficiente de correlación	de	1,000	,703
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		50	50
Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	de	,703	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		50	50

Nota. La correlación es significativa

Descripción: En la tabla 15, se aprecia que el nivel de significancia es 0,000, menor a 0,05. Es decir, que existe relación entre la dimensión control con la variable satisfacción del cliente. Dicha relación es de grado alto a que presenta un coeficiente de correlación de 0,703.

OG. Determinar la relación entre gestión administrativa y satisfacción del cliente.

Tabla 16

Relación entre gestión administrativa y satisfacción del cliente

		Gestión administrativa	Satisfacción del cliente
Gestión administrativa	Coefficiente de correlación	1,000	,896
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,896	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	50	50

Nota. La correlación es significativa

Descripción: En la tabla 16, se aprecia que el nivel de significancia es 0,000, menor a 0,05. Es decir, que existe relación directa entre la gestión administrativa con la satisfacción del cliente. Dicha relación es de grado alto debido a que presenta un coeficiente de correlación de 0,896. Por lo tanto, se comprobó la hipótesis de investigación, la misma que afirma que; existe una alta relación directa entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2022.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En el presente estudio se planteó como objetivo general determinar la relación entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021. En ese sentido, se establecieron tres objetivos específicos: Analizar la percepción del cliente respecto a la gestión administrativa de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, Medir la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021 y Evaluar la relación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.

De acuerdo a los resultados descriptivos del estudio, como parte del **primer objetivo específico**, se identificó que el nivel de percepción del cliente respecto a la gestión administrativa es bajo de acuerdo al 38,0% de los clientes. Asimismo, se encontró la misma tendencia en cada una de sus dimensiones: planificación 52,0% %, organización 28,0% %, dirección 54,0% y control 32%, cada una de ellas con una mala gestión.

Estos resultados son similares a los encontrados por Agurto y Araujo (2018), quien realizó un estudio aplicado a una empresa comercial, obteniendo que existe un nivel regular de gestión administrativa de acuerdo con el 83,75% de los clientes. Por lo que, al ser contrastados con los aportes teóricos, se evidencia que la gestión administrativa es la aplicación de un sistema de procesos, instrumentos y técnicas para la adecuada conducción de los recursos y evolución de las tareas organizacionales y de esta manera lograr satisfacer a los clientes, cumpliendo y superando todas sus expectativas.

Respecto al **segundo objetivo específico**, se identificó que el nivel de satisfacción del cliente se identificó también que el nivel de satisfacción del cliente es medio de acuerdo con el 44,0% de los clientes. Así también, se mantuvo la misma tendencia en cada una de sus dimensiones: necesidad 32,0% %, servicio 46,0% % y atributos 32,0% %, cada uno de ellos con niveles medios de satisfacción.

Se obtuvieron resultados similares a los de Castañeda y Vásquez (2016), quienes obtuvieron como conclusiones que el control administrativo se relaciona directamente con el servicio recibido por una organización del ámbito nacional, mostrando que el 71% de clientes se encontró muy satisfecho, gracias a que la empresa sí se ejerce una gestión eficiente en los servicios, mostrando una alta confianza y satisfacción con la atención brindada.

Como parte del **tercer objetivo específico**, se evaluó la correlación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente, realizando previamente la prueba de normalidad de los datos. En ese sentido, se determinó que existe relación entre la dimensión planificación y la variable satisfacción del cliente con grado alto ($Rho=0,815$). También, se encontró que existe relación entre la dimensión organización y la variable satisfacción del cliente de grado alto ($Rho=0,830$). De igual manera, se afirmó que existe relación entre la dimensión dirección y la variable satisfacción del cliente de grado alto ($Rho=0,747$). Asimismo, se comprobó que existe relación entre la dimensión control y la variable satisfacción del cliente de grado alto ($Rho=0,703$).

En ese sentido, Suarez y Vásquez (2020), en su estudio encontraron también como resultados que sí existe correlación entre las variables y también al relacionarlas con las

dimensiones, con una significancia de 0.000 y un $r=0.869$, por lo que se aceptaron las hipótesis alternas.

Como parte del **objetivo general**, se corroboró que existe relación directa entre la gestión administrativa con la satisfacción del cliente, con un coeficiente de correlación es 0,981, lo que indica una relación alta dichas variables, contrastando de esta manera la hipótesis de investigación.

