

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



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

---

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE  
CALZADOS “VALLES” SAC DEL DISTRITO EL PORVENIR – TRUJILLO, 2020**

---

**Línea de Investigación:**

Marketing

**AUTORES:**

Br. Suarez Mena, Yarixa Eresvita

Br. Vásquez Medina, Esperanza Isabel

**ASESORA:**

Dra. Herbias Figueroa, Margot Isabel

TRUJILLO, PERÚ

2020

Fecha de Sustentación: XXXXXXXX

## PRESENTACIÓN

S Señores miembros del jurado:

De acuerdo a las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: " Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de calzados "VALLES" SAC del distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

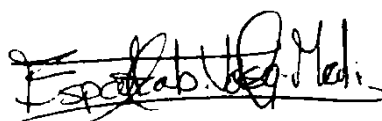
Desarrollado, con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es determinar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes distribuidores de calzados VALLES SAC. del distrito El Porvenir - Trujillo

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo Señores Miembros del Jurado:



---

Br. Suarez Mena, Yarixa Eresvita  
Bachiller en Ciencias Económicas



---

Br. Vásquez Medina, Esperanza Isabel  
Bachiller en Ciencias Económicas

## **DEDICATORIA**

Nuestros padres por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, en toda nuestra educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo.

A nuestro Dios quién supo guiarnos por el buen camino, darnos fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Las autoras

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a la plana directiva y docente de la facultad de ciencias económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego por el esfuerzo, vocación y generosidad de compartir sus conocimientos para formarnos como profesionales idóneos y ser los líderes que esta nueva generación necesita.

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020. La población investigada estuvo conformada por los clientes distribuidores de la empresa Calzados “VALLES” SAC, de la provincia de Trujillo que ascienden a un total de 50 distribuidores.

El tipo de investigación utilizado fue descriptiva correlacional, asimismo, la técnica para recolectar los datos necesarios fue una encuesta, conformada por un cuestionario de 14 preguntas para evaluar la gestión administrativa y un cuestionario de 14 ítems para evaluar la satisfacción del cliente.

Las conclusiones más importantes de esta investigación señalan que la Gestión Administrativa tiene una influencia significativa en la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020, observándose que el valor del coeficiente de Pearson es  $r = 0,869$ ; presentándose una correlación alta positiva y el valor de significancia calculado (0,000) fue inferior al formulado (0,05), apreciándose correlación significativa. Esto nos indica que, si implementamos adecuadamente los procesos de la gestión administrativa, entonces se incrementará el nivel de Satisfacción del cliente de esta empresa.

**Palabras Clave:** *Gestión Administrativa, Satisfacción del Cliente, relación.*

## ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the influence of administrative management on customer satisfaction of Calzados "VALLES" SAC of the El Porvenir District - Trujillo, 2020. The investigated population was made up of the distribution customers of the company Calzados "VALLES" SAC, of the province of Trujillo that amount to a total of 50 distributors.

The type of research used was descriptive correlational, likewise, the technique to collect the necessary data was a survey, consisting of a questionnaire of 14 questions to evaluate administrative management and a questionnaire of 14 items to evaluate customer satisfaction.

The most important conclusions of this research indicate that Administrative Management has a significant influence on Customer Satisfaction of the footwear company "Valles" SAC., Of the El Porvenir district, Trujillo province 2020, observing that the value of the Pearson coefficient is  $r = 0.869$ ; presenting a high positive correlation and the calculated significance value (0.000) was lower than the formulated one (0.05), showing a significant correlation. This indicates that, if we properly implement the administrative management processes, then the level of customer satisfaction of this company will increase.

**Key Words:** *Administrative Management, Customer Satisfaction, relationship*

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	x
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xi
<b>CAPITULO I INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1. INTRODUCCIÓN .....	2
1.1. Realidad problemática .....	2
1.2. Enunciado del problema .....	6
1.3. Justificación .....	7
1.3.1. Justificación Teórica .....	7
1.3.2. Justificación Práctica .....	7
1.3.3. Justificación Metodológica .....	7
1.3.4. Justificación Social .....	7
1.4. Objetivos .....	8
1.4.1. Objetivo General .....	8
1.4.2. Objetivos Específicos .....	8
<b>CAPÍTULO II MARCO DE REFERENCIA</b> .....	9
2. MARCO DE REFERENCIA .....	10
2.1. Antecedentes .....	10
2.1.1. Internacionales .....	10
2.1.2. Nacionales .....	11
2.1.3. Locales .....	15
2.2. Marco Teórico .....	16
2.2.1. Gestión Administrativa .....	16
2.2.1.1. Definición .....	16
2.2.1.2. Planificación .....	17
2.2.1.3. Organización .....	19
2.2.1.4. Dirección .....	20
2.2.1.5. Control .....	23
2.2.2. Satisfacción del cliente .....	26
2.2.2.1. Definición .....	26
2.2.2.2. Objetivo .....	27

2.2.2.3.	Importancia .....	28
2.2.2.4.	Beneficios .....	31
2.2.2.5.	Procesos .....	32
2.2.2.6.	La percepción del cliente.....	34
2.2.2.7.	Grados de satisfacción del cliente.....	36
2.2.2.8.	Niveles de expectativa .....	37
2.2.2.9.	Factores de la satisfacción de un cliente.....	39
2.3.	Marco Conceptual.....	41
2.3.1.	Gestión administrativa .....	41
2.3.2.	Satisfacción del cliente.....	41
2.3.3.	Expectativa .....	41
2.3.4.	Demanda .....	41
2.3.5.	Diferenciación .....	42
2.3.6.	Segmento de mercado .....	42
2.3.7.	Competencia .....	42
2.3.8.	Liderazgo .....	42
2.3.9.	Motivación.....	42
2.3.10.	Comunicación.....	42
2.4.	Hipótesis .....	43
2.5.	Variables. Operacionalización de variables .....	44
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....		46
3.	METODOLOGÍA .....	47
4.1.	Tipo y nivel de investigación.....	47
4.1.1.	Tipo.....	47
4.1.2.	Nivel de investigación.....	47
4.2.	Población, marco muestral, unidad de análisis y muestra .....	47
4.2.1.	Población.....	47
4.2.2.	Marco muestral .....	47
4.2.3.	Unidad de análisis .....	47
4.2.4.	Muestra .....	47
4.3.	Técnicas e instrumentos de investigación .....	48
4.4.	Diseño de investigación .....	48
4.5.	Procesamiento y análisis de datos.....	49
CAPITULO IV: GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....		50
5.	GENERALIDADES DE LA EMPRESA .....	51
CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		54



6.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	55
6.1.	Análisis e interpretación de resultados .....	55
6.1.1.	Gestión administrativa .....	55
6.1.2.	Satisfacción del cliente .....	58
6.2.	Prueba de hipótesis .....	61
6.2.1.	Prueba de normalidad.....	61
6.2.2.	Prueba de las hipótesis específicas .....	64
6.3.	Discusión de resultados .....	72
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	77
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	79
	<b>REFERENCIAS</b> .....	80
	<b>ANEXOS</b> .....	88

## ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

Tabla 1: <i>Nivel de Gestión administrativa en la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.</i> -----	55
Tabla 2: <i>Nivel de desarrollo de las dimensiones de la Gestión administrativa en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.</i> -----	56
Tabla 3: <i>Nivel de desarrollo de la variable Satisfacción del cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.</i> -----	58
Tabla 4: <i>Nivel de desarrollo de las dimensiones de la Satisfacción del cliente en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.</i> -----	59
Tabla 5: <i>Tabla cruzada de Gestión administrativa y Satisfacción del cliente.</i> ----	61
Tabla 6: <i>Resultados de la prueba estadística de Pearson de la influencia de la Gestión administrativa y la Satisfacción del cliente</i> -----	62
Tabla 7: <i>Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Planeación y la Satisfacción del cliente.</i> -----	64
Tabla 8: <i>Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Organización y la Satisfacción del cliente.</i> -----	66
Tabla 9: <i>Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Dirección y la Satisfacción del cliente.</i> -----	68
Tabla 10: <i>Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Control y la Satisfacción del cliente.</i> -----	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 -----	55
Distribución porcentual del desarrollo de la Gestión Administrativa en la empresa de calzado “Valles” SAC., El Porvenir, Trujillo 2020 -----	55
Figura 2 -----	56
Distribución porcentual de las dimensiones de la Gestión Administrativa en la empresa de calzado “Valles” SAC., El Porvenir, Trujillo 2020 -----	56
Figura 3 -----	58
Distribución porcentual del desarrollo de la Satisfacción del cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., El Porvenir, Trujillo 2020 -----	58
Figura 4 -----	59
Distribución porcentual de las dimensiones de la Satisfacción del cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., El Porvenir, Trujillo 2020 -----	59
Figura 5 -----	62
Relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente. -----	62
Figura 6 -----	63
Influencia de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente. -----	63
Figura 7 -----	65
Influencia de la dimensión Planeación y la Satisfacción del Cliente -----	65
Figura 8 -----	67
Influencia de la dimensión Organización y la Satisfacción del Cliente -----	67
Figura 9 -----	69
Influencia de la dimensión Dirección y la Satisfacción del Cliente -----	69
Figura 10-----	71
Influencia de la dimensión Control y la Satisfacción del Cliente-----	71

# CAPITULO I

# INTRODUCCIÓN

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Realidad problemática

Las organizaciones cada vez son más competitivas y exigentes, más aún dada por la covid-19. Esta coyuntura ha obligado a las empresas a reinventarse. Este será un constante desafío para las pequeñas y microempresas que operan en un mercado globalizado de economía abierta con competencia de dimensiones globales, por ello deben contar con un modelo de gestión administrativa para hacer frente a esta situación, planificando su futuro y tomando en cuenta el entorno cambiante que las envuelven, con el objetivo de seguir satisfaciendo las necesidades del cliente.

La Gestión administrativa es el conjunto de reglas y métodos para llevar a cabo con la mayor eficacia un negocio o actividad empresarial. Para obtener los resultados deseados asegurando la utilización óptima de los recursos (Chiavenato, 2006, 371). Por otro lado, la satisfacción del cliente dependerá de lo que percibe el usuario en función al producto o servicio ofrecido por la empresa, basándose en la expectativa y experiencia obtenida de resultados. (Hayes, 2002).

La empresa Valles SAC, es una organización que se dedica a la fabricación y comercialización de calzado, se evidencia que carece de una buena gestión administrativa establecida. Por lo tanto, los trabajadores de la empresa manifiestan diversos grados de insatisfacción laboral, producto de diversos inconvenientes que no permiten a los trabajadores lograr niveles óptimos de satisfacción en el trabajo; más aún cuando no hay incentivos adecuados sobre la productividad del trabajador, superación personal y profesional que determinan a largo plazo en la baja motivación del trabajador y como resultado de una baja satisfacción laboral.

En este orden de ideas, es importante señalar que la excelencia de una organización viene marcada por su capacidad satisfacer las necesidades del cliente a través de una buena gestión administrativa. La trayectoria de la empresa VIZZANO se define con una misión muy clara:

“Celebra la personalidad de mujeres sofisticadas que conocen muy bien su propio estilo y siempre con una cierta dosis de glamour”, la cual le permitió seguir desenvolviéndose de forma óptima, facilitando la integración de las distintas áreas funcionales, con el objetivo de seguir mejorando la satisfacción del cliente. Por otro lado, las pymes están viviendo un momento difícil y los gestores administrativos pueden ayudar a las empresas a tener una gestión eficaz con las herramientas tecnológicas más avanzadas. (Nieto, 2020).

Según (INEI, 2020) la disminución en “la fabricación de calzado en 29,33%, es consecuencia de una menor demanda de calzados de zapatos para el mercado interno y externo”. Ya que, en los últimos años, ha sido afectado por la importación de calzado especialmente chino y brasilero. A pesar de este fenómeno, existen algunos casos de éxito como la Empresa de Calzado PLATANITOS que nace con la misión de fabricar calzados de alta calidad sport para damas.

La industria del calzado, es un sector industrial reconocido en nuestro país. Por otro lado, la satisfacción del cliente es un tema de gran importancia para el éxito de cualquier empresa, siendo un aspecto clave para diferenciarse de la competencia, y de esta manera fortalecer su participación en el mercado, lo cual pocos empresarios pequeños y medianos no lo entienden; mucho menos lo practican (Valda, 2020). Asimismo, entre los meses de enero y febrero la fabricación de calzado para el mercado interno y externo aumento 35% (Costa, 2020).

En la actualidad, el Perú es el cuarto mayor productor de calzado de América del Sur, con más de 50 millones de pares al año, siendo el distrito norteño de El Porvenir el que abastece al 25% de la producción nacional. El Porvenir cuenta con aproximadamente 4500 unidades productivas, se estima que 50 000 personas trabajan indirectamente en el sector, entre empresarios, operarios, proveedores de insumos, comercializadores, servicios, imprentas, transportes, entre otros (Producción, 2019).

De esta manera, el distrito del Porvenir es considerado “Capital del Calzado del Perú y Ciudad Productiva”, y se caracteriza por el dinamismo

de su producción artesanal de calzado y otros derivados del cuero, que es una de las más importantes del país. En cuanto a la distribución geográfica de la industria, la producción está mayormente concentrada en Trujillo, Lima y Arequipa. El calzado importado ingresó al mercado de Trujillo con bajos costos y de muy baja calidad en comparación con el que se fabrica en nuestra ciudad, por ello se incrementó la competencia en este sector. No obstante, la industria del calzado ha sobrevivido a estas circunstancias, debido a la competitividad de algunas empresas del sector, principalmente las ubicadas en la ciudad de Trujillo, en los distritos: El Porvenir, La Esperanza, Florencia de Mora (Ministerio de Trabajo y Promoción Social, 2011).

En este distrito, encontramos la empresa Calzados “VALLES” SAC tiene como actividad económica la producción y comercialización de calzados sport para dama; la fábrica está ubicada en la calle San Agustín n° 1699 el distrito el Porvenir y además posee un punto de distribución ubicada en la Avenida España n° 2016, stand N°27 provincia de Trujillo, además cuenta con una cartera de clientes de mayorista y minoristas que distribuyen el calzado en las ciudades de Trujillo, Lima y Arequipa. Actualmente, Calzados “VALLES” SAC presenta dificultades en la gestión administrativa en relación con la satisfacción de sus clientes mayoristas y minoristas, lo cual se ve reflejado en la demora de la entrega de sus pedidos por falta de una buena programación y capacitación de sus colaboradores, ya que por efecto de la pandemia del covid-19 hubo una reducción del personal y los colaboradores que quedaron asumieron nuevos roles en el proceso de producción

Los principales clientes distribuidores de esta empresa se ubican en la ciudad de Lima, Trujillo y Arequipa. Como consecuencia del covid-19, la empresa ha bajado el nivel de ventas (evidencias) y se proyecta a desarrollar la estrategia de penetración en el mercado Trujillano para mejorar su nivel de ventas y situación económica. En tal sentido la empresa al bajar su nivel de ventas, se vio en la obligación de reducir su personal. No obstante, la empresa se preocupa por capacitar a su personal actual de producción y comercialización para satisfacer las

exigencias del mercado Trujillano en la categoría de calzados sport de damas; desde esta perspectiva es necesaria una gestión administrativa eficiente y efectiva para conseguir la confianza y la satisfacción del cliente conformado por distribuidores mayoristas y minoristas.

Es preciso destacar que la empresa tiene clientes mayoristas que adquieren el producto en el distrito El Porvenir y compradores finales que compran el calzado sport para dama en avenida España # 2016, stand N°27 de la ciudad de Trujillo en el punto.

Entre los problemas de esta empresa, como la mayoría de los fabricantes de calzados de la Región La Libertad, es que los procesos de producción son intensivos en manos de obra, siendo básicamente artesanal, lo cual conlleva bajo volumen, baja estandarización, altos costos e incumplimiento de plazos de entrega.

Es importante señalar que los clientes minoristas, que atienden los distribuidores de la empresa CALZADO VALLES SAC, y que demandan calzados sport para damas exigen modelos novedosos, variedad de colores, comodidad y precio razonable.

Teniendo en cuenta que esta empresa se encuentra sometida a un mercado donde predomina el factor precio, y, las técnicas en la mayoría de procesos aún se llevan de manera manual, no es posible dirigir a las empresas al mercado exterior si previamente no se diseña una estrategia de expansión de mercado a nivel regional y nacional, para luego buscar la internacionalización, la cual hasta el momento es una aspiración compleja.

En este marco los distribuidores de esta empresa se enfrentan a problemas relacionados con la productividad, costos y variedad de modelos, además de la falta de automatización de la empresa VALLES SAC., se enfrenta a la competencia de las importaciones chinas, cuyo calzado tienen un costo menor y acaparan gran parte del mercado consumidor.



Estas limitaciones generar problemas para cumplir con los pedidos solicitados y satisfacer la volátil moda y preferencia del calzado sport femenino, además de contar con precios que son considerados altos por algunos de los clientes minoristas, que los distribuidores atienden.

Por otro lado, CALZADO VALLES SAC no cuenta con un Manual de Organización y Funciones (MOF) para delimitar de manera precisa las funciones del personal. Kotler y Armstrong (2001), mencionan la importancia de cubrir las necesidades y satisfacción del cliente para lograr su estabilidad económica.

La situación actual de la empresa permite observar un manejo administrativo de forma tradicional y práctico, lo cual se limita a las decisiones de una sola persona, no existiendo un liderazgo democrático que permita potencializar las iniciativas de los colaboradores. Entre sus principales competidores figuran zapatería Kotas, calzados Vía Uno, calzados Canchita, calzados Dadashely y Footloose. La fortaleza la empresa es que ya cuenta con una cartera de clientes distribuidores, lo que su competencia aún lo tiene como debilidad por cuanto no fabrican productos de calidad como lo exigen los consumidores de calzados sport para dama.

Para que el éxito de una empresa se dé esta dependerá de las decisiones que se tomen desde el primer momento buscando oportunidades en el mercado que contribuyan a mejorar la satisfacción del cliente en la empresa.

En este contexto la presente investigación busca establecer de qué manera influye la gestión administrativa en la satisfacción del cliente.

## 1.2. Enunciado del problema

¿De qué manera influye la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de Calzados "VALLES" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020?

### 1.3. Justificación

#### 1.3.1. Justificación Teórica

La investigación se basará en la teoría de la Gestión Administrativa propuesta por García, quien enfatiza los procesos de planeación, organización, dirección y control, y la teoría de Kotler, vinculada a satisfacción del cliente de la empresa quien destaca las dimensiones de beneficio, procesos y factores que influyen en la satisfacción. Asimismo, se contrastará la teoría con la práctica cuyos resultados servirán como antecedente para futuras investigaciones.

#### 1.3.2. Justificación Práctica

Establecerá la influencia entre la gestión administrativa y la satisfacción al cliente distribuidor teniendo en consideración las tendencias de demanda de calzado para damas que exige el mercado y promover la marca de calzado VALLE. Asimismo, permitirá encontrar soluciones concretas a los problemas de Gestión administrativa con un enfoque de orientación a sus clientes

#### 1.3.3. Justificación Metodológica

El enfoque de investigación es cuanti-cualitativo, se aplicó la metodología científica y los instrumentos de investigación fueron validados por pruebas estadísticas y juicios de expertos para asegurar la confiabilidad y validez de los resultados.

#### 1.3.4. Justificación Social

Los resultados de la investigación contribuirán a una mejora en la gestión administrativa de las MYPES de calzados de la región; ofreciendo calzados de calidad que satisfaga las expectativas de los clientes en términos de diseño y precio.

## 1.4. Objetivos

### 1.4.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Analizar el nivel de Gestión administrativa de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Diagnosticar el nivel de Satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.

# CAPÍTULO II

## MARCO DE

## REFERENCIA

## 2. MARCO DE REFERENCIA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Internacionales

Moreno y Altamirano (2019); en su trabajo de investigación titulado: *“La gestión administrativa y su incidencia en el rendimiento laboral en las Pymes del sector del cuero y calzado de la Provincia de Tungurahua”*. Dicha investigación se realizó bajo la modalidad, descriptiva y aplicada de campo, realizando una regresión lineal y correlación de datos a base de una encuesta, donde se identificó el número de pymes. Se concluyó lo siguiente:

- Plantear factores en la gestión administrativa, como es la contratación del individuo, plan estratégico, rendimiento, satisfacción, misión, visión y los procesos para la mejora continua.
- Identificar la incidencia que pueda existir entre el rendimiento laboral y la gestión administrativa en las pymes del cuero y calzado.
- Proponer un esquema aplicando una propuesta de investigación, en el cual el modelo de gestión administrativa en las pymes ayudara en el rendimiento laboral.