De igual manera que los resultados de Ramírez (2017), en su estudio concluyeron que existe una relación significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente, donde el valor del coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.833 y una significancia de 0.000; por lo que, se demostró una asociación alta positiva entre las variables. Como se aprecia, en ambos contextos se continúa manteniendo una relación positiva entre variables, siendo importante a considerar estos resultados en futuras investigaciones para tener una noción de la importancia de manejar adecuadamente la gestión administrativa de las organizaciones.

Una de las limitaciones que presentó el estudio es la muestra escogida para el presente estudio, dado que en futuras investigaciones se podría incluir a una mayor cantidad de clientes para tener resultados con mayor precisión. Asimismo, otra limitación fue la inclusión de un solo instrumentos de recolección de datos, dado el contexto en el que nos encontramos, por lo que se podría complementar con otras herramientas de recolección que podrían potencializar a los resultados obtenidos.

En ese sentido, como principales implicancias teóricas, se consideró los aportes de Chiavenato (2011), en cuanto a la gestión administrativa, definiéndola como el conjunto

de acciones orientadas al logro de los objetivos de una organización, concepto que continúa teniendo validez hasta la fecha. Por otro lado, respecto a la satisfacción del cliente, se consideró los aportes de Kotler (2003), afirmando que éste es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Conclusiones

Se demostró que sí existe una relación alta entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, obteniendo un coeficiente de correlación es 0,981.

La percepción del cliente respecto a la gestión administrativa de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, es bajo de acuerdo al 38,0% de los clientes.

El nivel de satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, es moderado o medio de acuerdo con el 44,0% de los clientes.

Se evaluó la relación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, encontrando que en cada una de ellas también existe una alta relación; dimensión planificación ($Rho=0,815$), organización ($Rho=0,830$), dirección ($Rho=0,747$) y control ($Rho=0,703$).

REFERENCIAS

- Agurto Luciano, J. M., & Araujo Virhuez, F. J. (2018). “Influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la empresa MV Motors, Huaraz, 2018”. En *Universidad César Vallejo*. Universidad César Vallejo.
- Arrunátegui, M. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Academia Preuniversitaria Andreas Vesalius, Nuevo Chimbote, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19018>
- Castañeda Malca, Y. del P., & Vásquez Gamonal, J. M. (2016). La gestión administrativa y su relación con el nivel de satisfacción de los estudiantes en la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo-2015. En *Repositorio Institucional—USS*. Universidad Señor de Sipán.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración De Recursos Humanos: El Capital Humano De Las Organizaciones* (9a ed.). McGraw - Hill.
- Chumpitaz Napan, N. S. (2020). Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020. En *Repositorio Institucional—UCV*. Universidad César Vallejo.
- Correa Cordero, L. L. (2017). Gestión administrativa y satisfacción al cliente en la Empresa de Transporte de Valores, Surco 2017—Lima. En *Universidad César Vallejo*. Universidad César Vallejo.

- Wavatec. (2015). *Empresas peruanas podrían perder el 91% de sus clientes por ofrecer un mal servicio*. Diario Gestión. <https://gestion.pe/tecnologia/empresas-peruanas-perder-91-clientes-ofrecer-mal-servicio-105445-noticia/>
- Gómez-Bayona, L., Arrubla-Zapata, J. P., Aristizábal Valencia, J., & Restrepo-Rojas, M. J. (2020). Análisis de las estrategias de marketing relacional en instituciones de educación superior de Colombia y España. *Retos*, 10(20), 343-359. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.09>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing* (Decimotercera). Pearson Educación.
- López-Ramírez, E., Castañón-Herrera, A., Sifuentes-Valenzuela, M., Flores-Yáñez, C., Helmes-Gómez, L., Vaillard-Jiménez, E., & Lucero-Rodríguez, R. (2018). Adaptación y validación de un instrumento con la metodología SERVQUAL en clínicas de docencia y servicios estomatológicos. *Revista Odontológica Mexicana*, 22(2), 65-68.
- Martínez, A., y Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 36(3), 181-191. <https://doi.org/10.17488/RMIB.36.3.4>
- Palomares, V. (2017). *Gestión administrativa y satisfacción laboral en los trabajadores en la UGEL N° 10 de Huaral - 2016* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/8892>

Quintero Caicedo, A. K., & Sotomayor Sellan, J. M. (2018). *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress Cía.Ltda del cantón Durán.*

Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.

Ramírez Espinal, J. A. (2017). Gestión administrativa y su influencia con el nivel de satisfacción del cliente externo del área de operaciones de la Caja Financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017”. En *Universidad Cesar Vallejo*. Universidad Cesar Vallejo.