Tisalema (2012); en su tesis: *“El Merchandising y su influencia en la Satisfacción del Cliente en la empresa de calzado Joshep's Marc del cantón Cevallos provincia de Tungurahua”*. Con el objetivo de brindar un mejor servicio y productos a elección del cliente. Esta investigación realizo un diagnóstico, con el fin de establecer estrategias de merchandising lo cual permite satisfacer a las necesidades del cliente, ya que los clientes indican que es importante corregir aspectos como la presentación, exhibición y decoración de calzado, la publicidad en ventas y las promociones en el local ya que son falencias que se debe mejorar lo cual influye

en la compra y satisfacción del consumidor y vendedor. Concluye lo siguiente:

- Proporcionar información adecuada para así tomar decisiones basados en su interés y necesidades.

#### 2.1.2. Nacionales

Los autores (Santa Cruz, Collantes, & Nauca, 2020) es la revista "*Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada*", los autores tienen como objetivo proponer estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente, el estudio es descriptivo con diseño no experimental, la población es de 240 clientes de los cuales se obtuvo la muestra de 208 personas. Obteniendo como resultado deficiencias y falta de coordinación con la atención al cliente por poco apoyo del supervisión y carencia de capacitación. Concluyó que es necesario propones estrategias de calidad alineándose a las necesidades encontradas. Es de gran importancia atender al cliente de manera estratégica para cubrir sus necesidades y satisfacer al cliente.

Chumpitaz (2020), en su estudio: *Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020*, desarrolló una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo básica, y de nivel correlacional, con un diseño no experimental, de corte transversal. La muestra de estudio estuvo conformada por 148 clientes - socios de la cartera de crédito. Se empleo como técnica de recopilación de datos la encuesta, que usó como instrumento dos cuestionarios, para adquirir información respecto a la gestión administrativa y de la satisfacción del cliente - socio. De acuerdo a los resultados, se muestra un valor de 0,002, lo cual es menor al nivel de Sig. (0.05); también se muestra un coeficiente de correlación de 0.251, determinando que, la gestión administrativa si se relaciona con la satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020 y que se presenta una baja

correlación entre las variables (Chumpitaz, 2020).

Alegre & Delgado (2019), en su trabajo de investigación: *Influencia de la planeación en la satisfacción de los estudiantes de una institución pública de capacitación al sector construcción, San Borja - Lima 2019*, estudio de tipo descriptivo correlacional, con enfoque cuantitativo y aplicado porque compara la teoría con la realidad, el diseño es no experimental con corte transversal. Se realizó una muestra de 30 personas, que participaron en la investigación mediante un cuestionario de encuesta para las variables Planeación y Satisfacción del Cliente, respectivamente. Para la base de datos se utilizó un cuestionario compuesto por 17 preguntas para obtener resultados de la investigación. Se encontró a través de la prueba estadística de Spearman que existe una relación fuerte ( $\rho=0,784$ ) entre Planeación y Satisfacción de los clientes. Igualmente, la planificación estratégica, así como la toma de decisiones presentaron una relación positiva con la satisfacción de los clientes, la cual se relaciona a su vez con el control mediante la identificación de los factores de calidad y el monitoreo (Alegre & Delgado, 2019).

Vargas (2018); en su tesis: *"Gestión de calidad en la capacitación de las miniatura y pequeñas empresas del área comercio – rubro venta de calzado en la ciudad de Huaraz"*, esta investigación determina las características primordiales de la gestión de calidad; su investigación es cuantitativa y su diseño es no experimental-transversal. La muestra está formada por 15 empresarios, en la cual se obtuvo lo siguiente:

El 100% de las miniatura y pequeñas (MYPES) empresas fueron elaboradas para generar ganancias, el 67% de las MYPES tienen el tiempo de permanencia de 4-6 años. En cuanto a la gestión de calidad, se obtuvo que solo un 13% de los empresarios se plantean objetivos para una mejor gestión de calidad. Las acciones correctivas que debería ser aplicados siempre solo se aplica en un 13% dentro de las organizaciones. Con respecto a los

métodos para alcanzar los objetivos de mejora en la gestión de calidad se determinó, que el 27% de los encuestados siempre plantean dichos métodos. En cuanto a la variable de capacitación se afirma que el 33% de los empresarios cuentan con una capacitación a sus colaboradores para una mejor atención a sus clientes. Con dicha encuesta se determinó que existe un porcentaje del 7% que no se les brinda ninguna capacitación para un cambio de actitud. El 20% de los encuestados opinan que gracias a las capacitaciones los colaboradores son más empáticos con los clientes.

Bellido (2018): en su artículo: *“Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Etcobell S.A.C. Villa El Salvador – 2017”*. El objetivo es mejorar la calidad de servicio para alcanzar la máxima satisfacción de los clientes, es de tipo no experimental\_tranversal, implica la recolección de datos observando los fenómenos tal y como ocurren, donde el diseño de investigación es descriptivo-correlacional. La población está conformada por 60 clientes externos, donde la muestra es el total de la población en los cuales se realizó un cuestionario. En su hipótesis el grado de significación es 0,870. En conclusión:

Existe relación significativa entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa.

Ramírez (2017), en su estudio: *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*. Para recolectar los datos se aplicó un cuestionario de encuesta en la agencia de Ferreñafe a 70 clientes de ambos géneros que constituyen la muestra del presente estudio. El cuestionario tuvo 32 preguntas: 16 ítems para la variable gestión administrativa y 16 ítems para la variable satisfacción del cliente. Dicho instrumento tiene una amplitud de cinco categorías (Muy acuerdo; De acuerdo; Indiferente; En desacuerdo; Muy en



desacuerdo). Se concluyó que existe una influencia significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la financiera CrediScotia Ferreñafe 2017., donde el valor del coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.833; demuestra una asociación alta positiva entre las variables (Ramírez, 2017).

Quispe. (2017) en su tesis de licenciatura: *“Relación de la gestión empresarial con la productividad laboral en las empresas de calzado, Cajamarca 2017”*. Universidad Privada del Norte. La investigación tiene como objetivo determinar la relación de la gestión empresarial con la productividad laboral en las empresas de calzado en Cajamarca, para ello se usó el diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, se tomó de muestra a 19 trabajadores y obtuvieron como resultado una correlación positiva a medida que mejore el clima laboral, llegando a la conclusión que podemos afirmar que existe relación entre la Gestión Empresarial con la Productividad Laboral en las Empresas de calzado Cajamarca. El aporte de la tesista es de gran ayuda para nuestra investigación ya que nos da algunas alternativas de solución para las empresas de rubro del calzado.

Castañeda (2016) en su tesis titulada: *“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, 2016”*; tiene como objetivo determinar la existencia de la relación entre Gestión Administrativa y el Nivel de Satisfacción de los estudiantes en la escuela de Postgrado de la universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Pimentel, 2016; aplicando el instrumento de la encuesta a una muestra de 114 estudiantes. Se concluyó que el Control Administrativo influye y beneficia directamente en la Confiabilidad que muestran los estudiantes para con el servicio recibido por parte de la universidad, ya que muestra un resultado del 2,84 con 71% de muy satisfecho, esto nos muestra que, si se ejerce un Control eficiente en los servicios,

nuestros usuarios sentirán confiabilidad con nuestra atención (Castañeda, 2016)

### 2.1.3. Locales

Lezcano (2020); en su tesis: *“La calidad de servicios y la satisfacción del cliente de la empresa calzature Gianella, en la ciudad de Trujillo 2019”* esta investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, es de tipo no experimental y correlacional. Con la investigación se concluyó en lo siguiente, definir sus dimensiones en:

- Calidad servicio se aplicó el modelo SERVQUAL con los aspectos: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y elementos tangibles.
- Satisfacción del cliente se aplicó metodología ACSI, con los aspectos nivel de satisfacción, expectativa y relación calidad-precio.
- La correlación de Spearman determino que hay relación entre las dos variables, teniendo como resultado 0.493.

Torres (2019), en su tesis: *“Gestión Administrativa y Satisfacción Laboral en la empresa de calzado GRUPO MARMANI S.A.C. del distrito El Porvenir, Trujillo 2019”*, desarrolló su estudio empleando un diseño no experimental, correlacional de corte transversal, aplicando un cuestionario a 45 colaboradores tanto de la variable gestión administrativa como de la variable satisfacción laboral. Los resultados indican que existe una correlación significativa entre ambas variables debido a que los procesos administrativos son pieza fundamental para lograr satisfacción en los colaboradores. ( $Rho = 0.798$ ;  $p < 0.05$ ), concluyendo que la gestión administrativa es de suma importancia y se debe tomar en cuenta los procesos administrativos y de esta manera evitar algún inconveniente entre los colaboradores. Además, es primordial dar

importancia al recurso humano, del cual depende el funcionamiento para poder cumplir los objetivos organizacionales (Torres, 2019)

Gaitán (2018); en su artículo: *“Gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado JANILOP bajo el enfoque de benchmarking, Trujillo 2017 y propuesta de mejora”*, esta investigación tiene como objetivo describir la gestión de dicha empresa, es de tipo transversal-nivel descriptivo, la cual su muestra es de 10 colaboradores de la micro y pequeña empresa de calzado, se aplicó un cuestionario que por consiguiente sus resultados son: El 80% cuenta con buena gestión pero no profesional sino empírica teniendo en cuenta que el 50% conocen lo que es la misión y visión y el 80% considera la herramienta benchmarking, pero desconocían el nombre.

Teniendo como conclusión: que la gestión se relaciona con el benchmarking aplicando una nueva cartera de productos y que aún no tienen bien definidos sus objetivos por ende perjudica en parte a la organización.

## 2.2. Marco Teórico

### 2.2.1. Gestión Administrativa

#### 2.2.1.1. Definición

(Restrepe, 2008), sostiene que gestión es el conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado” y otro que se asume como dirección, como conducción de actividades, a fin de generar procesos de cambio. Entonces se concluye que 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.

Por otro lado, lo que ha llevado a la empresa estar en esta situación es la falta de capacitación o adiestramiento a los colaboradores de la Empresa. En este sentido (Chiavenato, 2002), sostiene que es el proceso de desarrollo de cualidades en los recursos humanos para habilitarlos, con el propósito de que sean más productivos y contribuyan mejor a la consecución de los objetivos organizacionales. El objetivo es aumentar la productividad de los individuos en sus cargos, influyendo en sus comportamientos. (p 386).

(Kaplan & Norton, 2005), cuestionan a la gestión con solo indicadores; que comunica los resultados futuros, creando valor a través de las inversiones en clientes, proveedores, empleados, tecnología e innovación. Según la definición de los autores, la gestión es apoyada en el recurso humano para adquirir objetivos y metas de la organización, además de cumplir con sus actividades como planificar, organizar, dirigir y controlar, con la finalidad de superar los problemas que se presenten.

Según (Martínes, 2006), en su libro “La gestión empresarial. Equilibrando objetivos y valores”, afirma que, “La gestión y el planeamiento estratégico se han transformado en una herramienta fundamental para enfrentar los desafíos que nos impone la globalización en sus distintas dimensiones.

#### 2.2.1.2. Planificación

(Robbins & Coulter, M, 2005), define la planificación como acto de definir metas, determinar estrategias y trazar planes de integración y coordinación en la organización. La planificación marca dirección, reduce incertidumbre ante los cambios y establece criterios de

control.

a) Propósitos

Según (Hernández & Rodríguez, 2002), define a los propósitos como “las primeras y posteriores intenciones de la organización que deben ajustarse conforme se investiga el entorno y las capacidades económicas de esta y sus patrocinadores”. En otras palabras, determina lo que cada organización trabaja para el logro de sus metas.

b) Objetivos

Según Chiavenato (2006), los objetivos son resultados futuros que se espera alcanzar en cierto tiempo con determinados recursos posibles. Es la situación que una organización espera alcanzar, estableciendo un orden de prioridades, son cuantificables y reales, y están en relación con el propósito establecido lo cual debe ser motivador para las personas de la organización.

c) Estrategias

Según (Koontz, Administración, 2009), las estrategias designan grandes planes deduciendo probables acciones u omisiones del enemigo, en los administradores determina objetivos básicos a largo plazo de una empresa. En palabras claves es la línea de acción utilizada para obtener objetivos y metas fijados.

d) Políticas

Para (Chiavenato I. , Políticas, 2006), las políticas son afirmaciones basadas en objetivos de la organización; funciona como guías orientadoras. Proporciona restricciones, para demarcar áreas en que deberá desarrollarse. En otras palabras, son escritos que marcan el rumbo a seguir en la organización. Además, son importantes para una

adecuada delegación de autoridad.

e) Procedimientos

Para Chiavenato (2006), los procedimientos son planes que entablan la secuencia cronológica de las áreas específicas para desarrollar determinados trabajos. En base a la definición, el procedimiento establece en como la organización lleva a cabo sus actividades, en un orden secuencial, indicando al trabajador a cómo efectuar su trabajo y de estandarizar la ejecución de ello.

2.2.1.3. Organización

Para (Robbins, E & Coulter, M, Proceso de crear la estructura de una organización, 2005), y sirve para muchos propósitos. Los enfoques tradicionales son cuestionados y reevaluados conforme a lo que buscan los gerentes, que aporten y faciliten el trabajo de los empleados, es decir; aquellos que generen eficiencia tenga la flexibilidad necesaria para lograr el éxito. Según la definición manifiesta que de este proceso parte la estructura organizacional, así mismo permite asignar recursos según lo requiera las actividades a desarrollar.

a) Jerarquización

Chiavenato (2006, p. 135), la pluralidad de funciones impuesta por la especialización requiere el desdoblamiento de la función de mando, cuyo objetivo es orientar las actividades para que cumplan en armonía sus respectivas misiones”. En cada organización debe existir una jerarquía por escalas, a tal medida que aumenta la escala jerárquica, aumenta la autoridad del administrador.

b) Departamentalización

Según (Gitman & McDaniel, 2008), refiere que “la departamentalización es un proceso, que consiste en agrupar las tareas de modo que se puedan coordinar las que son similares o las que están relacionadas”. Por consiguiente, el grupo de personas, tareas y de recursos, facilita los procesos de planeación, dirección y control.

c) Descripción de funciones

Según M (Much & García, 2004), “consiste en la recopilación ordenada y clasificación de todos los factores y actividades necesarias para llevar a cabo, de la mejor manera posible, un trabajo”. Se desarrolla a través de las técnicas de análisis de puestos y de la carta de distribución de actividades. Con respecto a la definición es un proceso que enumera atribuciones que conforman un cargo, es decir, es la estructura laboral y la retribución de actividades de un individuo o grupo para establecer objetivos de la organización.

d) Coordinación

Según Chiavenato (2007), la coordinación debe fundamentar en una comunión general de intereses para alcanzar un objetivo. Stoner mencionado por (Rodriguez, 2006), define como “el proceso de integrar los objetivos y actividades de diversas unidades funcionales a fin de alcanzar eficientemente las metas organizacionales”. La coordinación establece uno de los elementos más complejos del proceso de administración.

2.2.1.4. Dirección

Según (Robbins, E & Coulter, M., 2005), reside en

motivar a los subordinados, influir en individuos y equipos mientras laboran, elegir un canal factible de dialogo y de alguna manera ocuparse del comportamiento de los empleados. De tal manera, Munch y García (2004, Pág.148) plantean que la dirección “es la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, la comunicación y supervisión.

En base a la interpretación, la dirección es enlazar el esfuerzo entre los miembros de la organización para así lograr sus metas establecidas. Todo dependerá del gerente el grado de motivación, comunicación y supervisión necesaria para la orientación del equipo la cual conlleve al éxito de la empresa.

a) Toma de Decisiones

(Hernandez & Rodríguez, 2006), es la elección de un ejecutivo entre dos o más opciones, por lo cual cuando una empresa no cuenta con un programa (estrategias), sus decisiones siempre carecerán de rubro. (Koontz, 2009), “es la selección de un curso de acción entre varias alternativas, y constituye por lo tanto la esencia de la planeación”. La cual no existe un plano si no se ha tomado una buena decisión, compromiso de recursos, o dirección. En base a las premisas, la toma de decisiones es el proceso en el cual se selecciona la mejor alternativa entre diversas opciones la ruta a seguir.

b) Integración

(Munch & García, 2004), la integración comprende



mediante el cual el administrador elige y se allega, de los recursos necesarios para la toma de decisiones y de tal manera ejecutar los planes. Según Reyes (2007; Pág.336), “es obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y la planeación señalan como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social”. En conclusión, es el proceso en la cual se enlazan todos los recursos ya sean humanos, materiales, financieros, etc.; lo cual es necesarios para la culminación de las actividades.

c) Motivación

(Daft & Marcir, 2006), expone que la motivación “se refiere a las fuerzas ya sea internas o externas de una persona que dan lugar al entusiasmo y a la persistencia para perseguir un cierto curso de acción”. Para Munch y García, (2004, Pág. 156), “la motivación en su acepción más sencilla significa mover, conducir, impulsar la acción”. De tal manera, se puede atestiguar que la motivación es distinta en cada individuo, como lo son sus procesos laborales.

d) Comunicación

(Chiavenato, 2007). Por ende, establece uno de los procesos de la experiencia humana y la organización social. A la vez, Robbins y Coulter (2005, Pág. 256), consideran que “la comunicación es la transferencia y comprensión de significados”. En base a las definiciones, la comunicación establece relación entre los individuos, en lo que se refiere al entablado laboral es prioritaria para el desarrollo de objetivos y

metas institucionales y debe privar la confianza, autenticidad y empatía alejando todo conflicto en la organización.

e) Supervisión

(Rodríguez, 2006), se encarga del estudio y vigilancia de las acciones personales en coordinación con el progreso alcanzado. Es de suma importancia para toda empresa, para el logro de sus objetivos. Según (Reyes, 2007), explica que la función supervisora supone “ver que las cosas se hagan como fueron ordenadas”. En base a las definiciones, consiste en llevar a cabo las tareas planificadas. Por ende, el supervisor se encarga de verificar el cumplimiento de las actividades y de corregir en caso que se observe alguna irregularidad.

2.2.1.5. Control

(Robbins, E & Coulter, M, Administración, 2005), reside en supervisar las actividades para garantizar y corregir cualquier desviación significativa. Según Munch y García (2004; Pág. 171), menciona que “el control es la evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever desviaciones, para establecer las medidas correctivas necesarias”. Estableciendo lo que es las acciones correctivas que se debe implementar para mejorar el desempeño laboral, lo cual es de suma importancia. El control permite medir si se está cumpliendo los planes trazados.

a) Establecimiento de Estándares

Chiavenato (2007; Pág. 151), “son disposiciones

que proporcionan medios para establecer que deberá hacerse y cuál es el desempeño o resultado que se aceptara como esperado”. El autor indica, que los estándares se pueden expresar en tiempo, dinero, calidad, costos o por medio de indicadores que lo adecuen. Según Mosley, Megginson y Pietri (2005; Pág. 394), expresan que “el primer paso en el proceso de control parte de la fase de planeación”. En base a lo escrito, el establecimiento de estándares, define un patrón mediante el cual se compara resultados obtenidos con el ideal, con el fin de determinar si hay desviación para luego aplicar las medidas correctivas para perfeccionar la debilidad encontrada.

b) Medición

(Robbins, E & Coulter, M, Medición, 2005), establecen que los trabajadores y actividades se puede expresar en términos tangibles. Sin embargo, los gerentes utilizan medidas subjetivas cuando no se puede expresar en términos cuantificables. Por otra parte, (Mosley, Megginson, & Pietri, 2005), señalan que “la fijación de estándares es el primer paso del control, pero no va lo suficiente lejos”. En otras palabras, consiste en comparar el resultado obtenido con la finalidad de saber que tanto se logró en base a lo propuesto.

c) Corrección

Según (Martos, 2006), el proceso del control no está completo hasta que se emprenden acciones para corregir las desviaciones”. En otras palabras, la corrección es cambiar desviaciones observadas

que conlleven a perfeccionar los procesos de la organización. A enmendar los errores añadido, será posible el logro de los objetivos y fines propuestos.

d) Retroalimentación

Robbins y Coulter (2005; Pág. 469), lo definen como “un tipo de control que se lleva a cabo después de realizar una actividad de trabajo”. La retroalimentación genera información a los gerentes, sobre la eficacia en sus esfuerzos de planeación y motivación de los empleados. Según (Ramírez, 2004), “la retroalimentación tiene como misión determinar el grado de desviación entre la ejecución real y lo planeado, con el propósito de retroalimentar y corregir para eliminar causas de errores; todo ello a través del control”. En base a las definiciones, consiste en encontrar debilidades, observaciones y sugerencias, con el fin de mejorar el funcionamiento de la organización.