Suarez Mena, Y. E., & Vásquez Medina, E. I. (2021). Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de calzados «valles» SAC del distrito el Porvenir—Trujillo, 2020. En *Universidad Privada Antenor Orrego*. Universidad Privada Antenor Orrego.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: Existe una alta relación directa entre la gestión administrativa y satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.</p>	<p><u>VARIABLE 1:</u> Gestión administrativa</p> <p><u>VARIABLE 2:</u> Satisfacción del cliente</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básico</p> <p>Nivel de investigación: Correlacional</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Población 50 clientes de la empresa.</p> <p>Muestra</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>a) ¿Cuál es la percepción del cliente respecto a la gestión administrativa de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021?</p> <p>b) ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>a) Analizar la percepción del cliente respecto a la gestión administrativa de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.</p> <p>b) Medir la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>a) La gestión administrativa de una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, es regular.</p> <p>b) El nivel de satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021, es alto.</p>		

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
c) ¿Qué relación existe entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021?	c) Evaluar la relación entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.	c) Existe una alta relación directa entre las dimensiones de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en una empresa consultora en la ciudad de Trujillo, 2021.		<p>---</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</p> <p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario

Anexo 2. Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Gestión administrativa	Es el conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una organización, a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar (Chiavenato, 2014).	Se consideró un cuestionario basado en la investigación de Palomares (2017), quien considera una escala ordinal para evaluar la gestión administrativa de la empresa, considerando cuatro dimensiones.	Planificación	- Misión	1	Ordinal
				- Visión	2	
				- Valores	3, 4	
				- Objetivos	5, 6	
			Organización	- Procesos definidos	7, 8	
				- Asignación de tareas y roles	9	
				- Distribución del personal	10	
				- Liderazgo	11	
				- Eficacia	12	
			Dirección	- Delegación de autoridad	13	
				- Comunicación	14	
				- Promoción por logros	15	
			Control	- Cumplimiento de metas	16	
				- Desempeño del personal	17	
				- Procedimientos	18	
- Corrección oportuna de fallas	19, 20					

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Satisfacción del cliente	Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler y Armstrong, 2017).	Se consideró un cuestionario en escala ordinal para medir la satisfacción del cliente de la empresa, considerando tres dimensiones de acuerdo a los aportes de Arrunátegui (2018).	Necesidad	- Percepción	1, 2	Ordinal
				- Contacto	3, 4	
				- Atracción	5, 6	
				- Interés	7	
			Servicio	- Recomendación	8	
				- Tranquilidad	9, 10	
				- Cumplimiento	11	
				- Confianza	12, 13	
				- Bienestar	14	
				- Comodidad	15	
			Atributos	- Expectativas	16, 17	
				- Absolución de preguntas	18	
				- Absolución de quejas	19	
				- Temporalidad	20	

Anexo 3. Cuestionarios

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

INSTRUCCIONES: A continuación, se presentan una serie de preguntas para evaluar la gestión administrativa en la empresa. Evalúe del 1 al 5 los siguientes ítems, seleccione una sola respuesta, marcando con una (X). Por favor responda con la verdad, no existen respuesta malas o buenas.

MUY EN DESACUERDO	DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

N°	Ítems	1	2	3	4	5
PLANIFICACIÓN						
1	¿La empresa consultora hace de conocimiento público su misión y visión?					
2	¿La misión y visión de la empresa se encuentra expuesta en algún lugar visible y estratégico?					
3	¿La empresa consultora hace de conocimiento público de sus valores?					
4	¿Se siente identificado con los valores de la empresa consultora?					
5	¿La empresa consultora utiliza estrategias para alcanzar sus objetivos?					
6	¿Las metas y objetivos formulados por la empresa son claros?					
ORGANIZACIÓN						
7	¿La empresa consultora tiene sus procesos y actividades definidas?					
8	¿La empresa consultora tiene definidos sus procesos, tareas y roles acorde a sus necesidades?					
9	¿Considera que las tareas y roles se asignan adecuadamente en la empresa?					