En la empresa actual se produce un gran volumen de tareas y gestiones administrativas, un correcto desarrollo de esta gestión contribuirá en la mejora y eficacia de la organización, es por ello el interés por localizar a los mejores profesionales del área administrativa como parte fundamental para implementar la estrategia empresarial con éxito y para triunfar como responsable en la gestión administrativa es imprescindible dominar las herramientas informáticas actualizadas, además de disponer de habilidades comunicativas, de dirección y comunicación.

## 2.2.2. Satisfacción del cliente

### 2.2.2.1. Definición

Existen diferentes conceptos de satisfacción del cliente como:

Kotler (2003), define 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*”. El autor define que la satisfacción está ligada con las emociones y la forma de percibir que tiene el cliente al momento de la compra y el uso del bien adquirido, la situación resulta de comparar el antes y el después, de cuáles serán las expectativas como clientes acerca del producto (antes) y ahora que lo está usando (después).

Por lo tanto, las emociones y el estado de ánimo son aspectos fundamentales para la satisfacción del cliente, es por ello que las organizaciones deben orientarse hacia sus clientes adaptando de manera continua el producto ofertando a los deseos de estos con el objetivo de conseguir su fidelización y satisfacción. Ante este aspecto, el beneficio de las compañías es apreciado en último término por las personas que adquieren o usan los productos (Dutka & Silvia, 1998).

Cuando se habla de satisfacción del cliente, se entiende que es el propósito definitivo de que:

- El cliente pueda recomendar el negocio y producto.
- El cliente regrese y vuelva a comprar nuestro producto.
- El cliente esté dispuesto a pagar un poco más por nuestro producto.

El equipo de investigación, refieren que la satisfacción al cliente es el cumplimiento de sus necesidades y la percepción que asume el consumidor ante los requisitos solicitados que es un proceso que incluye elementos importantes como la expectativa, la experiencia, la satisfacción y lealtad.

#### 2.2.2.2. Objetivo

En la actualidad las compañías que tienen más éxito son aquellas que facilitan un nivel de servicio superior al que el comprador espera. Estos mercados su objetivo es la satisfacción total del consumidor y haciendo frente al concepto de calidad, interpretándola como “ofrecer al cliente lo que necesita”. Por tal motivo los negocios vienen desarrollando lazos fuertes con los clientes. A diferencia con años anteriores donde se creía que los clientes se les tenía garantizados, porque no tenían muchas opciones de compra en variedad, a diferencias de hoy en día que si existen y se le llama competencia. Es por ello que no se preocupan de conseguir una buena satisfacción del cliente.

Los negocios no se preocupan en cuidar a sus clientes, ya que consideraban que si se iba un cliente no habría problema porque regresaría nuevamente. De tal manera esos tiempos ya cambiaron en este siglo. Este planteamiento supone que la empresa conseguirá substituir la pérdida de un comprador con otro nuevo, y la realidad, hoy en día, esto no sucede en ninguna parte. Además si a ello le añadimos pérdidas de los consumidores finales por la poca comunicación es muy evidente el futuro que tendrá la empresa, cual visionando sería de corto plazo.

### 2.2.2.3. Importancia

La satisfacción del cliente es utilizada con frecuencia en la mercadotecnia y las empresas hoy en día tienen como prioridad satisfacer las necesidades de los clientes mostrándoles diferentes productos que llenen sus expectativas. Por otro lado al ser una medida que se implementa para saber cuáles de los productos que están siendo suministrados por la empresa están cumpliendo o superando las expectativas de los consumidores. Ya que hoy en día existe demasiada competencia en el mercado y normalmente las empresas compiten por los clientes, brindándoles productos de buena calidad de acuerdo a su expectativa deseada, convirtiéndola en una estrategia empresarial. (Vavra, 2002)

Por esta razón es muy importante que valoremos la satisfacción del cliente y sobre todo reconozcamos la manera que nos ayuda con la administración para mejorar nuestro negocio, sin embargo para poder llevar a cabo es muy importante informar a los empleados la importancia que tiene el cumplimiento de las expectativas de los clientes, ya que de acuerdo a esto se base su satisfacción y es así que la empresa opta por preguntar de manera general a sus clientes si el producto que están ofreciendo ha sido de su agrado alcanzado o superando sus expectativas, por ello que hablaremos de las cuatro razones por las cuales es importante la satisfacción del cliente y cuáles son sus propósitos.

#### a) Indica las intenciones de compra

Por lo general nos ayuda a saber cuál es la probabilidad de que los clientes realicen compras

futuras, esto se logra mediante las calificaciones de satisfacción que nos proporcionan incluso es una buena forma de ver si se convertirán en cliente potenciales o más bien defensores de marcas.

b) Destacar ante la competencia

Se busca destacar los competidores, son conscientes de que hoy en día existe demasiada competencia comúnmente en los mercados día a día se compite por los clientes, por esta razón es recomendable brindar buena atención para que se lleve una satisfacción a esto se le considera como un buen elemento de estrategia comercial. En tal sentido imaginemos por un momento a dos empresas ofreciendo el mismo producto, pero la pregunta clave es: ¿Qué las hace la diferente una de las otras?

Es aquí donde se tiene que aplicar la diferenciación de marca para lograr la lealtad del cliente hacia el producto y así recurra con frecuencias al negocio y de esta manera se logra la fidelidad y sobre todo la recomendación.

c) Evitar perder clientes

Este punto es muy importante para las empresas, ya que deben de cuidar a sus clientes tanto actuales como potenciales, sin embargo, hay empresas que piensan que los precios son los que espantan a los clientes, cuando en realidad no es así, muchas veces los clientes dejan de comprar en lugar específico por varias razones:

- Reciben pésimo servicio por parte de los trabajadores.



- El producto es de pésima calidad y con un costo mayor.
- Las instalaciones no están bien cuidadas.

Es por ello que hay que brindar una buena atención al cliente y excelentes productos que satisfaga sus expectativas.

d) Aumenta el ciclo de vida del cliente

Los productos son sujetos a un análisis es por ellos que sabemos que cuentas con un ciclo de vida que está compuesta por cuatro fases que son:

- La adquisición: Es donde el cliente adquiere por primera vez el producto a través de promociones, descuentos, ofertas, recomendaciones, etc.
- Conversión: Es donde el cliente ha probado nuestro producto y fue de su agrado, a pasado de comprarle a la competencia a comprarnos a nosotros.
- Crecimiento: Es por recomendaciones de nuevos clientes que cambiaron de marca, estos clientes al quedar satisfecho con el producto aumentan el consumo.

e) Reactivación

Los clientes se llegar a sentir atraídos por la competencia a través de campañas llamativas, es por ello que es importante detectar a tiempo esta fase, ya que si no se hace será muy difícil recuperarlos y sobre todo si el producto que ele están ofreciendo consigue fidelizarlos.

La importancia de conocer la satisfacción del cliente es conocer su opinión, lo que le permitirá establecer acciones de mejora en la organización.

#### 2.2.2.4. Beneficios

Los beneficios que nos otorga la satisfacción al cliente, existen beneficios que toda empresa puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes.

- a) Primer beneficio: Los consumidores satisfechos por lo usual regresan a adquirir por lo tanto la compañía logra su lealtad y así consiguen venderle el igual u otro producto en compras futuras.
- b) Segundo beneficio: Podemos decir que todo aquel cliente que se encuentre satisfecho informa a las personas de su entorno la experiencia que se llevó con la marca con sus productos, y esto hace que la empresa obtenga lo que se conoce como publicidad gratuita.
- c) Tercer beneficio: como el cliente está completamente satisfecho hace a un lado a la competencia por lo tanto la empresa obtiene una determinada participación en el mercado y es más conocida.

Luego de haber analizado los beneficios de satisfacción, será necesario mejorar la calidad de los servicios, la calidad de los procesos, involucrando y capacitando al equipo, del mismo modo cabe decir que la atención oportuna es sumamente importante para el éxito de la empresa y la felicidad en el trabajo, por lo tanto, una vez que se ha logrado la satisfacción plena se pueden lograr diversos beneficios, tal y como lo manifiesta Israel (2011):

- Diferenciarnos frente al competencia
- Mayor comunicación con el cliente

- Satisfacer a los clientes
- Incrementar la rentabilidad
- Contar con personal más satisfecho
- Mejora la productividad
- Innovar.

#### 2.2.2.5. Procesos

La expectativa es toda esperanza que el cliente tiene en conseguir algo, es lo espera encontrar y puede llegar a conseguir, percibir, apreciar que está comprando y adquiriendo, basadas en los siguientes procesos: (Bob, 2002).

##### a) Expectativa:

Son las esperanzas del cliente por conseguir algo a través de la Influencia.

- La empresa lo realiza a cerca de los beneficios que ofrece del producto.
- Experiencia de compras anteriores.
- Opiniones de familiares, amistades, conocidos, líderes de opinión (influencers), que marcan las tendencias en redes sociales.
- Promesas que ofrecen los competidores y que influyen al momento de la compra.

¿De qué manera se crean expectativas en los clientes?

Esto dependerá de las experiencias vividas con anterioridad, de manifestaciones realizadas por las amistades ante la información de la compañía y la competencia. En el caso que las perspectivas se hayan incrementado considerablemente alto es posible que el consumidos quede descontento, mientras que si se consideran exagerada bajas no lograra atraer a los compradores, aunque después

pueda lograr satisfacer con demasía teniendo en cuenta su oferta y la escojan.

b) Experiencia:

Es la impresión percibida por el cliente, debido a la interacción de este con cualquier elemento del negocio durante el proceso de compra. Es decir, viene hacer la impresión que siente y vive el cliente durante el proceso de la compra con cualquiera de los elementos del negocio, que son: los empleados, la empresa y el producto. En tal sentido podemos decir que la experiencia es lo que está viviendo el usuario al momento de la compra al adquirir el producto, el cual lo llevara a poder recomendarnos con otras personas o de pronto no.

- Las experiencias suponen la verdadera motivación y estímulo en la decisión de compra.
- Conecta al cliente con la marca y la empresa.
- Los clientes son individuos racionales y emocionales.
- Basan sus decisiones en estímulos sensoriales, desean verse estimulados y provocados de un modo creativo.

El cliente cada vez es más exigente en lo que tiene que ver con la experiencia al momento de la compra del producto y del proceso de satisfacción, por tal razón el usuario quiere cada vez más, queriendo algo que recuerde y que esa impresión trascienda en el tiempo (Bob, 2002).

c) Satisfacción

Es el grado de diferencia entre las expectativas previas y la percepción que tiene el individuo ante los resultados del intercambio. Es decir, es la relación versus las expectativas (esperanzas) que tenía el cliente con respecto al bien por adquirir, que será el

resultado que lo llevará a la decisión de compra. En este sentido según Quispe (2015) define a la satisfacción como “experiencia cognoscitiva o racional, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio, está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia empresa” (Gil, 2016).

#### d) Lealtad

Es una promesa del individuo referida a su comportamiento que conlleva la probabilidad de realizar compra futuras o reduce la posibilidad de cambio a otra marca o proveedor del producto.

La consecuencia de la satisfacción del cliente es la lealtad, es lo que al final se busca que el comprador tenga un comportamiento que lo conlleve a volver a comprarnos, recomendarnos, ser fiel a la marca, estar pendiente de los nuevos productos para comprarlo, esto nos lleva a que ya exista una relación entre la empresa y el cliente, impidiendo a cambiarse a otra marca.

El proceso de la satisfacción del cliente es el propósito a donde nos conlleva a la satisfacción del cliente.

#### 2.2.2.6. La percepción del cliente

Los productos no serán apreciados de la misma manera por dos o más clientes distintos, por lo que el servicio o producto brinda diferentes experiencias ante la necesidad a cubrir, ya que el valor percibido por los consumidores será siempre distinto. Como el nivel de satisfacción es la diferencia entre el valor percibido y las

expectativas, se pueden considerar tres niveles de satisfacción.

Los niveles de satisfacción son:

- Satisfacción = Percepción – Expectativas.
- Clientes Insatisfechos = Percepción < Expectativas.
- Clientes Satisfechos = Percepción = Expectativas.
- Cliente Encantado = Percepción > Expectativas.

a) Insatisfechos: Si la perfección se localiza por debajo de las perspectivas.

b) Justa: Si la percepción y las expectativas se igualan.

c) Satisfecho: Si la percepción es mayor que las expectativas que tenía el cliente.

Todo lo anterior supone la aparición de otro concepto nuevo en la empresa: la escalera de satisfacción, según este, la satisfacción del cliente obliga a las empresas a ofrecer cada vez un poco más. Si con la oferta que hoy le hace empresa al cliente, este queda satisfecho por haber superado un poco sus expectativas, la próxima vez que vaya a dicha empresa espera que le ofrezcan lo que ya le dieron la última vez por lo que para conseguir que continúe estando satisfecho habrá que ofrecerle un poco más, y así sucesivamente.

En relación con lo anterior luego de que la empresa cumpliera o no con las expectativas de los clientes, estos pueden que queden satisfecho o insatisfecho sin embargo lo primordial para que las empresas puedan mantener a los clientes satisfechos es tener la capacidad de resolver los problemas y las cuestiones de una manera rápida, agradable y eficiente, de esta manera los clientes seguirán confiando en la empresa y mantendrán la relación comercial, en este

sentido según Quispe (2015) define a la satisfacción como “experiencia cognoscitiva o racional, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio, está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia empresa”.

#### 2.2.2.7. Grados de satisfacción del cliente

Conociendo lo grados de satisfacción nos brinda informaciones relevantes para empezar a trabajar y afianzar la relación con el cliente y generar mayor confianza y lealtad con el comprador

##### a) Clientes insatisfechos:

Son aquellos usuarios que percibieron el desempeño del producto o compañía que está ofreciendo el producto por debajo de sus expectativas, definitivamente quedaron insatisfecho no quieren volver a comprar, ni regresar a la compañía, no quieren saber nada de la marca por la experiencia que tuvieron de no querer volver a comprar a la empresa.

##### b) Clientes satisfechos

Son aquellos que percibieron el desempeño de la empresa y el producto como coincidente con sus expectativas. Es decir, están bien y a gusto con lo que han percibido en el momento. Las expectativas que tenían versus el uso del producto cuadran y se alinean por lo tanto están satisfechos, quiere decir que son clientes que van a volver a comprar en algún momento

siempre y cuando nuestro negocio ofrezca y ellos lo necesiten.

c) Clientes complacidos

Son aquellos que perciben que el desempeño de la empresa y el producto han excedido sus expectativas, esto quiere decir cuando el cliente queda sorprendido del resultado del uso del bien y están por encima de lo esperado. Los clientes es tan super satisfechos con la calidad del producto que les conlleva a la lealtad con la empresa.

d) LoveMark

Es el maximo grado de satisfacción, se basa en la confianza, la reputación, los valores y emociones que representa la marca y hace a la marca irresistible para el cliente. Definitivamente el usuario solo elije a dicha empresa, dándole valor a la marca si medir el precio. Este grado de satisfacción es donde toda empresa quiere estar, que su cliente este enamorado de su marca y que su producto, que siempre cuente con El y definitivamente el grado de lealtad es de un cien por ciento.

Conociendo lo grados de satisfacción nos brinda informaciones relevantes para empezar a trabajar y afianzar la relación con el cliente y generar mayor confianza y lealtad con el comprador.

#### 2.2.2.8. Niveles de expectativa

Es importante determinar el nivel de satisfacción del cliente, dado que medir la satisfacción permite



conocer que tan bien se desempeñan los procesos y el personal, y con ello predecir las ventas futuras, en este sentido se muestran 2 niveles de satisfacción, de acuerdo con Gonzales (2014):

**Satisfacción:** si un cliente se encuentra satisfecho, va a fortalecer los criterios que le guiaron a seleccionar una determinada alternativa. El consumidor mejorará sus actitudes hacia el servicio o producto y desarrollará procesos de lealtad y fidelización.

**Insatisfacción:** si el cliente considera que el uso de un producto o servicio no ha cumplido sus expectativas se verá insatisfecho. Sus criterios de elección serán revisados, procederá a realizar comportamientos de reclamación o queja, además de dejar de comprar el producto/servicio. (p.52)

Cabe decir que una de las técnicas más eficaces para medir la satisfacción del cliente son las encuestas de satisfacción, en este sentido mediante cuestionarios cortos a clientes seleccionados a partir de criterios objetivos previamente definidos, que nos permiten obtener la opinión de nuestros clientes en un momento determinado del tiempo posterior a la compra del producto o servicio.

En resumen, cuando un cliente, recibe algo que está por debajo de sus expectativas, se convierte en un cliente insatisfecho, un cliente que casi con toda probabilidad no volverá comprar en nuestro centro y que adicionalmente podría hacernos una mala publicidad entre sus conocidos y amigos.

#### 2.2.2.9. Factores de la satisfacción de un cliente

En definitiva, se puede decir que, una vez lograda la fidelidad del cliente, esto no debe quedar ahí, por ende, es recomendable seguir implementando nuevas técnicas o métodos de trabajo para generar valor agregado y mejorar continuamente, en este sentido se menciona los factores para la satisfacción del cliente, de acuerdo con Maldonado (2011):

- Definición de un método de trabajo. Consiste en definir un método de trabajo estándar, que esté acorde con los recursos y necesidades de la organización.
- Ejecución del método de trabajo. Una vez definido el método de trabajo en los procedimientos, lo que se trata es que todo el personal comience a trabajar conforme a las pautas que se definen en ellos.
- Implantación. El tercer factor consiste en ir introduciendo en nuestros procedimientos o métodos de trabajo las especificaciones del servicio que nos van definiendo nuestros clientes. (p 4).

Cabe mencionar que la satisfacción significa cumplimiento de ciertos requisitos o exigencias y es una palabra que está asociada a las percepciones ligadas al deseo.

Esto se cumplirá según tres factores:

- a) Factor Humano:
  - ✓ Clima laboral
  - ✓ Motivación
  - ✓ Confianza,

b) Factor procesos organizativos:

- ✓ Objetivos
- ✓ Planes de acción
- ✓ Encuestas
- ✓ Mapa de empatía del cliente,
- ✓ Formación.

c) Factores personales:

- ✓ Necesidades
- ✓ Motivaciones
- ✓ Actitudes
- ✓ Experiencia.

d) Factores de situación:

- ✓ Aspectos del servicio que el cliente y los que orientan las percepciones y/o expectativas.

De esta forma, el cliente se expresa cuando se queja, cuando pide información o habla con cualquier persona de la empresa que presta el servicio. También cuando se le pregunta, si es que el modo en que se le pregunta lo deja expresarse. (Fundación CETMO, 2006).

- Razones básicas para satisfacer al cliente
  - Las personas satisfechas están listas a retornar al negocio, mientras que los descontentos no solo no regresan, sino que además pueden realizar comentarios negativos de la empresa.
  - El comprador satisfecho puede dialogar bien de nuestra compañía o nuestros bienes en su ambiente, mientras, el consumidor insatisfecho seguro que manifiesta a sus ilustres, con todo lujo de

detalles (incluida alguna exageración) los motivos de su insatisfacción o de nuestra ineptitud.

- El cliente satisfecho, en base un vínculo creado precisamente por su satisfacción, es más propenso a comprar nuevos productos o servicios de la empresa, mientras que el cliente insatisfecho no quiere volver a oír nada referente a aquellos que no le han solucionado su problema.

## 2.3. Marco Conceptual

### 2.3.1. Gestión administrativa

La gestión administrativa implica el establecimiento de las interrelaciones entre los principales principios; organización, planificación, dirección y control. (Delgado, Ena, & Ena, 2008).

### 2.3.2. Satisfacción del cliente

Según Pizzo (2013), la satisfacción del cliente es el resultado de una cadena de valor que termina en un contacto con él.

### 2.3.3. Expectativa

Porto y Merino (2009), nos dicen que una expectativa, es lo que ves más allá de lo que puedes ver, puede o no ser realista. Un resultado menos ventajoso ocasiona una decepción, al menos generalmente. Si algo que pasa es completamente inesperado suele ser una sorpresa.

### 2.3.4. Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado en lugar establecido. (Luna, 2016).

#### 2.3.5. Diferenciación

La diferenciación de una empresa es fundamental al brindar un bien o servicio, buscando una personalización que atraiga a los consumidores y que distinga nuestro negocio de cualquier otro del mercado. (Zamarreño, 2019).

#### 2.3.6. Segmento de mercado

La segmentación es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos más pequeños e internamente homogéneos, es decir nos ayuda a conocer a los consumidores y así identificar el mercado meta. (Kotler & Keller, 2006).

#### 2.3.7. Competencia

La competencia es la concurrencia en un mismo mercado de múltiples empresas que producen bienes o servicios similares a un gran número de consumidores que compran libremente con suficiente información. (Vigo, 2018).

#### 2.3.8. Liderazgo

El liderazgo es la capacidad que tiene el líder de modificar o influenciar a otras personas para lograr objetivos específicos, saben cómo resolver problemas y resolver conflictos. (Tracy, 2015).

#### 2.3.9. Motivación

La motivación representa todas las fuerzas que actúan sobre individuos o su interior que provoca que se comporte de cierta forma específica encaminándose hacia las metas y resultados de la organización. (Arenal, 2018).

#### 2.3.10. Comunicación

La comunicación es el intercambio de mensaje entre individuos para que se dé de manera eficaz es necesaria contar con el emisor y el receptor (Díez, 2006).

#### 2.4. Hipótesis

La gestión administrativa influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020, es directa y significativa

2.5. Variables. Operacionalización de variables

*Operacionalización de la variable independiente*

Variable (X)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
Gestión administrativa	Implica el establecimiento de las interrelaciones entre los principales principios, planificación, organización, dirección y control; con el objetivo de obtener una buena gestión. (García, 2020)	La gestión administrativa permitirá definir como las actividades de planificación, organización, dirección y control orienta al logro de la visión y misión de una organización.	Planeación	Plan de desempeño.	1. ¿Cree usted que la atención adecuada al cliente distribuidor se debe a una buena capacitación?	Cuestionario	Escala Ordinal
				Formulación de objetivos.	2. ¿Los objetivos que se formulan están vinculados a una gestión orientada al cliente distribuidor?		
				Políticas.	3. ¿Existen políticas de atención al cliente distribuidor? 4. De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?		
			Organización	Estructura de organización.	5. ¿Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para una gestión orientada al cliente distribuidor?		
				Funciones.	6. ¿Los trabajadores de la empresa, demuestran responsabilidad en su desempeño de atención al cliente distribuidor?		
			Dirección	Liderazgo.	7. ¿Se evidencia un estilo de liderazgo participativo orientado al cliente distribuidor? 8. ¿La empresa se preocupa por satisfacer las necesidades de sus colaboradores y clientes distribuidores?		
				Comunicación.	9. ¿Existe buen nivel de comunicación entre los trabajadores, para desarrollar sus funciones en beneficio del cliente distribuidor? 10. ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo para satisfacer las demandas del cliente distribuidor?		
				Motivación.	11. ¿La empresa les otorga reconocimiento a sus trabajadores por su buen desempeño en la atención del cliente distribuidor? 12. ¿Se aprecia un clima laboral favorable que repercute en el buen desempeño para cumplir con las expectativas del cliente distribuidor?		
			Control	Coordinación de cada área.	13. ¿Existe un libro de quejas y reclamos que permite la mejora continua del producto que se ofrece al cliente distribuidor? 14. ¿La empresa cumple con satisfacer las demandas y requerimientos del cliente distribuidor?		

*Operacionalización de la variable dependiente*

Variable (Y)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
Satisfacción del cliente	Según Pizzo (2013), la satisfacción del cliente es el resultado de una cadena de valor generando expectativas favorables y una buena percepción en el contacto con el consumidor.	La satisfacción del cliente se logra mediante un buen desempeño del producto que cumpla con sus expectativas y cubra sus necesidades.	Beneficios	Lealtad del cliente.	1. ¿Tiene preferencias por los calzados para damas de "VALLES" SAC? 2. ¿Volvería a comprar nuevamente nuestros productos?	Cuestionario	Escala Ordinal
				Difusión gratuita	3. ¿Recomendaría usted adquirir nuestros productos?		
			Nivel de satisfacción	Expectativa	4. ¿El calzado para damas de "VALLES" SAC, cumple con sus expectativas del cliente final?		
				Experiencia	5. ¿La experiencia de compra en "VALLES" SAC fue agradable?		
				Satisfacción	6. ¿Con relación a la atención recibida de nuestro personal usted se siente? 7. ¿Con relación a la calidad del producto, usted se siente? 8. ¿Respecto a los modelos y diseños de calzados para damas con relación a la competencia. Usted se siente:		
			Factores satisfacción	Factor humano	9. ¿La atención que le brinda el personal es buena? 10. ¿La comunicación que le brinda el personal contribuye a una adecuada decisión de compra?		
				Factor organizativo	11. ¿De tener algún reclamo la empresa tiene capacidad de respuesta para solucionarlo? 12. ¿La empresa se preocupa por la satisfacción de los clientes?		
				Factor de situación	13. ¿La empresa se preocupa por cumplir con sus expectativas? 14. ¿Cuál es su percepción respecto a los modelos y precio de calzados que brinda la empresa "VALLES" SAC?		



# CAPÍTULO III

# METODOLOGÍA

### **3. METODOLOGÍA**

#### 3.1. Tipo y nivel de investigación

##### 3.1.1. Tipo

Es aplicada, el presente estudio permitió determinar la influencia que existe entre gestión administrativa y satisfacción del Cliente de la empresa Calzados VALLES SAC, del distrito el Porvenir\_ Trujillo, 2020.

##### 3.1.2. Nivel de investigación

Nivel causal - explicativa, su intención es medir el grado de influencia entre sus dos variables que a la vez no se le ha realizado control alguno, determinando el comportamiento de cada variable.

#### 3.2. Población, marco muestral, unidad de análisis y muestra

##### 3.2.1. Población

Está conformada por los clientes distribuidores de la empresa Calzados “VALLES” SAC, de la provincia de Trujillo que ascienden a un total de 50 distribuidores.

##### 3.2.2. Marco muestral

Base de datos de clientes distribuidores a septiembre del 2020.

##### 3.2.3. Unidad de análisis

Los clientes distribuidores de Calzados “VALLES” SAC., de la provincia de Trujillo.

##### 3.2.4. Muestra

Se utilizó la población muestral que asciende a 50 clientes distribuidores entre mayoristas y minoristas de la Provincia de Trujillo.

### 3.2.5. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron las siguientes.

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	FINALIDAD
Encuesta	Cuestionario	Conocer la percepción que tienen los clientes distribuidores sobre la influencia de la gestión administrativa en su nivel de satisfacción.
Entrevista	Guía de entrevista	Conocer la Gestión administrativa de Calzados "VALLES" a través de una entrevista aplica al administrador.

- **Encuesta:** Técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (García, M., 2013). En el caso de nuestro estudio, se aplicó a los clientes distribuidores.
- **Cuestionario:** Es un instrumento que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir y que deber ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Rojas, 2008).

### 3.3. Diseño de investigación

En este estudio se aplicó el diseño explicativo causal de corte transversal para establecer la relación de causa y efecto entre las 2 variables de estudio.



Donde:

X : Gestión administrativa.

Y : Satisfacción del cliente.

#### 3.4. Procesamiento y análisis de datos

- Para el análisis y procesamiento de datos se utilizó el programa Excel y el programa SPSS versión 26.
- Las tabulaciones se presentaron en tablas de doble entrada y se emplearon algunas figuras de barras y circulares para medir la frecuencia y proporcionalidad en cuanto a las respuestas.
- Para el análisis de los datos obtenidos también se emplearán:
  - **Tablas de frecuencias:** Es una ordenación en forma de tabla de los datos estadísticos, asignando a cada dato su frecuencia correspondiente.
  - **Figuras:** Son representaciones visuales que se empleó símbolos, barras, polígonos y sectores, de los datos contenidos en tablas de frecuencias.
  - **Prueba de Hipótesis:** Se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson.

# **CAPITULO IV: GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

## **4. GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

### **4.1. Breve reseña**

La empresa de calzado “VALLES” SAC., fue fundada por Raúl Alejandro Valles Méndez, en el año 2010, ofreciendo la fabricación de calzado Sport para Damas. Asimismo, es propietario y actual gerente de esta empresa, señala que este oficio lo aprendió de sus padres, quienes fueron reconocidos fabricantes de calzado del distrito del Porvenir.

La fábrica principal de la elaboración del calzado se encuentra ubicada en la calle San Agustín 1699, del distrito del Porvenir, provincia de Trujillo, región La Libertad.

Por otro lado, como valores de esta empresa, se considera: Responsabilidad, Respeto y Puntualidad

En la actualidad fabrica calzado Sport para damas para sus diversos clientes distribuidores y además ofrece su capacidad para de producción para otras marcas, de acuerdo a los requerimientos de las diversas empresas comercializadoras que requieran de sus productos.

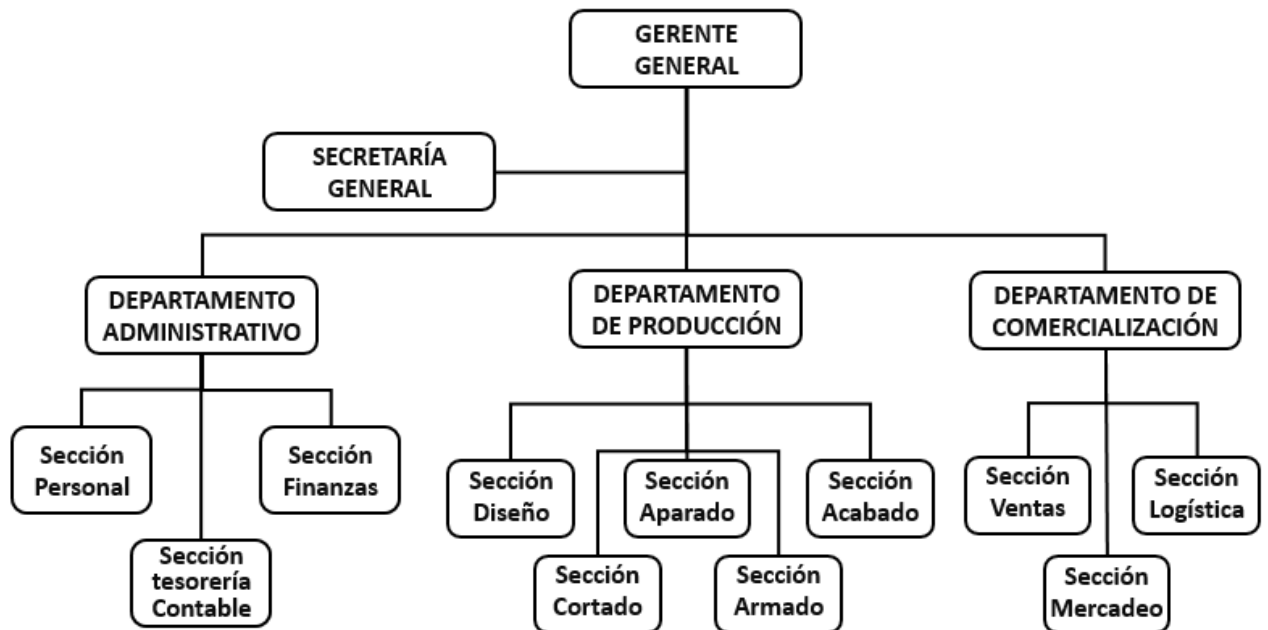
### **4.2. Visión**

Convertirse en la empresa líder en la fabricación de calzado Sport para damas, en América Latina, ofreciendo productos innovadores y de buena calidad, a precios competitivos. Aspiramos a gozar del reconocimiento general por nuestro compromiso con el país, con la comunidad en la que operamos, con nuestros clientes y en especial con los trabajadores vinculados directa e indirectamente a nuestra operación.

### **4.3. Misión**

Deslumbrar a nuestros clientes, desarrollando y mejorando continuamente nuestros productos y el servicio que ofrecemos, a través de nuestro grupo humano que vive con pasión el negocio. Cuidamos el medio ambiente, velamos por la seguridad y cumplimos con la ley, lo que redundará en nuestro beneficio y de la comunidad en la cual interactuamos.

#### 4.4. Estructura orgánica (ORGANIGRAMA)



#### 4.5. Tipos de cliente

La empresa cuenta con los siguientes tipos de clientes distribuidores.

- **Mayorista o distribuidores**, quienes adquieren el producto al por mayor, generalmente por cientos de pares de calzado y lo venden a minoristas.
- **Minorista**, que adquieren el producto por docena y lo expenden directamente al público.
- **Comprador final**, está constituido por el público consumidor, quien adquiere el calzado, por unidades.

#### 4.6. Canales de distribución

- **Canal directo**: consta de sólo dos entidades, fabricante y consumidor final. Este tipo de canal lo desarrollo a través de su tienda, ubicada en la avenida España
- **Canal indirecto**: Este tipo de canal intervienen intermediarios de diferentes clases entre el proveedor y el consumidor de un bien. Los canales, dependiendo de la cantidad de intermediarios que participen en la distribución, los podemos dividir en cortos, largos y dobles. En

el caso de esta empresa se aprecia un canal indirecto corto, cuando se presenta la presencia de la empresa fabricante, los distribuidores mayoristas y el consumidor final.



# CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 5.1. Análisis e interpretación de resultados

#### 5.1.1. Gestión administrativa

**Tabla 1**

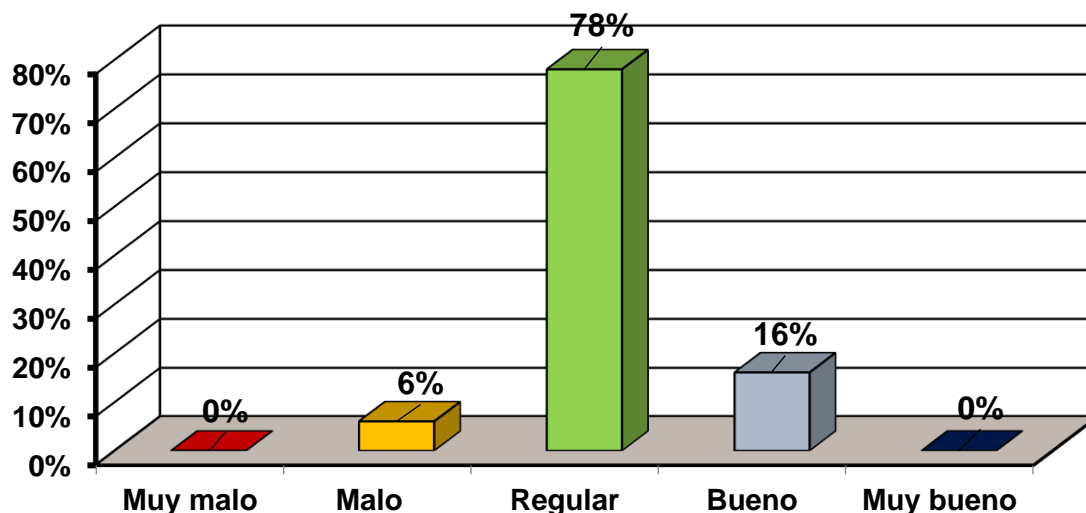
*Nivel de Gestión administrativa en la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.*

Variable	Niveles	Nro.	%
Gestión administrativa	Muy malo	0	0%
	Malo	3	6%
	Regular	39	78%
	Bueno	8	16%
	Muy bueno	0	0%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Datos obtenidos del cuestionario de Gestión Administrativa.

**Figura 1**

*Distribución porcentual del desarrollo de la Gestión Administrativa en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.*



#### NIVEL DE DESARROLLO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 1 y figura 1, se observa el nivel de la variable Gestión administrativa, evidenciándose que el 78% de los encuestados lo ubica en el nivel regular, el 6% en el nivel malo y un 16% en el nivel bueno. Estos datos nos indican que mayoritariamente en un 78%, la percepción de los encuestados sobre el nivel de la Gestión administrativa de esta empresa se ubica en el nivel regular.

**Tabla 2**

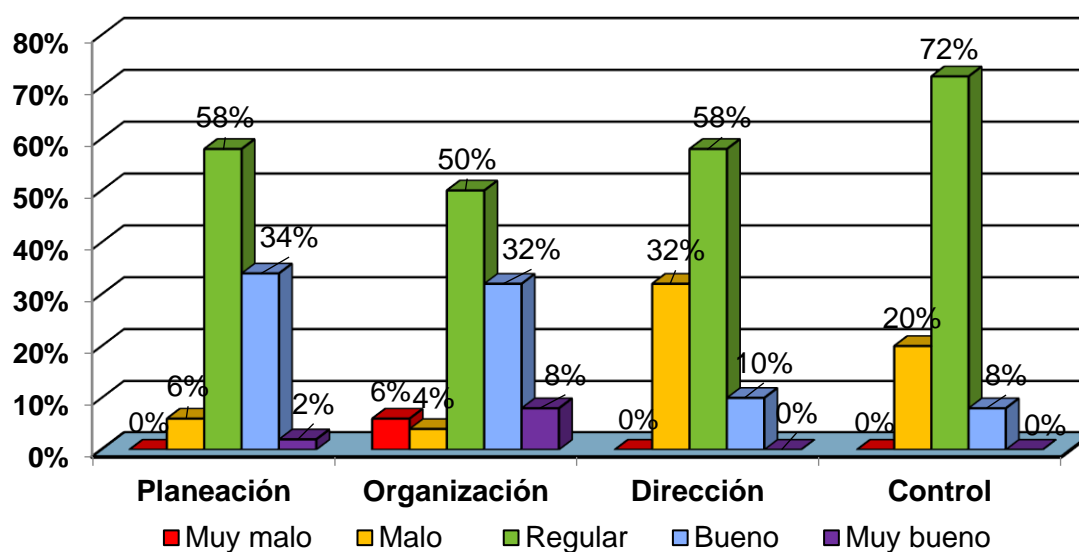
*Nivel de desarrollo de las dimensiones de la Gestión administrativa en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.*

Nivel	Dimensiones de la Gestión administrativa							
	Planeación		Organización		Dirección		Control	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Muy malo	0	0%	3	6%	0	0%	0	0%
Malo	3	6%	2	4%	16	32%	10	20%
Regular	29	58%	25	50%	29	58%	36	72%
Bueno	17	34%	16	32%	5	10%	4	8%
Muy bueno	1	2%	4	8%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Datos obtenidos del cuestionario de Gestión Administrativa.

**Figura 2**

*Distribución porcentual de las dimensiones de la Gestión Administrativa en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.*



**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 2 y figura 2, apreciamos el nivel de desarrollo de las dimensiones de la Gestión administrativa de la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020, donde se observa:

En el caso de la dimensión planeación, en un 58% se ubica en el nivel regular, en un 34% en el nivel bueno, en un 8% en el nivel malo y el 2% señala que se ubica en el nivel muy bueno.

Respecto a la dimensión organización, en un 50% se encuentra en el nivel regular, en un 32% en el nivel bueno, en un 8% en el nivel muy bueno, en el nivel muy malo lo ubican el 6% de los encuestados y el 4% considera que es malo.

Sobre la dimensión dirección, en un 58% lo ubica en el nivel regular, el 32% en el nivel malo y el 10% en el nivel bueno.

En el caso de la dimensión control, en un 72% se ubica en el lugar regular, el 20% respondieron que se encuentra en el nivel malo y el 8% en el nivel bueno.

Estos resultados nos indicamos que mayoritariamente los encuestados ubican a las dimensiones de la Gestión administrativa en el nivel regular.

## 5.2. Satisfacción del cliente

**Tabla 3**

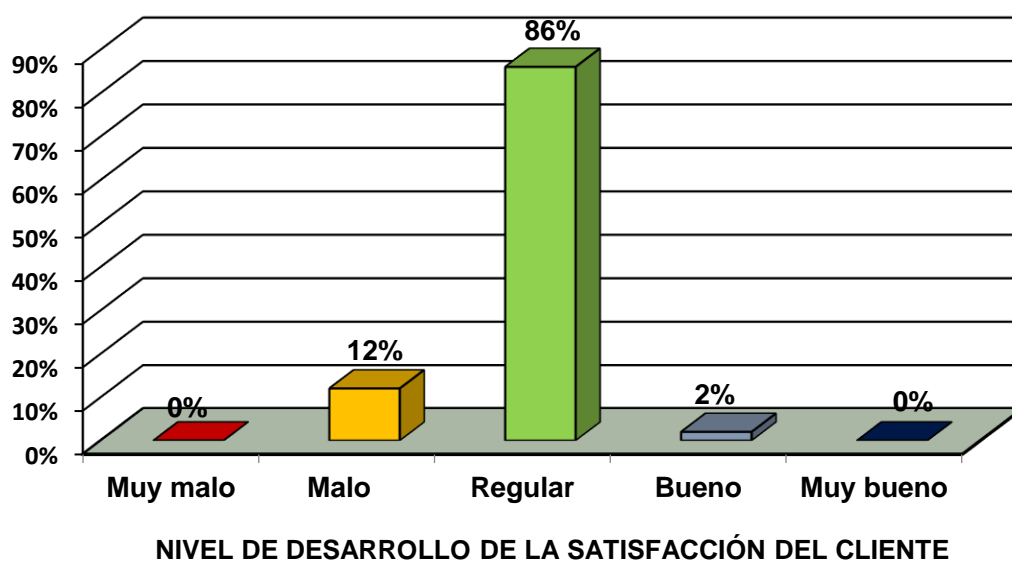
*Nivel de desarrollo de la variable Satisfacción del cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.*

Variable	Niveles	Nro.	%
Satisfacción del cliente	Muy malo	0	0%
	Malo	6	12%
	Regular	43	86%
	Bueno	1	2%
	Muy bueno	0	0%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Datos obtenidos del cuestionario de Satisfacción del cliente.