N°	Ítems	1	2	3	4	5
10	¿Cree que se distribuyen adecuadamente a las funciones para un desempeño eficiente?					
DIRECCIÓN						
11	¿Se cuenta con líderes que permiten alcanzar las metas?					
12	¿El personal directivo demuestra eficacia en la organización?					
13	¿Cree que el personal directivo delega autoridad para demostrar confianza?					
14	¿Considera que existe una buena comunicación entre los trabajadores y clientes de la empresa consultora?					
15	¿Considera que en la empresa consultora se promociona y/o premia a sus miembros por sus logros y un buen desempeño laboral?					
CONTROL						
16	¿La empresa consultora monitorea el cumplimiento de las metas establecidas?					
17	¿La empresa consultora monitorea el desempeño del personal?					
18	¿La empresa existen procedimientos adecuado para un mejor control?					
19	¿Cuándo la dirección de la empresa detecta fallas en la gestión las corrige oportunamente?					
20	Cuando las mediciones de logros son satisfactorias ¿se continúan haciendo mejoras?					

Gracias por su participación

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

INSTRUCCIONES: Evalúe del 1 al 5 los siguientes ítems, seleccione una sola respuesta, marcando con una (X). Por favor responda con la verdad, no existen respuesta malas o buenas.

MUY EN DESACUERDO	DESACUERDO	INDECISO	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

N°	Ítems	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
NECESIDAD						
1	Me siento a gusto con la calidad de servicio brindado por la empresa.					
2	Me atienden con dedicación al brindar un servicio					
3	La empresa me brinda un servicio personalizado					
4	Siento que existe permanente contacto de la empresa con mi persona.					
5	Estos conforme con la calidad de atención					
6	Me siento atraído con la calidad del servicio brindado.					
7	Tengo manifiesto interés y predisposición para realizar mis consultas en la empresa.					
SERVICIO						
8	Recomendaría a la empresa para la ejecución de servicios de consultoría empresarial					
9	Estoy satisfecho con la metodología de trabajo empleada					
10	Estoy satisfecho con los plazos de entrega que se disponen					
11	Estoy satisfecho con el cumplimiento de los servicios ofrecidos					

N°	Ítems	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Estoy tranquilo con respecto al servicio que me brinda la empresa.					
13	La empresa cuenta con toda mi confianza.					
14	Siento un bienestar con atención que me brinda la empresa.					
15	Me satisface la comodidad que brinda la empresa.					
ATRIBUTOS						
16	Siento cumplirse mis expectativas.					
17	Reconozco la buena calidad de atención en la empresa.					
18	En la empresa han absuelto todas mis preguntas.					
19	En la empresa han absuelto todas mis quejas.					
20	En la empresa es idóneo el tiempo empleado para la atención.					

Gracias por su participación

Anexo 4. Cuestionarios

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la Investigación:	GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA CONSULTORA EN LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021			
Línea de Investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL			
Apellidos y nombres del experto:	PASTOR CASAS CARLOS ALBERTO			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	GESTIÓN ADMINISTRATIVA			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias: Complementar con la base teórica que respalde sus instrumentos. sus instrumentos				
Firma del experto: 				

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA CONSULTORA EN LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021			
Linea de investigación:	DESARROLLO SOTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL			
Apellidos y nombres del experto:	PASTOR CASAS CARLOS ALBERTO			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<p>Sugerencias: Complementar con la base teórica que respalde sus instrumentos. sus instrumentos</p>				
<p>Firma del experto: </p>				

Anexo 5. Detalle de tabulación e interpretación del coeficiente de correlación

			Planificación	Organización	Dirección	Control	SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	Planificación	Coeficiente de correlación	1,000	,680**	,804**	,684**	,815**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Organización	Coeficiente de correlación	,680**	1,000	,661**	,678**	,830**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Dirección	Coeficiente de correlación	,804**	,661**	1,000	,489**	,747**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Control	Coeficiente de correlación	,684**	,678**	,489**	1,000	,703**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000
		N	50	50	50	50	50
	SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,815**	,830**	,747**	,703**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.
		N	50	50	50	50	50

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

		GESTIÓN				
		ADMINISTRATIVA	Necesidad	Servicio	Atributos	
Rho de Spearman	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Coefficiente de correlación	1,000	,889**	,799**	,740**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000
		N	50	50	50	50
	Necesidad	Coefficiente de correlación	,889**	1,000	,684**	,733**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000
		N	50	50	50	50
	Servicio	Coefficiente de correlación	,799**	,684**	1,000	,808**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000
		N	50	50	50	50
Atributos	Coefficiente de correlación	,740**	,733**	,808**	1,000	
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	
	N	50	50	50	50	

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

			GESTIÓN ADMINISTRATIVA	SATISFACCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Coeficiente de correlación	1,000	,896**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,896**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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