**Figura 3**

*Distribución porcentual del desarrollo de la Satisfacción del cliente en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.*



**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 3 y figura 3, se aprecia el análisis realizado a los encuestados, en relación al nivel de la variable Satisfacción del cliente, que el 86%, consideran que se ubica en el nivel regular, el 12%, lo ubica en el nivel malo y el 2%, en el nivel bueno, observándose una tendencia mayoritaria a ubicarlo en el nivel regular de 86%.

**Tabla 4**

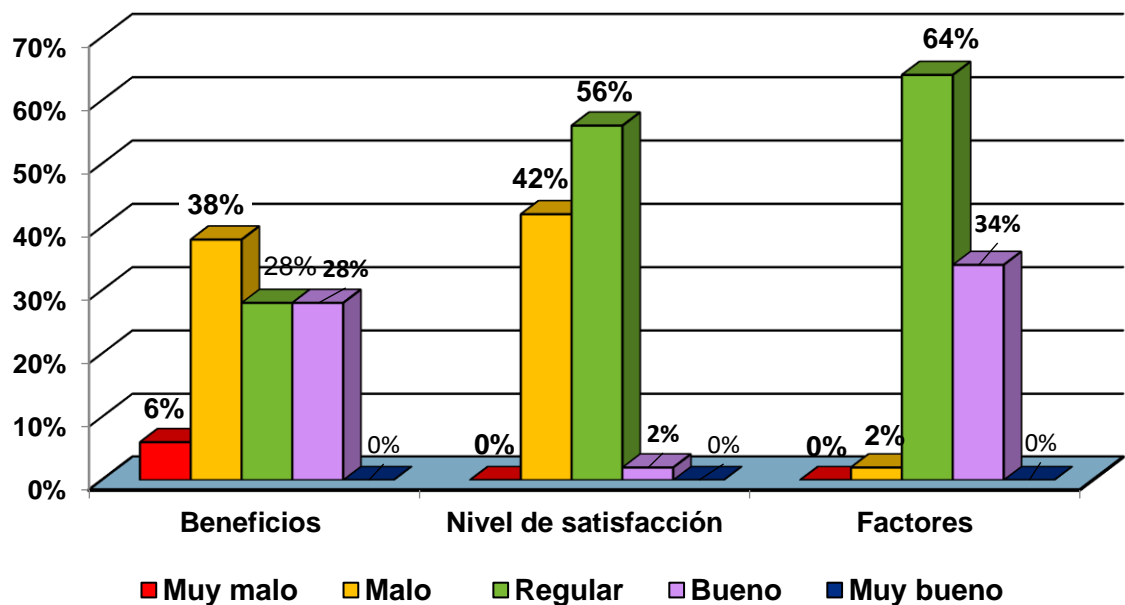
*Nivel de desarrollo de las dimensiones de la Satisfacción del cliente en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.*

Nivel	Dimensiones					
	Beneficios		Nivel de satisfacción		Factores Organización	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Muy malo	3	6%	0	0%	0	0%
Malo	19	38%	21	42%	1	2%
Regular	14	28%	28	56%	32	64%
Bueno	14	28%	1	2%	17	34%
Muy bueno	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Datos obtenidos del cuestionario de Satisfacción del cliente.

**Figura 4**

*Distribución porcentual de las dimensiones de la Satisfacción del cliente en la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020.*



**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 4 y figura 4, visualizamos los niveles de desarrollo de las dimensiones de la satisfacción del cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., El Porvenir, Trujillo 2020, donde se observa:

Observamos que en la dimensión beneficios, el 38% de los encuestados consideran que se encuentra en un nivel malo, el 28% señala que se ubica en los nivel regular y bueno y el 6% lo ubicó en el nivel muy malo.

En el nivel satisfacción, observamos que el 56% lo ubica en el nivel regular, el 42% en el nivel malo y el 2% en el nivel bueno.

Apreciamos además que en la dimensión factores, el 64% de los encuestados consideran que se ubica en el nivel regular, el 34% lo ubica en el nivel bueno y el 2% en el nivel malo.

Estos resultados nos indican que principalmente el nivel de desarrollo prevaeciente es el nivel regular en las dimensiones de la variable satisfacción del cliente, a excepción del nivel beneficio, donde se aprecia una tendencia mayoritaria a ubicarlo en el nivel malo.

### 5.3. Prueba de hipótesis

#### 5.3.1. Prueba de normalidad

- **Objetivo General**

Determinar la influencia de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

- **Hipótesis general**

**Hi:** La gestión administrativa influye de manera directa y significativa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Ho:** La gestión administrativa no influye de manera directa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Coefficiente de correlación:** Rho de Pearson.

**Tabla 5**

*Tabla cruzada de Gestión administrativa y Satisfacción del cliente.*

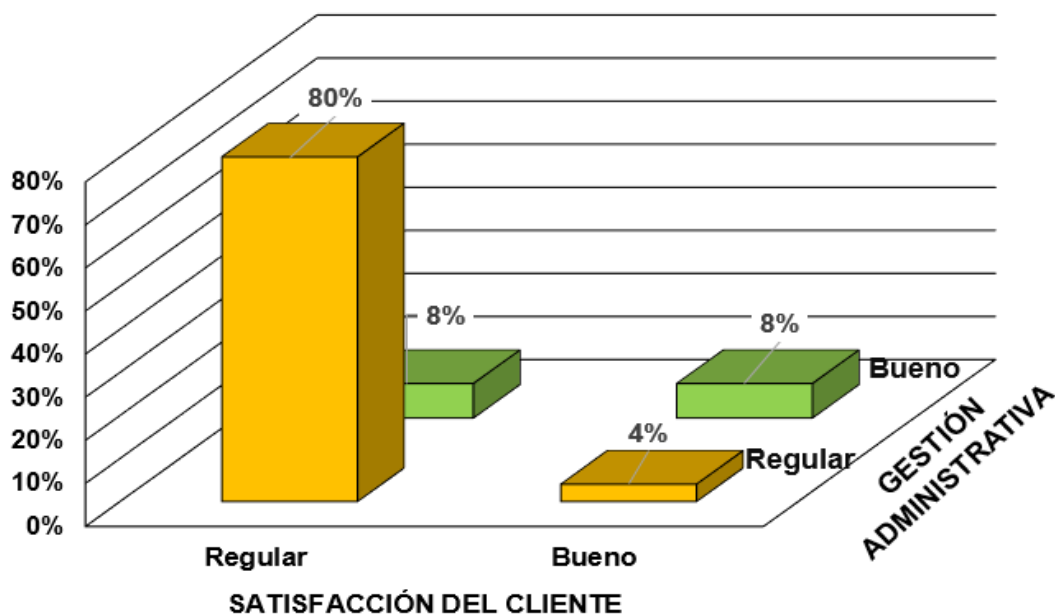
		GESTION			
		ADMINISTRATIVA		Total	
		Regular	Bueno		
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Regular	Recuento	40	4	44
		% del total	80,0%	8,0%	88,0%
	Bueno	Recuento	2	4	6
		% del total	4,0%	8,0%	12,0%
Total	Recuento	42	8	50	
	% del total	84,0%	16,0%	100,0%	

**Nota:** Datos obtenidos del cuestionario de Gestión Administrativa y Satisfacción del cliente.



**Figura 5**

*Relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente.*



Fuente: Elaboración propia.

Se observa que, entre la Gestión administrativa y la Satisfacción del cliente, existe una mayor predominancia en el nivel regular, según la opinión de 50 clientes distribuidores encuestados (80%).

**Tabla 6**

*Resultados de la prueba estadística de Pearson de la influencia de la Gestión administrativa y la Satisfacción del cliente*

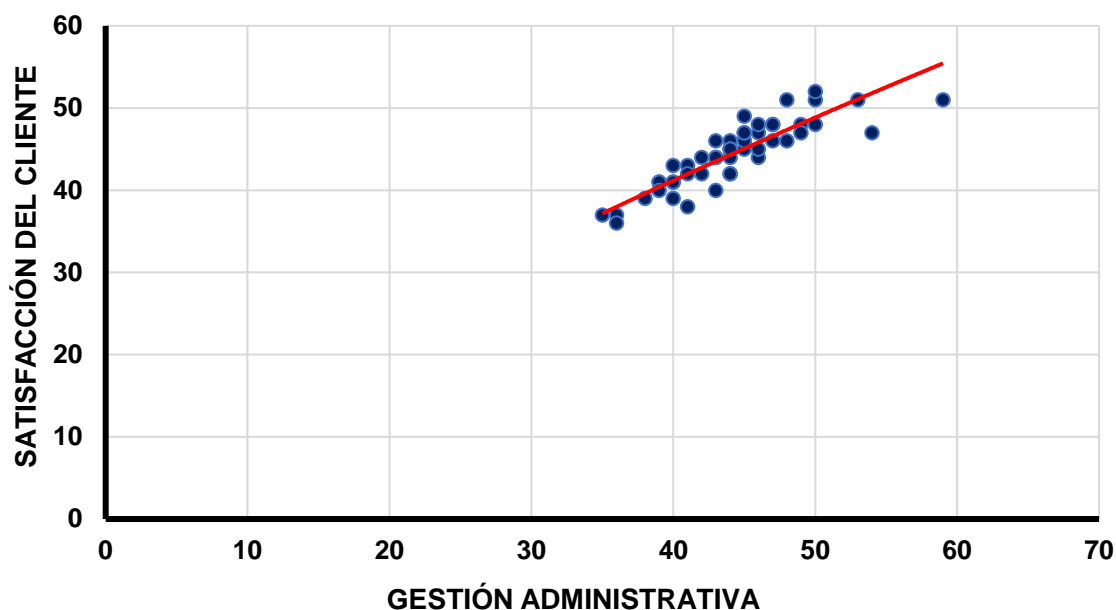
		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Correlación de Pearson	,869**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

Nota: Elaboración propia.

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

**Figura 6**

*Influencia de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Se aprecia en la Tabla 6 que existe una relación directa y fuerte entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente distribuidor en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, con un valor correlacional de Rho de Pearson de 0.869 lo que indica que cuanto mayor sea el desarrollo de la gestión administrativa mayor será la satisfacción del cliente de esta empresa.

Así mismo, teniendo en cuenta que el p-valor es menor a 0.05 se acepta la hipótesis de investigación; es decir existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Como se observa en la Figura 6, se evidencia una relación fuerte y directa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, debido a que los puntos se dirigen a la parte derecha superior.

### 5.3.2. Prueba de las hipótesis específicas

#### ✓ **Objetivo específico 1**

Determinar el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020;

#### ✓ **Hipótesis específica 1**

**Hi:** La dimensión Planeación de la Gestión Administrativa influye de manera directa y significativa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Ho:** La dimensión Planeación de la Gestión Administrativa no influye en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Coefficiente de correlación:** Rho de Pearson.

#### **Tabla 7**

*Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Planeación y la Satisfacción del cliente.*

		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
	Correlación de Pearson	,566**
Planeación	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

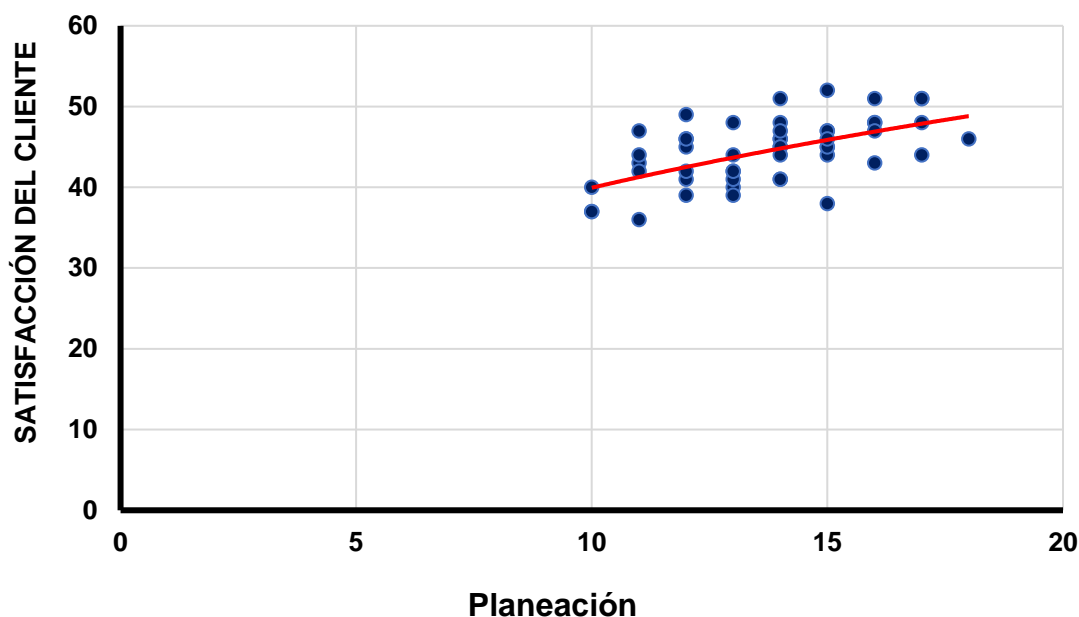
**Nota:** Elaboración propia.

\*\*.

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

**Figura 7**

*Influencia de la dimensión Planeación y la Satisfacción del Cliente*



**Fuente:** Elaboración propia.

Se aprecia en la Tabla 7 que existe una relación directa y fuerte entre la dimensión Planeación de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, con un valor correlacional de Rho de Pearson de 0.566 lo que indica que cuanto mayor sea el desarrollo de la planeación, mayor será la satisfacción del cliente de esta empresa.

Además, teniendo en cuenta que el p-valor es menor a 0.05 se acepta la hipótesis de investigación; es decir existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Como se observa en la Figura 7, se evidencia una relación fuerte y directa entre la dimensión Planeación de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, debido a que los puntos se dirigen a la parte derecha superior.

✓ **Objetivo específico 2**

Determinar el nivel de influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.

✓ **Hipótesis específica 2**

**Hi:** La dimensión Organización de la Gestión Administrativa influye de manera directa y significativa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Ho:** La dimensión Organización de la Gestión Administrativa no influye en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Coefficiente de correlación:** Rho de Pearson.

**Tabla 8**

*Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Organización y la Satisfacción del cliente.*

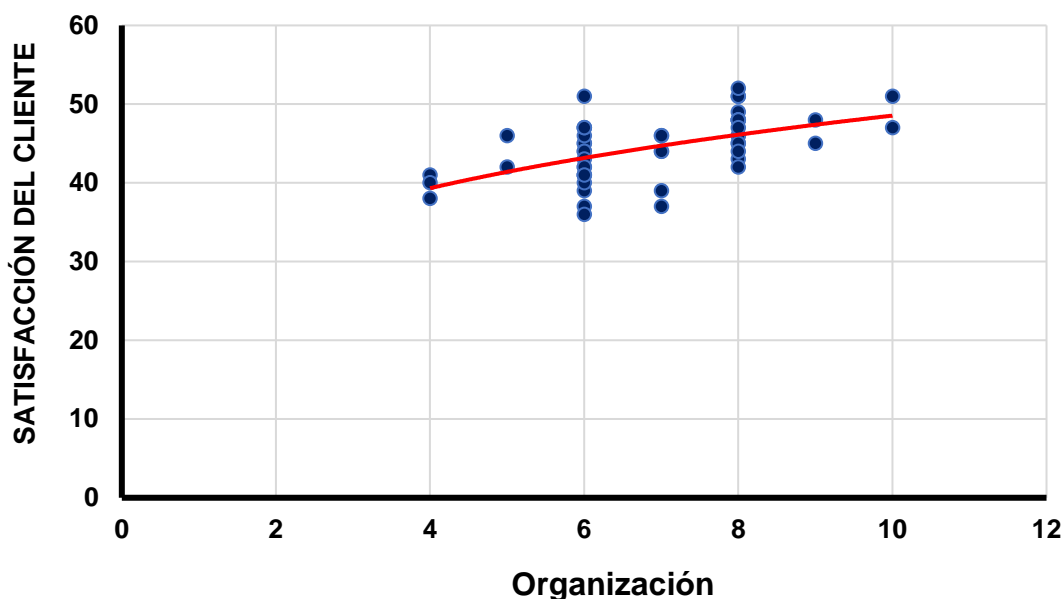
		<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>
	Correlación de Pearson	,554**
<b>Organización</b>	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

**Nota:** Elaboración propia.

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

**Figura 8**

*Influencia de la dimensión Organización y la Satisfacción del Cliente*



Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia en la Tabla 8 que existe una relación directa y positiva entre la dimensión Organización de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, con un valor correlacional de Rho de Pearson de 0.554 lo que indica que cuanto mayor sea el desarrollo de la organización, mayor será la satisfacción del cliente de esta empresa.

Además, teniendo en cuenta que el p-valor es menor a 0.05 se acepta la hipótesis de investigación; es decir existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Como se observa en la Figura 8, se evidencia una relación fuerte y directa entre la dimensión Organización de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, debido a que los puntos se dirigen a la parte derecha superior.

✓ **Objetivo específico 3**

Determinar el nivel de influencia de la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.

✓ **Hipótesis específica 3**

**Hi:** La dimensión Dirección de la Gestión Administrativa influye de manera directa y significativa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Ho:** La dimensión Dirección de la Gestión Administrativa no influye en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Coefficiente de correlación:** Rho de Pearson.

**Tabla 9**

*Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Dirección y la Satisfacción del cliente.*

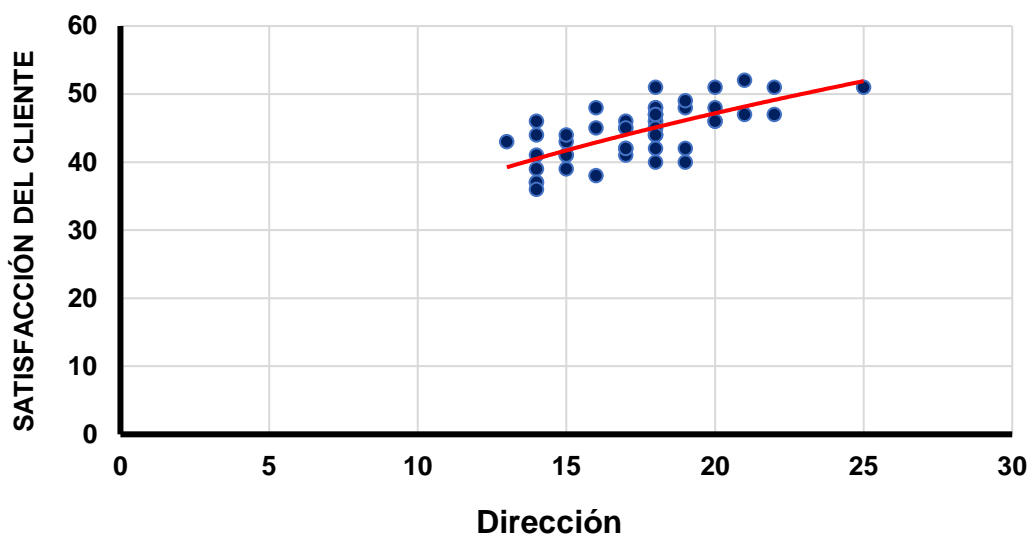
		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
	Correlación de Pearson	,679**
<b>Dirección</b>	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

**Nota:** Elaboración propia.

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

**Figura 9**

*Influencia de la dimensión Dirección y la Satisfacción del Cliente*



**Fuente:** Elaboración propia.

Se aprecia en la Tabla 9 que existe una relación directa y positiva entre la dimensión Organización de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, con un valor correlacional de Rho de Pearson de 0.679 lo que indica que cuanto mayor sea el desarrollo de la organización, mayor será la satisfacción del cliente de esta empresa.

Además, teniendo en cuenta que el p-valor es menor a 0.05 se acepta la hipótesis de investigación; es decir existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Como se observa en la Figura 9, se evidencia una relación fuerte y directa entre la dimensión Organización de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, debido a que los puntos se dirigen a la parte derecha superior.



✓ **Objetivo específico 4**

Determinar el nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.

✓ **Hipótesis específica 4**

**Hi:** La dimensión Control de la Gestión Administrativa influye de manera directa y significativa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Ho:** La dimensión Control de la Gestión Administrativa no influye en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir - Trujillo, 2020.

**Significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Coefficiente de correlación:** Rho de Pearson.

**Tabla 10**

Resultados de la prueba de correlación de Pearson de la influencia de la dimensión Control y la Satisfacción del cliente.

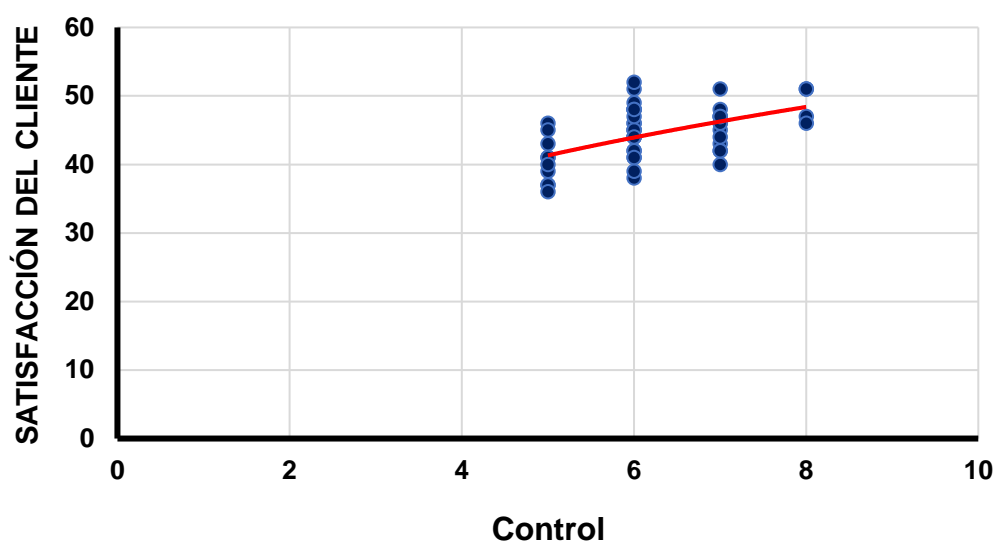
		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
<b>Control</b>	Correlación de Pearson	,501**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

**Nota:** Elaboración propia.

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

**Figura 10**

*Influencia de la dimensión Control y la Satisfacción del Cliente*



**Fuente:** Elaboración propia.

Se aprecia en la Tabla 10 que existe una relación directa y positiva entre la dimensión Control de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, con un valor correlacional de Rho de Pearson de 0.679 lo que indica que cuanto mayor sea el desarrollo de la organización, mayor será la satisfacción del cliente de esta empresa.

Además, teniendo en cuenta que el p-valor es menor a 0.05 se acepta la hipótesis de investigación; es decir existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Como se observa en la Figura 10, se evidencia una relación fuerte y directa entre la dimensión Control de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, debido a que los puntos se dirigen a la parte derecha superior.

#### 5.4. Discusión de resultados

En esta investigación se realizó la comparación de los hallazgos, en relación a los estudios previos, así como la teoría seleccionada, determinándose lo siguientes:

Antes de indagar sobre el nivel de influencia de la Gestión administrativa y la satisfacción del cliente, se determinó el nivel de Gestión administrativa de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020, apreciamos en la tabla 5, que de los 50 clientes encuestados que representan el 100%, el 78% de los encuestados (39 clientes) ubican el nivel de Gestión administrativa, en regular, el 6% (3 encuestados), señalan que se encuentra en el nivel malo y un 16% (8 encuestados), considera que se encuentra en el nivel bueno. Resultados que nos indican la prevalencia (78%) en el nivel regular, en la percepción de los clientes.

Resultados que similares encontró el investigador Torres (2019, p. 34), en su tesis: Gestión Administrativa y Satisfacción Laboral en la empresa de calzado GRUPO MARMANI S.A.C. del distrito El Porvenir, Trujillo 2019, donde en la Tabla 1, halló que el 86.7% de los colaboradores perciben un nivel regular con respecto a la gestión administrativa, el 11.1% tienen un nivel deficiente, y el 2.2% tienen un nivel bueno. Determinándose que la gestión administrativa en la empresa de calzado desde la perspectiva de los colaboradores es de nivel regular deficiente (97.8%). Estos datos evidencian la necesidad de mejorar los procesos relacionados a la Gestión Administrativa de la empresa de calzado “Valles” SAC., hallazgos que debemos tener presente para mejorar la percepción de los clientes.

Así mismo se realizó el diagnóstico del nivel de Satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020, en la tabla 6, donde se visualiza que de las 50 clientes encuestados, que representan el 86% de los encuestados, que representan a 43 clientes, lo ubican en el nivel regular, y el 12% de los encuestados (6 clientes), señalan que se encuentra en el nivel bajo, observándose una

predominancia del nivel regular (86%) de la Satisfacción del cliente de esta empresa.

Respecto a los resultados inferenciales, respecto al objetivo general, se determinó que existe influencia de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa Calzado “VALLES” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, teniendo en cuenta que el valor del coeficiente de Pearson es  $r = 0,869$ ; presentándose una correlación alta positiva. Así mismo el valor de significancia calculado (0,000) fue inferior al formulado (0,05), apreciándose correlación significativa.

Los resultados encontrados de la influencia de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente, encuentran similitud con el trabajo de investigación desarrollado por

Ramírez (2017), quien en su estudio: 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, concluye que existe influencia significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la financiera CrediScotia Ferreñafe 2017., donde el valor del coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.833; demuestra una asociación alta positiva entre las variables.

Así mismo, encontramos que encuentra algunas diferencias, sobre el nivel de relación o influencia de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente, con los hallazgos de Chumpitaz (2020), quien en su trabajo de investigación: Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020, concluyendo que entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020 se presenta una baja correlación entre las variables.

Así mismo en la tabla 10, en relación al objetivo específico 1: Determinar el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020; observamos que

existe una asociación moderada positiva, teniendo en cuenta que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es  $r = ,566$ , demostrando la una influencia moderada y significativa entre la dimensión Planeación y la Satisfacción del Cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020.

El objetivo específico 2: Determinar el influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020; se presenta en la tabla 8, donde observamos los resultados de la prueba de correlación de Pearson (0,554) evidencian una influencia moderada positiva, además, el valor de significancia calculado (0,000) fue inferior al formulado (0,05), describiendo significatividad en la relación entre estas variables.

El objetivo específico 3: Determinar el nivel de relación entre la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020, en la tabla N° 9, se visualizan que El valor del coeficiente de correlación (0,679), describiendo que existe influencia moderada positiva, entre la dimensión Dirección y la Satisfacción del Cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, además el valor de significancia calculado (0,00) fue inferior al formulado (0,05), describiendo relación significativa.

Sobre el objetivo específico 4: Determinar el nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020, en la tabla N° 13, se observan que el valor del coeficiente de correlación (0,501) nos describe que existe correlación moderada positiva, entre la dimensión Dirección y la Satisfacción del Cliente en la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, 2020, así mismo, el valor de significancia calculado (0,00) fue inferior al formulado (0,05), apreciándose una correlación significativa.

De lo expuesto se evidencia que existe influencia directa y significativa entre la Gestión Administrativa, sus dimensiones y la Satisfacción del Cliente, coincidiendo con Castañeda (2016) quien en su tesis titulada: 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, 2016, concluye que el Control Administrativo influye y beneficia directamente en la Confiabilidad que muestran los estudiantes para con el servicio recibido por parte de la universidad, ya que muestra un resultado del 2,84 con 71% de muy satisfecho, esto nos muestra que si se ejerce un Control eficiente en los servicios, nuestros usuarios sentirán confiabilidad con nuestra atención.

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## CONCLUSIONES

1. Se determinó que la Gestión Administrativa influye en forma significativa en la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020, observándose que el valor del coeficiente de Pearson es  $r = 0,869$ ; presentándose una correlación alta positiva y el valor de significancia calculado (0,000) fue inferior al formulado (0,05), apreciándose correlación significativa. Esto nos indica que, si implementamos adecuadamente los procesos de la gestión administrativa, entonces se incrementará el nivel de Satisfacción del cliente de esta empresa.
2. Analizando el nivel de la Gestión administrativa de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, se logró identificar que mayoritariamente el 78% de los encuestados (39 clientes) lo ubican el nivel regular, el 6% (3 encuestados), señalan que es malo y un 16% (8 encuestados), considera que es bueno, esto significa que se debe mejorar el desarrollo del proceso de la gestión administrativa, para que responda en forma efectiva a las necesidades y características del mercado, teniendo en cuenta la segmentación y el target al cual se dirige esta empresa.
3. Del diagnóstico del nivel de Satisfacción del cliente distribuidor de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020, se obtuvo que mayoritariamente el 86% de los encuestados, que representan a 43 clientes, lo ubican en el nivel regular, y el 12% (6 clientes), lo ubican en el nivel bajo, observándose una predominancia del nivel regular (86%), resultados que nos indican la necesidad de mejorar los niveles de Satisfacción del cliente, por la importancia que tiene el cliente para la empresa, por ser los responsables de los ingresos y desarrollo empresarial.
4. Se logró determinar que el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente es moderada, positiva y significativa, teniendo en cuenta que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es  $r = ,566$ , deduciéndose que es necesario la mejora del nivel



de planeación de la empresa, para establecer estrategias que coadyuven a mejorar la satisfacción de los clientes.

5. Se determinó que el nivel de influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente; es moderada y significativa, de acuerdo a lo observado en la prueba de correlación de Pearson (0,554), además, el valor de significancia calculado (0,000) fue inferior al formulado (0,05), describiendo significatividad en la relación entre estas variables, aspecto que evidencia la importancia de la organización de una empresa, para optimizar sus niveles de satisfacción de los clientes.
6. El nivel de influencia de la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo, es moderada significativa, según el valor del coeficiente de correlación (0,679), además el valor de significancia calculado (0,00) fue inferior al formulado (0,05), describiendo relación significativa, evidenciando la importancia que tiene la motivación y dirección adecuada en la empresa por el impacto que tiene en los clientes internos y externos.
7. El nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa en la Satisfacción del Cliente de la Empresa de calzado “Valles” SAC., es moderada significativa, donde se observa que el valor del coeficiente de correlación (0,501) y el valor de significancia calculado (0,00) fue inferior al formulado (0,05), apreciándose una correlación significativa, resaltando el rol que juega el control, para verificar el cumplimiento de lo planeado y ejecutado y realizar una adecuada retroalimentación que incida en la mejora de la satisfacción de los clientes.

## RECOMENDACIONES

1. Mantener como política y estrategia general la constante mejora e innovación en la Gestión Administrativa como herramienta fundamental para lograr el incremento de los niveles de Satisfacción del cliente distribuidor.
2. Realizar una planificación estratégica y participativa, para lograr una mejor previsión de la oferta e interacción con los clientes, así como la atención oportuna.
3. Recomienda que la empresa, se esfuerce por mejorar la organización y utilizar estrategias que les permita dinamizar sus procesos y opciones de comercialización a favor de los clientes distribuidores.
4. Mantenga una política adecuada de dirección y motivación del personal, lo cual inciden en la mejora de la percepción del público consumidor.
5. Monitorear la eficacia de los procesos, para realizar una retroalimentación que favorezca una mejor atención y satisfacción de los clientes distribuidores.

## REFERENCIAS

- Alegre, L., & Delgado, B. (2019). *Influencia de la planeación en la satisfacción de los estudiantes de una institución pública de capacitación al sector construcción, San Borja - Lima 2019*. (Tesis de Bachiller na Admiistración). Lima: Universidad Privada del Norte.
- Arenal, C. (2018). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales. MF1001*. La Rioja: Tutor Formación. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=Zsl8DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+Motivaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFpJD O xvTsAhW2H7kGHc67DREQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=DEFINI CION%20Motivaci%C3%B3n&f=false>
- Asociación Española para la Calidad. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. España: editado por Asociación Española para la Calidad.
- Ayensa, Á. (2015). *Operaciones Administrativas de Recursos Humanos*. Madrid: Paraninfo, S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=uH0nCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+administrativa+libros&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjqrJiwue TsAhVOH7kGHdI5DXQQ6AEwB3oECAkQAg#v=onepage&q=gesti%C3%B 3n%20administrativa&f=false>
- Bob, H. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Barcelona: Gestión 2000. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=dicScdBb6lcC&printsec=frontcover&dq=SATISFACCION+DEL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwib8O6Z5fHsAhXpG7kGHSsDB4EQ6AEwA3oEC AkQAg#v=onepage&q&f=false>
- Caballero, L., Cruz, N., & Arias, E. (2020). Procedimiento para medición y mejora de la satisfacción del cliente industrial en empresas de manufactura. Caso de una industria de calzado. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 64-67. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/2362/2713>

- Castañeda, J. (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*. (Tesis de Licenciatura en Administración Pública). Pimentel, Lambayeque: Universidad Pedro Ruiz Gallo.
- Chiavenato, I. (2002). *Adiestramiento en la Gestión*. México: Oscar Mosalve.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGRAW-HILL/ÍTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V.
- Chiavenato, I. (2006). Políticas. En I. Chiavenato, *Políticas* (pág. 144). México: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.
- Chiavenato, I. (2007). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGRAW-HILL, 7 Edición.
- Chiavenato, I. (2007). *La comunicación es el intercambio de información entre personas*. México: McGRAW-HILL/INTERNAMERICANA.
- Chumpitaz, N. (2020). *Gestión administrativa y satisfacción del cliente socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, 2020*. (Tesis de Maestría en Administración de Negocios). Lima: Universidad César Vallejo.
- Costa Aponte, F. (04 de 02 de 2020). *Producción Nacional*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03\\_produccion-nacional-ene2019.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_produccion-nacional-ene2019.pdf)
- Daft, & Marcir. (2006). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.
- Delgado, S., Ena, T., & Ena, B. (2008). *Gestión administrativa de personal*. Madrid: Clima Press, S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=elzca6xvzk4C&pg=PA2&dq=DEFINI>

CION+gestion+administrativa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjo5NfUyvTsAhXyGLkGHTHICHAQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q&f=false

Díez, S. (2006). *Técnicas de Comunicación*. España: Ideaspropias editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=IW6-sADnRZMC&pg=PA7&dq=DEFINICION+5.10.%09Comunicaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwji07ePyPTsAhUoJ7kGHYO-DpwQ6AEwBXoECAEQAg#v=onepage&q&f=false>

Dionicio, S., & Yudith, C. (2018). *Implementación de la técnica AIDA y su incremento en las ventas de la empresa Calzados Neyros E.I.R.L. en el mercado Huamantanga (Tesis de licenciatura, Universidad del Norte)*. Repositorio Institucional del Norte.

Dutka, A., & Silvia, A. (1998). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Barcelona: Granica S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&dq=SATISFACCION+DEL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwib8O6Z5fHsAhXpG7kGHSsDB4EQ6AEwAXoEC AcQAg#v=onepage&q=SATISFACCION%20DEL%20CLIENTE&f=false>

Gaitan, U., & Keyla, L. (2017). *Gestión de la micro y pequeña empresa comercializadora de calzado JANILOP bajo el enfoque de benchmarking, Trujillo 2017 y propuesta de mejora*. Repositorio Institucion Católica los Ángeles Chimbote.

García, E. (2020). *Empresa y administración*. Madrid: Paraninfo, SA. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=8cznDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+administrativa+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjw1Peu0PTsAhVjFLkGHZ\\_2B3sQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=gestion%20administrativa%202020&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=8cznDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+administrativa+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjw1Peu0PTsAhVjFLkGHZ_2B3sQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=gestion%20administrativa%202020&f=false)

García, M. (2013). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación*. Madrid: Alianza Universidad.

Gil, J. (2016). *Fundamentos de Atención al Cliente*. España: Elearninj S.L. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=SATISFACCION+DEL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwib8O6Z5fHsAhXpG7kGHSsDB4EQ6AEwBXoECAlQAg#v=onepage&q&f=false>

Gitman, & McDaniel. (2008). *La departamentización en la organización*.

Hayes, B. E. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Barcelona: Gestión 2000. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=dicScdBb6lcC&pg=PA11&dq=autores+de+satisfaccion+del+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjS8OzX6-fsAhV0GLkGHYmUDyIQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=autores%20de%20satisfaccion%20del%20cliente&f=false>

Hernández, & Rodríguez. (2002). Primeras ulteriores intenciones de la organización que deben ajustarse conforme se investiga el entorno y las capacidades económicas de esta y sus patrocinadores. En Hernández, & Rodríguez, *Primeras ulteriores intenciones de la organización que deben ajustarse conforme se investiga el entorno y las capacidades económicas de esta y sus patrocinadores* (pág. 209). México.

Hernandez, & Rodríguez. (2006). Toma de decisiones. *Participación ciudadana*.

Informática, I. N. (2020). *Producción Nacional*. Lima: El Perú primero.

Kaplan, & Norton. (2005). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.

Koontz. (2009). *Administración*. México: McGRAW-HILL. 12°. Edición.

Koontz. (2009). Administración. En Koontz, *Administración* (pág. 192). México: McGRAW-HILL. 12°. Edición.

Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson. Obtenido de Dirección de Marketing

Lezcano, C., & Arturo, A. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Calzature Gianella (Tesis de licenciatura, Universidad del*

Norte). Repositorio institucional del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23299>

Luna, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=KBchDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+Demanda&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj\\_xt3TtvTsAhX6EbkGHfR8BoE4ChDoATAAegQIAxAC#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=KBchDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+Demanda&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj_xt3TtvTsAhX6EbkGHfR8BoE4ChDoATAAegQIAxAC#v=onepage&q&f=false)

Martínes, M. (2006). *La Gestión empresarial. Equilibrando objetivos y valores*. Edición 1.

Martos. (2006). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.

Mosley, Megginson, & Pietri. (2005). *Supervisión*. México: Thomson.

Much, & García. (2004). Recopilación ordenada y clasificación de todos los factores y actividades necesarias para llevar a cabo un trabajo. En Much, & García, *Recopilación ordenada y clasificación de todos los factores y actividades necesarias para llevar a cabo un trabajo* (pág. 122).

Munch, & García. (2004). [http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio\\_sin\\_paredes/fac\\_econo/2020/c1/adm\\_perspglo/cap/08.pdf](http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio_sin_paredes/fac_econo/2020/c1/adm_perspglo/cap/08.pdf). Obtenido de [http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio\\_sin\\_paredes/fac\\_econo/2020/c1/adm\\_perspglo/cap/08.pdf](http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio_sin_paredes/fac_econo/2020/c1/adm_perspglo/cap/08.pdf).

Nieto, J. (30 de 10 de 2020). *Gestores administrativos de Málaga: entre el ciudadano y la Administración*. Obtenido de La Opinión: <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2020/10/30/gestores-administrativos-malaga-ciudadano/1201339.html>

Producción, M. d. (2019). "Vamos a trabajar para que la industria del calzado peruano sea reconocida en el mundo". Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/51286-ministra-barrios->

vamos-a-trabajar-para-que-la-industria-del-calzado-peruano-sea-reconocida-en-el-mundo

Quispe Mosquera De Polo, H. E. (2017). "RELACIÓN DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LAS EMPRESAS DE CALZADO, CAJAMARCA 2017". (Tesis de licenciatura). Universidad Privada del Norte, Cajamarca.

Ramírez. (2004). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.

Ramírez, J. (2017). *Gestión Administrativa y su Influencia con el Nivel de Satisfacción del Cliente Externo del Área de Operaciones de la Caja Financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017*. (Tesis de Licenciatura en Administración). Ferreñafe, Lambayeque: Universidad César Vallejo.

Restrepo, G. (2008). *Gestión Administrativa*. México: Grupo editor.

Reyes. (2007). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.

Robbins, E, & Coulter, M. (2005). *Administración* (8 ed.). México: Pearson Prentice Hall.

Robbins, E, & Coulter, M. (2005). Dirección Administrativa. En E. Robbins, & M. Coulter, *Dirección Administrativa*.

Robbins, E, & Coulter, M. (2005). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.

Robbins, E, & Coulter, M. (2005). <https://issuu.com/univeritybooks/docs/administracin-stephenrobbinsmaryco>. Obtenido de <https://issuu.com/univeritybooks/docs/administracin-stephenrobbinsmaryco>.

Robbins, E, & Coulter, M. (2005). *Medición*. México.



- Robbins, E, & Coulter, M. (2005). *Proceso de crear la estructura de una organización*. México: Person Education.
- Robbins, E., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Prentice Hall, 8° Edición.
- Rodriguez. (2006). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.
- Rodríguez. (2006). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092446/cap02.pdf>.
- Rojas, A. (2008). *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Santa Cruz, M., Collantes, Á., & Nauca, E. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Epistemia*, 4(2), 1-10. doi:<https://doi.org/10.26495/re.v4i2.1322>
- Torres, J. (2019). *Gestión Administrativa y Satisfacción Laboral en la empresa de calzado GRUPO MARMANI S.A.C. del distrito El Porvenir, Trujillo 2019*. (Tesis de Maestría en Administración de Negocios). Trujillo: Universidad César Vallejo.
- Tracy, B. (2015). *Liderazgo*. Río de Janeiro: Graciela Lelli. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=3h2MBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+Liderazgo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiszuvHxPTsAhV8HbkGHXRSDEsQ6AEwBnoECAYQAg#v=onepage&q&f=false>
- Valda, J. C. (04 de 02 de 2020). *Grandes Pymes*. Obtenido de Servicio al cliente. pongase en los zapatos del cliente: [http://m.inei.gob.pe/media/principales\\_indicadores/informe-de-produccion.pdf](http://m.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/informe-de-produccion.pdf)
- Vargas, M. (2018). *Gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de calzado (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote*. Repositorio Institucional Católica los Ángeles de Chimbote.

- Vavra, T. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. España: Fundación Confemetal. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=HGy1eJxZVJkC&printsec=frontcover&dq=SATISFACCION+DEL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwib8O6Z5fHsAhXpG7kGHSsDB4EQ6AEwAnoECAgQAq#v=onepage&q=SATISFACCION%20DEL%20CLIENTE&f=false>
- Vigo, O. (2018). *Definición científica de competencia: Visión multidisciplinar*. Lambayeque: Primera edición. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=agdEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+competencia&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjOhOWUw\\_TsAhWJF7kGHUxyBykQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=agdEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+competencia&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjOhOWUw_TsAhWJF7kGHUxyBykQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q&f=false)
- Zamarreño, G. (2019). *Marketing Estratégico*. España: Elearning S.L. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=r3XIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+Diferenciaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjrg5bNt\\_TsAhU\\_IbkGHTnIAE8Q6AEwA3oECAcQAq#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=r3XIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+Diferenciaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjrg5bNt_TsAhU_IbkGHTnIAE8Q6AEwA3oECAcQAq#v=onepage&q&f=false)

# ANEXOS

ANEXO N° 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Enunciado del Problema	Hipótesis	Objetivo General/ Específico	Diseño de Investigación
<p>¿De qué manera influye la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020?</p>	<p>La gestión administrativa influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020, es directa y significativa.</p>	<p>Determinar la influencia de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de Calzados “VALLES” SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el nivel de Gestión administrativa de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020</li> <li>• Diagnosticar el nivel de Satisfacción del cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.</li> <li>• Determinar el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.</li> <li>• Determinar la influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.</li> <li>• Determinar el nivel de relación entre la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.</li> <li>• Determinar el nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado “Valles” SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020</li> </ul>	<p style="text-align: center;"> <b>X</b>      <b>—————&gt;</b>      <b>Y</b> </p> <p style="text-align: center;">Donde:</p> <p style="text-align: center;">X: Gestión administrativa.</p> <p style="text-align: center;">Y: Satisfacción del cliente.</p>

ANEXO N° 02 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – I  
ENCUESTA PARA MEDIR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

**CUESTIONARIO**

INSTRUCCIÓN: El presente cuestionario mide la Gestión administrativa de la empresa de calzados “VALLES” SAC del distrito El Porvenir – Trujillo, 2020, para recolectar información con fines de investigación. Se recomienda marcar con un aspa (X) la respuesta correcta que considere conveniente.

DIMENSIONES / ÍTEMS	5	4	3	2	1
<b>PLANEACIÓN</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
1. ¿Cree usted que la atención adecuada al cliente se debe a una buena capacitación?					
2. ¿Los objetivos que se formulan están vinculados a una gestión orientada al cliente?					
3. ¿Existen políticas de atención al cliente?					
4. De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?					
<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
5. ¿Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para una gestión orientada al cliente?					
6. ¿Los trabajadores de la empresa, demuestran responsabilidad, en su desempeño de atención al cliente?					
<b>DIRECCIÓN</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
7. ¿Se evidencia un estilo de liderazgo, participativo orientado al cliente?					
8. ¿La empresa se preocupa por las necesidades de sus colaboradores y clientes?					
9. ¿Existe buen nivel de comunicación entre los trabajadores, para desarrollar sus funciones en beneficio del cliente?					
10. ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo, para desarrollar sus funciones en beneficio del cliente?					
11. ¿La empresa otorga reconocimiento a sus trabajadores, por su buen desempeño en la atención al cliente?					
12. ¿Se aprecia un clima laboral favorable que repercute en el buen desempeño para cumplir con las expectativas del cliente?					
<b>CONTROL</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
13. ¿Existe un libro de quejas y reclamos que permite la mejora continua del producto que se ofrece al cliente?					
14. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades del cliente?					

ANEXO N° 03 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – II  
ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

**CUESTIONARIO**

INSTRUCCIÓN: El presente cuestionario mide la Satisfacción del Cliente que están orientadas a recabar información relacionada al proyecto de tesis. Se recomienda marcar con un aspa (X) la respuesta correcta que considere conveniente.

CUESTIONARIO		5	4	3	2	1
<b>BENEFICIOS</b>		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1)	¿Tiene preferencias por los calzados para damas de “VALLES” SAC?					
2)	¿Volvería a comprar nuevamente nuestros productos?					
3)	¿Recomendaría usted adquirir nuestros productos?					
<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>		Totalmente satisfecho	Satisfecho	Indiferente	Poco satisfecho	Nada satisfecho
4)	¿El calzado para damas de “VALLES” SAC, cumple con sus expectativas?					
5)	¿La experiencia de compra en “VALLES” SAC fue agradable?					
6)	¿Con relación a la atención recibida de nuestro personal usted se siente?					
7)	¿Con relación a la calidad del producto, usted se siente?					
8)	¿Respecto a los modelos y diseños de calzados para damas con relación a la competencia. Usted se siente:					
<b>FACTORES</b>		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
9)	¿La atención que le brinda el personal es buena?					
10)	¿La comunicación que le brinda el personal contribuye a una adecuada decisión de compra?					
11)	¿De tener algún reclamo la empresa tiene capacidad de respuesta para solucionarlo?					
12)	¿La empresa se preocupa por la satisfacción de los clientes?					
13)	¿La empresa se preocupa por cumplir con sus expectativas?					
14)	¿Cuál es su percepción respecto a los modelos y precio de calzados que brinda la empresa “VALLES” SAC?					

ANEXO N° 04 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – III  
ENTREVISTA APLICADA AL ADMINISTRADOR

**Guía de entrevista**

INSTRUCCIÓN: El presente guía de entrevista mide la Gestión Administrativa que están orientadas a recabar información relacionada al proyecto de tesis. Se recomienda responder las respuestas.

Gestión Administrativa

1. ¿La empresa tiene programas de capacitación orientada a un mejor servicio al cliente?
2. ¿Los objetivos que se formulan está de acuerdo a las capacidades de la empresa y el mercado?
3. ¿Existen políticas de atención al cliente?
4. De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?
5. ¿Su trabajo es coordinado con las otras áreas de la empresa?
6. ¿Conoce Ud., sus funciones y responsabilidades para el buen desempeño de su trabajo?
7. ¿El estilo de liderazgo, que predomina es participativo?
8. ¿El líder se preocupa por las necesidades de sus colaboradores?
9. ¿Existe una comunicación interna adecuada que facilita el buen desempeño de sus funciones?
10. ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo?
11. ¿La empresa le otorga reconocimiento por su buen desempeño?
12. ¿El ambiente de trabajo le motiva a un buen desempeño?
13. ¿Las metas establecidas por áreas son accesibles?
14. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades del cliente?

ANEXO N° 05 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – IV  
DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

*Analizar la Gestión Administrativa de Calzados “VALLES” SAC.*

Objetivo	Preguntas de investigación	Comentario	Cita de apoyo
Analizar la Gestión Administrativa de Calzados “VALLES” SAC.	¿La empresa tiene programas de capacitación orientada a un mejor servicio al cliente distribuidor?	La empresa está pensando en implementar programas de capacitación.	<i>“No se cuenta con programas de capacitación, pero se está pensando a implementar a un corto plazo”.</i>
	¿Los objetivos que se formulan está de acuerdo a las capacidades de la empresa y el mercado?	El cliente es su principal objetivo para la empresa.	<i>“Para la empresa “Valles” su principal objetivo es satisfacer al cliente brindando producto de calidad y ha precio justo”.</i>
	¿Existen políticas de atención de al cliente?	Existe un orden, pero no hay políticas.	<i>“Se lleva un orden dentro de la empresa, pero no hay políticas”.</i>
	De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?	Se absuelven con facilidad los reclamos y quejas.	<i>“Se resuelven los reclamos y quejas de manera oportuna con los clientes”.</i>
	¿Su trabajo es coordinado con las otras áreas de la empresa?	La empresa delega responsabilidades en cada área para la coordinación de sus funciones.	<i>“En la empresa si existe una coordinación entre las diferentes áreas se delegan responsabilidades.”</i>
	¿El estilo de liderazgo, que predomina es participativo?	Calzados “Valles” si existe un liderazgo participativo.	<i>“Puedo decir que la empresa cuenta con un liderazgo participativo y comunicativo entre su equipo de trabajo brindando oportunidad de desarrollo de las ideas de los colaboradores”.</i>
	¿El líder se preocupa por las necesidades de sus colaboradores?	El líder si se preocupa por sus colaboradores.	<i>“En la empresa el líder si se preocupa por las necesidades de sus colaboradores brindándoles oportunidad de desarrollo dentro de la empresa”.</i>
	¿Existe una comunicación interna adecuada que facilita	La comunicación es directa y asertiva por la empresa y sus colaboradores.	<i>“En nuestra empresa la comunicación es directa y asertiva con los colaboradores,</i>



	el buen desempeño de sus funciones?		<i>esto facilita el cumplimiento de sus funciones”.</i>
	¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo?	Una buena comunicación siempre favorece al trabajo en equipo.	<i>“Por supuesto, el trabajo de equipo con una buena comunicación favorece al buen desempeño de los trabajadores”.</i>
	¿La empresa le otorga reconocimiento por su buen desempeño?	La empresa se brinda reconocimiento y motiva a sus trabajadores.	<i>“Es de gran importancia reconocer el buen desempeño de los trabajadores, esto le motiva a seguir mejorando día en sus funciones.”</i>
	¿El ambiente de trabajo le motiva a un buen desempeño?	El ambiente de trabajo es el adecuado para el buen desempeño de su trabajo.	<i>“Los trabajadores cuentan con un buen ambiente de trabajo para realizar sus funciones de manera adecuada y oportuna.”</i>
	¿Las metas establecidas por áreas son accesibles?	Las metas son accesibles y cumplidas por cada área.	<i>“Las metas se cumplen por cada área ya que cuentan con el personal adecuado para el cumplimiento de la producción del calzado.”</i>
	¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades del cliente?	La empresa tiene el compromiso de satisfacer las necesidades de sus clientes.	<i>“La empresa cumple en satisfacer con las necesidades del cliente brindando calzados de calidad, garantía y precio.”</i>

Entrevista efectuada al Administrador de la empresa.

ANEXO N° 06 MATRIZ DE BASE DE DATOS

**PRUEBA DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO:**

**CUESTIONARIO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**“α” de Cronbach**

**Prueba piloto**

Para conocer la fiabilidad del instrumento: Cuestionario de gestión administrativa, se aplicó una prueba piloto a 25 clientes de otras tiendas relacionadas al negocio de calzado, de la ciudad de Trujillo, de acuerdo al detalle siguiente:

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	25	100,0

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

**Cálculo del coeficiente de Alfa de Cronbach**

**Formula**

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

**Dónde:**

K: Número de ítems

$S_i^2$ : Varianza de cada ítem

$S_t^2$ : Varianza del total de ítems

$\sum$ : Sumatoria

k	$\sum(S_i^2)$	$S_t^2$
14	2.98	12.94

$$\alpha = \frac{14}{14-1} \times \left(1 - \frac{2.98}{12.94}\right) = 0,8292 > 0,75 \Rightarrow \text{Confiable}$$

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,829	14

#### Conclusión

De acuerdo al cálculo realizado, se obtuvo para el instrumento, en total un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de  $\alpha = 0,829$  ( $\alpha > 0,75$ ), lo cual indica que el instrumento: CUESTIONARIO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, es confiable.

**PRUEBA DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO:  
CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
“α” de Cronbach**

**Prueba piloto**

Para conocer la fiabilidad del instrumento: Cuestionario de satisfacción del cliente, se aplicó una prueba piloto a 25 clientes de otras tiendas relacionadas al negocio de calzado, de la ciudad de Trujillo, de acuerdo al detalle siguiente:

**Resumen de procesamiento de casos**

		<b>N</b>	<b>%</b>
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	25	100,0

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

**Cálculo del coeficiente de Alfa de Cronbach**

**Formula**

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

**Dónde:**

K: Número de ítems

$S_i^2$ : Varianza de cada ítem

$S_t^2$ : Varianza del total de ítems

$\Sigma$ : Sumatoria

<b>k</b>	<b><math>\Sigma(S_i^2)</math></b>	<b><math>S_t^2</math></b>
14	2.22	11.28

$$\alpha = \frac{14}{14-1} \times \left(1 - \frac{2.22}{11.28}\right) = 0,8761 > 0,75 \Rightarrow \text{Confiable}$$

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	14

**Conclusión**

De acuerdo al cálculo realizado, se obtuvo para el instrumento, en total un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de  $\alpha = 0,825$  ( $\alpha > 0,75$ ), lo cual indica que el instrumento: CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, es confiable.

ANEXO N° 07 MATRIZ DE BASE DE DATOS  
GESTIÓN ADMINISTRATIVA

N°	Planeación				Organización		Dirección						Control		GESTIÓN ADMINISTRATIVA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	44
2	5	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44
3	4	4	3	3	5	4	4	2	4	2	2	4	4	2	47
4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	44
5	2	5	4	3	3	5	2	4	3	4	4	3	2	4	48
6	5	3	5	3	4	4	3	2	4	2	4	4	3	3	49
7	3	4	3	4	5	3	2	3	3	3	4	3	2	3	45
8	2	2	4	3	3	5	3	2	3	2	2	3	3	4	41
9	3	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	46
10	2	4	5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	43
11	5	3	3	4	5	2	2	4	2	4	4	2	2	4	46
12	3	3	3	3	3	5	2	4	3	4	4	2	2	4	45
13	4	5	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	41
14	4	3	5	5	5	3	4	3	3	3	3	2	4	3	50
15	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	39
16	2	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	2	4	3	45
17	5	3	6	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	53
18	2	5	5	3	5	3	2	4	3	4	4	4	2	4	50
19	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
20	3	3	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2	4	3	46
21	3	2	4	4	4	4	2	2	4	2	4	3	2	4	44
22	5	5	5	3	5	2	2	3	2	3	2	2	3	3	45
23	3	3	3	5	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	40
24	2	4	2	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	3	47
25	4	3	3	3	2	2	3	4	2	4	2	4	3	4	43
26	4	5	5	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	44
27	5	2	3	5	5	3	3	2	3	2	4	2	3	2	44
28	2	3	2	3	2	5	2	2	2	2	3	3	2	3	36
29	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	44
30	3	5	5	4	4	4	2	2	4	2	2	4	3	3	47
31	2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
32	5	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	39
33	3	3	4	4	4	5	4	2	4	2	2	3	4	2	46
34	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
35	3	4	2	4	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	38
36	2	3	3	4	5	2	4	2	2	2	2	3	4	2	40
37	5	4	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3	50
38	3	5	5	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	4	49
39	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	45
40	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	35
41	5	3	3	3	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	54
42	3	5	5	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	40
43	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	42
44	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	36
45	5	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	2	4	42
46	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	59
47	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	5	2	2	3	39
48	3	3	2	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	4	41
49	3	3	3	5	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	40
50	3	3	5	4	2	3	3	4	3	4	4	2	4	4	48

ANEXO N° 08 MATRIZ DE BASE DE DATOS  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SITRIBUIDOR

N°	Beneficios			Nivel de satisfacción					Factores						SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Total
1	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	46
2	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	45
3	4	4	3	5	4	2	4	4	4	2	2	4	2	4	48
4	3	3	4	3	3	5	2	5	3	3	3	2	3	3	45
5	2	5	4	3	5	4	5	4	3	4	3	2	4	3	51
6	5	3	5	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	48
7	3	4	3	5	3	3	3	5	3	3	3	2	3	3	46
8	2	2	4	3	5	5	4	3	3	2	2	3	2	3	43
9	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	47
10	2	4	5	3	3	3	4	5	3	3	3	2	3	3	46
11	5	3	3	5	2	4	3	2	2	4	3	2	4	2	44
12	3	3	3	3	5	5	5	3	3	4	3	2	4	3	49
13	4	5	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	38
14	4	3	5	5	3	3	4	5	3	3	3	4	3	3	51
15	3	3	3	2	2	5	4	3	2	3	3	3	3	2	41
16	2	3	3	3	5	3	5	2	3	3	3	4	3	3	45
17	5	3	6	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	51
18	2	5	5	5	3	4	4	5	3	4	3	2	4	3	52
19	2	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	44
20	3	3	4	3	5	3	5	3	3	3	3	4	3	3	48
21	3	2	4	4	4	2	4	2	4	2	3	2	2	4	42
22	5	5	5	5	2	3	2	5	2	3	2	2	3	2	46
23	3	3	3	3	3	5	3	3	3	2	2	3	2	3	41
24	2	4	2	3	5	3	5	3	3	3	3	4	3	3	46
25	4	3	3	2	2	4	3	3	2	3	2	3	4	2	40
26	4	5	5	3	3	2	3	5	3	2	2	2	2	3	44
27	5	2	3	5	3	5	3	2	3	2	4	3	2	3	45
28	2	3	2	2	5	2	5	3	2	2	3	2	2	2	37
29	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	42
30	3	5	5	4	4	2	4	5	4	2	2	2	2	4	48
31	2	3	3	5	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	44
32	5	2	3	3	3	2	5	3	3	2	2	3	2	3	41
33	3	3	4	4	5	2	4	3	4	2	2	3	2	4	45
34	2	5	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	47
35	3	4	2	3	3	5	2	2	3	2	2	3	2	3	39
36	2	3	3	5	2	2	5	3	2	2	2	4	2	2	39
37	5	4	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	48
38	3	5	5	4	4	2	4	2	4	2	3	3	2	4	47
39	3	2	3	3	3	5	3	5	3	4	3	3	4	3	47
40	2	3	2	3	3	2	5	3	3	2	2	2	2	3	37
41	5	3	3	5	5	4	2	3	2	3	3	3	4	2	47
42	3	5	5	3	3	5	2	3	3	2	2	2	2	3	43
43	3	2	3	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	42
44	2	3	3	3	3	2	5	2	2	2	3	2	2	2	36
45	5	3	3	4	3	5	3	3	2	3	3	2	3	2	44
46	3	3	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	51
47	2	2	3	3	3	3	2	5	3	3	3	2	3	3	40
48	3	3	2	2	3	4	5	3	2	4	2	3	4	2	42
49	3	3	3	3	3	5	3	3	3	2	2	3	2	3	41
50	3	3	5	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	46

## ANEXO N° 09 SOLICITUD PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**SOLICITO: Permiso para realizar Trabajo de Investigación**

**SEÑOR: VALLES MÉNDEZ, RAÚL ALEJANDRO**

**ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA DE CALZADOS "VALLES" SAC**

Yo, **Yarixa Suarez Mena**, identificada con DNI N° 74696713 y **Esperanza Vásquez Mendoza** con DNI N° 41741148 Ante Ud. Respetuosamente me presento y expongo:

Que, habiendo culminado la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN** en la Universidad Privada Antenor Orrego, solicito a Ud. Permiso para realizar trabajo de investigación en su empresa sobre **"GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE CALZADOS "VALLES" SAC** "para optar el grado de Titulación.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted acceder a nuestra solicitud.

Trujillo, 01 de octubre del 2020



**Yarixa Suarez Mena**  
DNI N° 74696713



**Esperanza Vásquez Mendoza**  
DNI N° 41741148



## ANEXO N° 10 CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

### CARTA DE AUTORIZACIÓN



SEÑOR: DR. JOSÉ ALFREDO CASTAÑEDA NASSI  
Decano de la facultad de ciencias económicas  
Universidad Privada Antenor Orrego  
PRESENTE,

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a su despacho para saludarlo muy cordialmente y al mismo tiempo comunicar que en mi calidad de ADMINISTRADOR de la empresa CALZADOS VALLES SAC, con numero de Ruc 1042065340 AUTORIZO a los bachilleres SUAREZ MENA, YARIXA ERESVITA con DNI N° 74696713 y VASQUEZ MEDINA, ESPERANZA ISABEL con DNI N° 41741148; a utilizar información de la empresa para la realización de su trabajo de investigación denominado **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE CALZADOS “VALLES” SAC DEL DISTRITO EL PORVENIR – TRUJILLO, 2020”**. El estudiante asume que toda la información y el resultado del proyecto será de uso exclusivamente académico. La información y resultados que se obtenga podrá llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye a la formación de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas.

Atentamente

---

VALLES MÉNDEZ RAÚL ALEJANDRO  
DNI N° 42065340



## ANEXO N° 11 VALIDACIÓN DE EXPERTOS

### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

**TÍTULO:** Gestión Administrativa y su influencia en la Satisfacción del cliente de Calzados "Valles" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

**Objetivo general:** Determinar la influencia de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de Calzados "VALLES" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

**Hipótesis:**

La gestión administrativa influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en Calzados "VALLES" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020, es directa y significativa.

**Juez experto:** Mg. Julio Alberto Albitres Hernández

**Firma:** 

**Grado académico del experto:** Magister en Negocios

**Fecha de revisión:** 24/11/2020

Variables Conceptuales	Dimensiones o Categorías	Indicadores	ITEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Planeamiento	Plan de desempeño	1) ¿Cree usted que la atención adecuada al cliente distribuidor se debe a una buena capacitación?	X		X		X		X		
		Formulación de objetivos	2) ¿Los objetivos que se formulan están vinculados a una gestión orientada al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
		Políticas	3) ¿Existen políticas de atención al cliente distribuidor? 4) De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?	X		X		X		X		

Organización	Estructura de organización	8) ¿Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para una gestión orientada al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
	Funciones	9) ¿Los trabajadores de la empresa, demuestran responsabilidad, en su desempeño de atención al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
Dirección	Liderazgo	7) ¿Se evidencia un estilo de liderazgo, participativo orientado al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
		9) ¿La empresa se preocupa por satisfacer las necesidades de sus colaboradores y clientes distribuidores?	X		X		X		X		
	Comunicación	9) ¿Existe buen nivel de comunicación entre los trabajadores, para desarrollar sus funciones en beneficio del cliente distribuidor? 10) ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo, para satisfacer las demandas del cliente distribuidor?	X		X		X		X		
Motivación	Motivación	11) ¿La empresa les otorga reconocimiento a sus trabajadores, por su buen desempeño en la atención al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
		12) ¿Se aprecia un clima laboral favorable que repercute en el buen desempeño para cumplir con las expectativas del cliente distribuidor?	X		X		X		X		
Control	Coordinación de cada área	13) ¿Existe un libro de quejas y reclamos que permite la mejora continua del producto que se ofrece al cliente distribuidor? 14) ¿La empresa cumple con satisfacer las demandas y requerimientos del cliente distribuidor?	X		X		X		X		

Variables Conceptuales	Dimensione s o Categorías	Indicadores	ITEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
				SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Beneficios	Lealtad del cliente	1) ¿Tiene preferencias por los calzados para damas de "VALLES" SAC? 2) ¿Volvería a comprar nuevamente nuestros productos?	X		X			X
Difusión gratuita	3) ¿Recomendaría usted adquirir nuestros productos?	X				X		X		X			
Nivel de satisfacción	Expectativa	4) ¿El calzado para damas "VALLES" SAC, cumple con sus expectativas?	X			X		X		X			
	Experiencia	5) ¿La experiencia de compra en "VALLES" SAC fue agradable?	X			X		X		X			
	Satisfacción	6) ¿Con relación a la atención recibida de nuestro personal usted se siente? 7) ¿Con relación a la calidad del producto, usted se siente? 8) ¿Respecto a los modelos y diseños de calzados para damas con relación a la competencia, ¿Usted se siente?	X			X		X		X			

Factores	Factor humano	9) ¿La atención que le brinda el personal es buena?	X		X		X		X		
		10) ¿La comunicación que le brinda el personal contribuye a una adecuada decisión de compra?	X		X		X		X		
	Factor organizativo	11) ¿De tener algún reclamo la empresa tiene capacidad de respuesta para solucionarlo?	X		X		X		X		
		12) ¿La empresa se preocupa por la satisfacción de los clientes?	X		X		X		X		
	Factor de situación	13) ¿La empresa se preocupa por cumplir con sus expectativas?	X		X		X		X		
		14) ¿Cuál es su percepción respecto a los modelos y precio de calzados que brinda la empresa "VALLES" SAC?	X		X		X		X		

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO  
(GUÍA DE ENTREVISTA)**

Yo, **Julio Alberto Albitres Hernández** con DNI N.º 18109073, **Magister en Negocios** de profesión Lic. en Administración, desempeñándome actualmente como **Docente en la escuela profesional de la Universidad Privada Antenor Orrego en Administración.**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento:

**Guía de entrevista**

**INSTRUCCIÓN:** El presente guía de entrevista mide la Gestión Administrativa que están orientadas a recabar información relacionada al proyecto de tesis. Se recomienda responder las respuestas.

**I. Gestión Administrativa**

1. ¿La empresa tiene programas de capacitación orientada a un mejor servicio al cliente?
2. ¿Los objetivos que se formulan está de acuerdo a las capacidades de la empresa y el mercado?
3. ¿Existen políticas de atención de atención al cliente?
4. De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?
5. ¿Su trabajo es coordinado con las otras áreas de la empresa?
6. ¿Conoce Ud., sus funciones y responsabilidades para el buen desempeño de su trabajo?
7. ¿El estilo de liderazgo, que predomina es participativo?
8. ¿El líder se preocupa por las necesidades de sus colaboradores?
9. ¿Existe una comunicación interna adecuada que facilita el buen desempeño de sus funciones?
10. ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo?
11. ¿La empresa le otorga reconocimiento por su buen desempeño?
12. ¿El ambiente de trabajo le motiva a un buen desempeño?
13. ¿Las metas establecidas por áreas son accesibles?
14. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades del cliente?



**Tema de investigación:** Gestión Administrativa y su Influencia en la Satisfacción del cliente de Calzados "Valles" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020

**Objetivos de investigación:**

- Analizar el nivel de Gestión administrativa de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Diagnosticar el nivel de Satisfacción del cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar la influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de relación entre la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS A EVALUAR	MUY DEFICIENTE	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Articulación con los objetivos				X	
5. Suficiencia				X	
6. Consistencia				X	
7. Coherencia				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Trujillo a los 24 Días del mes de noviembre del 2020

Grado Académico : Magister en Negocios  
DNI : 18109073  
Especialidad : Administrador de empresas  
E-mail : [jalbitresh1@upao.edu.pe](mailto:jalbitresh1@upao.edu.pe)



FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: Gestión Administrativa y su influencia en la Satisfacción del cliente de Calzados "Valles" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

Objetivo general: Determinar la influencia de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de Calzados "VALLES" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

Hipótesis:

La gestión administrativa influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en Calzados "VALLES" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020, es directa y significativa.

Juez experto: Dr. Manuel Eduardo Vilca Tantapoma  
Grado académico del experto: Doctor en Administración

Firma:   
Fecha de revisión: 24/11/2020

Variables Conceptuales	Dimensiones o Categorías	Indicadores	ITEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Planeamiento	Plan de desempeño	1) ¿Cree usted que la atención adecuada al cliente distribuidor se debe a una buena capacitación?	X		X		X		X		
		Formulación de objetivos	2) ¿Los objetivos que se formulan están vinculados a una gestión orientada al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
		Políticas	3) ¿Existen políticas de atención al cliente distribuidor? 4) De existir quejas y reclamos, ¿la empresa los resuelve de manera oportuna?	X		X		X		X		

Organización	Estructura de organización	5) ¿Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para una gestión orientada al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
	Funciones	6) ¿Los trabajadores de la empresa, demuestran responsabilidad, en su desempeño de atención al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
Dirección	Liderazgo	7) ¿Se evidencia un estilo de liderazgo, participativo orientado al cliente distribuidor? 8) ¿La empresa se preocupa por satisfacer las necesidades de sus colaboradores y clientes distribuidores?	X		X		X		X		
	Comunicación	9) ¿Existe buen nivel de comunicación entre los trabajadores, para desarrollar sus funciones en beneficio del cliente distribuidor? 10) ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo, para satisfacer las demandas del cliente distribuidor?	X		X		X		X		
	Motivación	11) ¿La empresa les otorga reconocimiento a sus trabajadores, por su buen desempeño en la atención al cliente distribuidor? 12) ¿Se aprecia un clima laboral favorable que repercute en el buen desempeño para cumplir con las expectativas del cliente distribuidor?	X		X		X		X		
Control	Coordinación de cada área	13) ¿Existe un libro de quejas y reclamos que permita la mejora continua del producto que se ofrece al cliente distribuidor? 14) ¿La empresa cumple con satisfacer las demandas y requerimientos del cliente distribuidor?	X		X		X		X		

Variables Conceptuales	Dimensione a o Categorías	Indicadores	ITEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los Indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Beneficios	Lealtad del cliente	1) ¿Tiene preferencias por los calzados para damas de "VALLES" SAC? 2) ¿Volvería a comprar nuevamente nuestros productos?	X		X		X		X			
		Difusión gratuita	3) ¿Recomendaría usted adquirir nuestros productos?	X		X		X		X			
	Nivel de satisfacción	Expectativa	4) ¿El calzado para damas "VALLES" SAC, cumple con sus expectativas?	X		X		X		X			
		Experiencia	5) ¿La experiencia de compra en "VALLES" SAC fue agradable?	X		X		X		X			
		Satisfacción	6) ¿Con relación a la atención recibida de nuestro personal usted se siente?										
			7) ¿Con relación a la calidad del producto, usted se siente?	X		X		X		X			
		8) ¿Respecto a los modelos y diseños de calzados para damas con relación a la competencia. ¿Usted se siente?											

	Factores	Factor humano	9) ¿La atención que le brinda el personal es buena? 10) ¿La comunicación que le brinda el personal contribuye a una adecuada decisión de compra?	X		X		X		X			
		Factor organizativo	11) ¿De tener algún reclamo la empresa tiene capacidad de respuesta para solucionarlo? 12) ¿La empresa se preocupa por la satisfacción de los clientes?	X		X		X		X			
	Factor de situación	13) ¿La empresa se preocupa por cumplir con sus expectativas?											
		14) ¿Cuál es su percepción respecto a los modelos y precio de calzados que brinda la empresa "VALLES" SAC?	X		X		X		X				



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

### (GUÍA DE ENTREVISTA)

Yo, **Manuel Eduardo Vilca Tantapoma** con DNI N.º 17936558, **Doctor en Administración** de profesión Lic. en Administración, desempeñándome actualmente como **Docente en la escuela profesional de la Universidad Privada Antenor Orrego en Administración.**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento:

#### Guía de entrevista

INSTRUCCIÓN: El presente guía de entrevista mide la Gestión Administrativa que están orientadas a recabar información relacionada al proyecto de tesis. Se recomienda responder las respuestas.

#### I. Gestión Administrativa

1. ¿La empresa tiene programas de capacitación orientada a un mejor servicio al cliente?
2. ¿Los objetivos que se formulan está de acuerdo a las capacidades de la empresa y el mercado?
3. ¿Existen políticas de atención al cliente?
4. De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?
5. ¿Su trabajo es coordinado con las otras áreas de la empresa?
6. ¿Conoce Ud., sus funciones y responsabilidades para el buen desempeño de su trabajo?
7. ¿El estilo de liderazgo, que predomina es participativo?
8. ¿El líder se preocupa por las necesidades de sus colaboradores?
9. ¿Existe una comunicación interna adecuada que facilita el buen desempeño de sus funciones?
10. ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo?
11. ¿La empresa le otorga reconocimiento por su buen desempeño?
12. ¿El ambiente de trabajo le motiva a un buen desempeño?
13. ¿Las metas establecidas por áreas son accesibles?
14. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades del cliente?





**Tema de investigación:** Gestión Administrativa y su Influencia en la Satisfacción del cliente de Calzados "Valles" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

**Objetivos de investigación:**

- Analizar el nivel de Gestión administrativa de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Diagnosticar el nivel de Satisfacción del cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar la influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de relación entre la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:



CRITERIOS A EVALUAR	MUY DEFICIENTE	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Articulación con los objetivos					X
5. Suficiencia					X
6. Consistencia					X
7. Coherencia					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Trujillo a los 24 Días del mes de noviembre del 2020

Grado Académico : Doctor en Administración  
DNI : 17936558  
Especialidad : Administración  
E-mail : [evilcat@upao.edu.pe](mailto:evilcat@upao.edu.pe)

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: Gestión Administrativa y su influencia en la Satisfacción del cliente de Calzados "Valles" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

Objetivo general: Determinar la influencia de la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de Calzados "VALLES" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020.

Hipótesis:

La gestión administrativa influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en Calzados "VALLES" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020, es directa y significativa.

Juez experto: Mg. Royer Anthony Mendoza Otiniano  
Grado académico del experto: Magíster en Administración

Firma:   
Fecha de revisión: 24/11/2020

Variables Conceptuales	Dimensiones o Categorías	Indicadores	ITEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Planeamiento	Plan de desempeño	1) ¿Cree usted que la atención adecuada al cliente distribuidor se debe a una buena capacitación?	X		X		X		X		
		Formulación de objetivos	2) ¿Los objetivos que se formulan están vinculados a una gestión orientada al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
		Políticas	3) ¿Existen políticas de atención al cliente distribuidor? 4) De existir quejas y reclamos, ¿la empresa lo resuelve de manera oportuna?	X		X		X		X		

	Organización	Estructura de organización	5) ¿Se aprecia una coordinación entre las diversas áreas de la empresa para una gestión orientada al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
		Funciones	6) ¿Los trabajadores de la empresa, demuestran responsabilidad, en su desempeño de atención al cliente distribuidor?	X		X		X		X		
	Dirección	Liderazgo	7) ¿Se evidencia un estilo de liderazgo participativo orientado al cliente distribuidor?									
			8) ¿La empresa se preocupa por satisfacer las necesidades de sus colaboradores y clientes distribuidores?	X		X		X		X		
		Comunicación	9) ¿Existe buen nivel de comunicación entre los trabajadores, para desarrollar sus funciones en beneficio del cliente distribuidor?									
			10) ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece al trabajo en equipo, para satisfacer las demandas del cliente distribuidor?	X		X		X		X		
	Motivación	11) ¿La empresa les otorga reconocimiento a sus trabajadores, por su buen desempeño en la atención al cliente distribuidor?										
		12) ¿Se aprecia un clima laboral favorable que repercute en el buen desempeño para cumplir con las expectativas del cliente distribuidor?	X		X		X		X			
	Control	Coordinación de cada área	13) ¿Existe un libro de quejas y reclamos que permite la mejora continua del producto que se ofrece al cliente distribuidor?									
			14) ¿La empresa cumple con satisfacer las demandas y requerimientos del cliente distribuidor?	X		X		X		X		

Variables Conceptuales	Dimensiones o Categorías	Indicadores	ITEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Beneficios	Lealtad del cliente	1) ¿Tiene preferencias por los calzados para damas de "VALLES" SAC? 2) ¿Volvería a comprar nuevamente nuestros productos?	X		X		X		X		
		Difusión gratuita	3) ¿Recomendaría usted adquirir nuestros productos?	X		X		X		X		
	Nivel de satisfacción	Expectativa	4) ¿El calzado para damas "VALLES" SAC, cumple con sus expectativas?	X		X		X		X		
		Experiencia	5) ¿La experiencia de compra en "VALLES" SAC fue agradable?	X		X		X		X		
		Satisfacción	6) ¿Con relación a la atención recibida de nuestro personal usted se siente? 7) ¿Con relación a la calidad del producto, usted se siente? 8) ¿Respecto a los modelos y diseños de calzados para damas con relación a la competencia. ¿Usted se siente?	X		X		X		X		

	Factor humano	9) ¿La atención que le brinda el personal es buena?	X		X		X		X		
		10) ¿La comunicación que le brinda el personal contribuye a una adecuada decisión de compra?	X		X		X		X		
	Factor organizativo	11) ¿De tener algún reclamo la empresa tiene capacidad de respuesta para solucionarlo?	X		X		X		X		
		12) ¿La empresa se preocupa por la satisfacción de los clientes?	X		X		X		X		
	Factor de situación	13) ¿La empresa se preocupa por cumplir con sus expectativas?	X		X		X		X		
		14) ¿Cuál es su percepción respecto a los modelos y precio de calzados que brinda la empresa "VALLES" SAC?	X		X		X		X		

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO  
(GUÍA DE ENTREVISTA)**

Yo, **Royer Anthony Mendoza Otiniano** con DNI N.º **41051388**, **Magister en Administración** de profesión Lic. en Administración, desempeñándome actualmente como **Docente en la escuela profesional de la Universidad Privada Antenor Orrego en Administración**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento:

**Guía de entrevista**

INSTRUCCIÓN: El presente guía de entrevista mide la Gestión Administrativa que están orientadas a recabar información relacionada al proyecto de tesis. Se recomienda responder las respuestas.

I. Gestión Administrativa

1. ¿La empresa tiene programas de capacitación orientada a un mejor servicio al cliente?
2. ¿Los objetivos que se formulan está de acuerdo a las capacidades de la empresa y el mercado?
3. ¿Existen políticas de atención de atención al cliente?
4. De existir quejas y reclamos: ¿la empresa lo soluciona de manera oportuna?
5. ¿Su trabajo es coordinado con las otras áreas de la empresa?
6. ¿Conoce Ud., sus funciones y responsabilidades para el buen desempeño de su trabajo?
7. ¿El estilo de liderazgo, que predomina es participativo?
8. ¿El líder se preocupa por las necesidades de sus colaboradores?
9. ¿Existe una comunicación interna adecuada que facilita el buen desempeño de sus funciones?
10. ¿La comunicación entre los colaboradores, favorece el trabajo en equipo?
11. ¿La empresa le otorga reconocimiento por su buen desempeño?
12. ¿El ambiente de trabajo le motiva a un buen desempeño?
13. ¿Las metas establecidas por áreas son accesibles?
14. ¿La empresa cumple con satisfacer las necesidades del cliente?



**Tema de investigación:** Gestión Administrativa y su Influencia en la Satisfacción del cliente de Calzados "Valles" SAC del Distrito El Porvenir – Trujillo, 2020

**Objetivos de investigación:**

- Analizar el nivel de Gestión administrativa de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Diagnosticar el nivel de Satisfacción del cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Planeación de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar la influencia de la dimensión Organización de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de relación entre la dimensión Dirección, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.
- Determinar el nivel de influencia de la dimensión Control, de la Gestión Administrativa y la Satisfacción del Cliente de la empresa de calzado "Valles" SAC., del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2020.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS A EVALUAR	MUY DEFICIENTE	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Articulación con los objetivos				X	
5. Suficiencia				X	
6. Consistencia				X	
7. Coherencia				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Trujillo a los 24 Días del mes de noviembre del 2020

Grado Académico : Magister en Administración

DNI : 41051388

Especialidad : Administración

E-mail : [mendoza@upao.edu.pe](mailto:mendoza@upao.edu.pe)



ANEXO N° 11

**Administrador de la empresa – Raúl Valle**

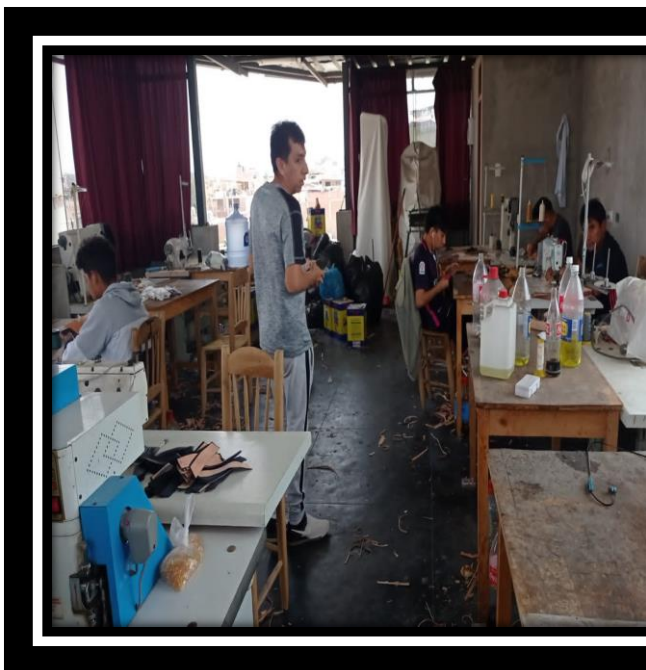


**Br. Suarez Mena, Yarixa Eresvita**  
**Br. Vásquez Medina, Esperanza Isabel**





## Capital Humano



## Materiales y quipos

